

Steve Strid / Claes Andréasson

Die Wikinger kommen!

Marketing auf Skandinavisch

Übersetzung aus dem Englischen
von Christoph Bausum

Inhalt

Eine Nachricht von unserem Anwalt an Ihren Anwalt	9
Die neuesten Globalisierungstrends aus dem Jahr 900	11
Die Wikinger als Marke	13
Wie dieses Buch aufgebaut ist	15
Einleitung	17
»Kein Mensch wird einen schwedischen Wodka kaufen« ...	17
Lasst die Blasphemie beginnen	20
Teil I: Marketing	23
Prinzipien	25
1. Wenn es etwas gibt, das Sie lieber tun möchten, dann tun Sie es	26
2. Blasen Sie zum Angriff, wenn Sie eine gute Idee haben	28
3. Visionäre schauen oft zurück	29
4. Ändern Sie Ihren Kurs, aber nicht Ihre Überzeugung	31
5. Ein paar Worte, bevor wir in See stechen: Lernen Sie die Grundlagen	34
6. Planen Sie Ihren Angriff	46
7. Setzen Sie Ihre Schwächen zu Ihrem Vorteil ein	47
8. Entscheiden Sie sich, welchen kleinen Gott Sie sich vornehmen wollen	49

9. Denken Sie klein und behalten Sie das Gesamtbild im Blick	52
10. Denken Sie groß und entdecken Sie die kleine Lücke	55
11. Taten sprechen lauter als Worte	58
12. Verdienen Sie mit Leiden, Verzweiflung und Armut Ihr Geld	60
13. Machen Sie Geld mit Menschlichkeit	62
14. Seien Sie lieber bescheiden und unhöflich als arrogant und höflich	64
15. Suchen Sie sich eine Zielgruppe – Menschen, die Sie mögen, oder Menschen wie Sie	66
16. Verdienen Sie Geld, indem Sie Dinge verschenken	69
17. Beginnen Sie innovativ, halten Sie an Ihren Prinzipien fest, verändern Sie sich	71
18. Passen Sie sich an, indem Sie sich abheben	75
19. Erlernen Sie die neue Mathematik	78
20. Perfektionieren Sie das Produkt	82
21. Wenn Ihr Produkt wirklich furchtbar ist, dann sollten Sie Ihren Marketingetat lieber für das Produkt ausgeben	84
22. Es gibt Millionen von Produkten, aber nur zwei Marken – seien Sie alle beide	86
23. Es gibt wichtigere Dinge als Wettbewerb	89
24. Das Handwerkszeug ist überall gleich	92
25. Warum Werbung nicht funktioniert (und warum das gut so ist)	95
26. Eine gute Geschichte ist heute viel mehr wert als früher	95
27. Zen für Wikinger oder Sommermode bei minus 30 Grad	98
28. Gehen Sie gegen den Typ	100
29. Nutzen Sie Bildung als Marketinginstrument	102

Teil II: Unternehmenskultur	103
Prinzipien	105
30. Plündern, Brandschatzen und andere Familienwerte	106
31. Jeder ist der Chef	107
32. Lernen Sie, die richtigen Fehler zu machen	110
33. Probleme sind die besten Freunde des Managers	113
34. Setzen Sie Berserker nach vorne ins Boot (aber lassen Sie sie auf keinen Fall ans Steuerruder)	116
35. Sehen Sie Gewalt im richtigen Kontext und verbannen Sie sie aus Ihrem Unternehmen	120
36. Notieren Sie sich das: Sklaverei ist ein bürokratischer Albtraum	122
37. Empowerment für Frauen!	126
38. Wettbewerb ist Unsinn	130
39. Wenn Sie motivieren wollen, dann vergessen Sie Belohnung und Strafe	133
40. Reden kostet nichts, ist aber immer noch zu teuer	136
41. Entdecken Sie eine fast vergessene Kunst neu: Entscheidungsfreude	138
42. Sorgen Sie dafür, dass die Leute ehrlich bleiben	139
43. Plagiierten Sie den Plagiator – eine originelle Idee, die zu kopieren sich lohnt	141
44. Setzen Sie die Anwälte ins letzte Boot	144
45. Schaffen Sie mit kreativer Buchführung eine bessere Welt	147
46. Streit ist großartig, wenn Sie im Recht sind	150
47. Denken Sie neu über das Geld nach	151
48. Wie gehen Sie mit Krisen um – proaktiv oder pudelig?	154
49. Genießen Sie Marktstudien mit Vorsicht	157
50. Überlassen Sie das Glück nicht dem Zufall	159

Anhang: Das Neueste aus dem Jahr 900	161
Bibliografie	163
Über die Autoren	167