



Kiwano-Effekt™

Kiwano war eine ganz normale Melone, die unter ihresgleichen jeweils geduldig wartete, bis ein Kunde sie drückte und als kaufbar empfand. Oft wurde sie zudem mit Rabatten geschlagen, was ihr natürlich gar nicht gefiel. Doch alle mussten hinhalten, also auch sie.



Eines Tages beschloss **Kiwano** ihr bedrängtes Leben zu verändern. Sie schaute sich in der Tierwelt um, fand den Igel und betrachtete interessiert seine Stacheln. Dann setzte sie sich mit den Menschen auseinander. Genau diejenigen, die immer gelangweilt auf ihr herumgedrückt hatten und vor dem Kauf jeweils hohe Rabatte einforderten.

Frustriert realisierte **Kiwano**, dass es ihr an Attraktivität und **Einzigartigkeit** fehlte. Nun beschloss sie, ihr Geschäftsmodell zu überdenken. Sie unterzog sich einer Frischzellenkur, legte dicke Stacheln zu, gewann an Attraktivität, addierte Gurkengeschmack, strich Rabatte und erhöhte ihren Preis.

Fortan lag **Kiwano** nicht mehr bei den anderen Melonen und auch nicht bei den Gurken. Sie hatte einen eigenen Platz in der Auslage erhalten, in Griffweite. Keiner drückte mehr auf ihr herum, auch von Rabatten wurde sie gemieden. Kunden empfahlen sie weiter, so stark war ihre Ausstrahlung. **Kiwano** war glücklich, gesund und hatte wieder Spass und ist hierzulande in guten Geschäften das ganze Jahr erhältlich.

Uebrigens, der Rabat(t) wurde nicht mehr gebraucht und wanderte nach Marokko aus.

Guido Weltert Businessdriver.ch

Zugegeben, die **Kiwano-Story** habe ich erfunden. **Wie sieht es jedoch mit Ihrer Einzigartigkeit aus? Sind Sie die Kiwano Ihrer Branche?**

Entscheiden sich Ihre Kunden bewusst für Sie, oder kaufen Sie mangels relevanter Unterschiede einfach das günstigste Produkt, das erstbeste oder einfach gerade das, an das sie sich erinnern? Leiden Sie unter Preisdruck und Margenerosion? Ist Ihr Markt hypersegmentiert?

Den **Kiwano-Effekt™** sehen wir bei erfolgreichen Unternehmen, die bewusst das gewohnte Fahrwasser verlassen und mit Mut und Sachverstand neue Wege gingen.

Denken Sie an Dell, Starbucks, Blacksocks, Braun, German Wings, Ebay, Honda etc.!

- Was können Sie von diesen Unternehmen lernen?
- Welches die Gesetzmässigkeiten dieser erfolgreichen Geschäftsmodelle und wie können Sie diese auf Ihre Branche adaptieren? Wie schaffen Sie eine Nutzeninnovation?
- Was waren die Erfolgstreiber und welche Branchenregeln wurden bewusst gebrochen?

Winken Sie nicht ab, denken Sie weiter. Hier liegt Ihr Potential.

Businessdriver unterstützt Sie mit dem **Frischedienst Einzigartigkeit** in Ihrer Analyse, Denkarbeit und Umsetzung. **Damit Potential zu Resultaten wird.** Gezielt, mit Drive und Methodik.

Gefällt Ihnen die Kiwano-Story? Dann mailen Sie sie doch einfach weiter, so kann sie auch Ihre Freunde zum Frisch-Denken anregen.

Weitere relevante Informationen für Ihre positive Geschäftsentwicklung finden Sie unter: www.businessdriver.ch