



# Great by choice



# ERFOLGSFAKTOREN FÜR UNTERNEHMEN - MYTHEN?

Visionäre mit  
Risikobereitschaft

Innovationen

Schnelligkeit

Anpassungsbedarf

Glück



## GREAT BY CHOICE

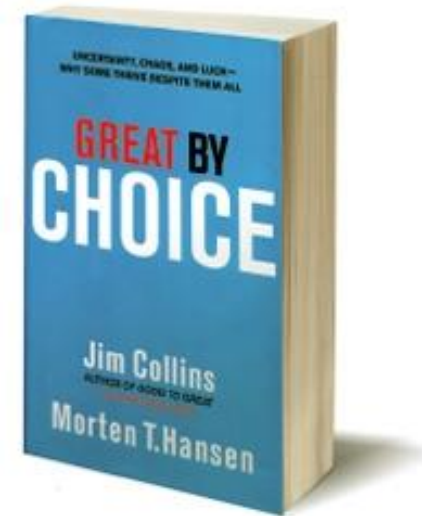
# Video



## GREAT BY CHOICE








*„What is it that makes  
a great company?“*

*(Jim Collins)*



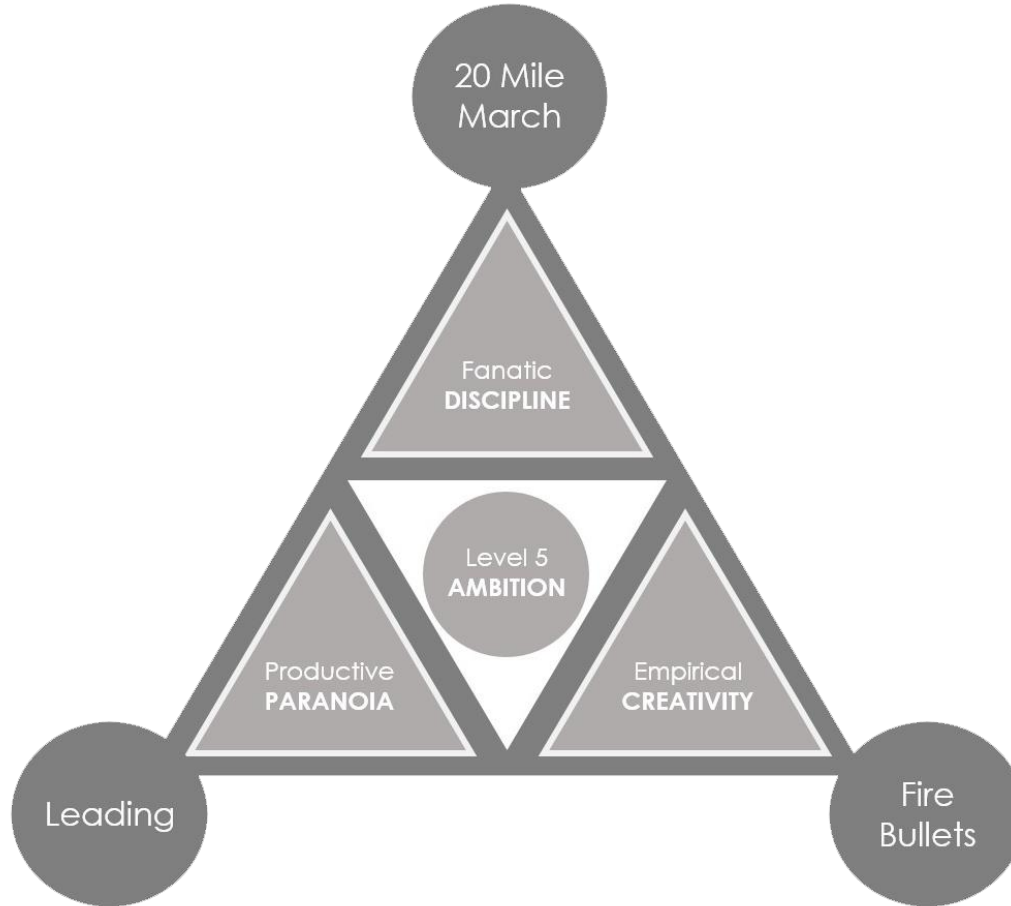


## 10Xers UNTERNEHMEN

10X Unternehmen	Untersuchungszeitraum	Performance im Vergleich zum Markt	Performance im Vergleich zur Branche
	1980-2002	24.0x	77,2x
	1977-2002	18,1x	11.2x
	1968-2002	20.7x	46.3x
	1975-2002	56.0x	118.8x
	1965-2002	14.6x	11.3x
	1967-2002	63.4x	550.4x
	1977-2002	28.0x	10.9x



# DREI VERHALTENSWEISEN

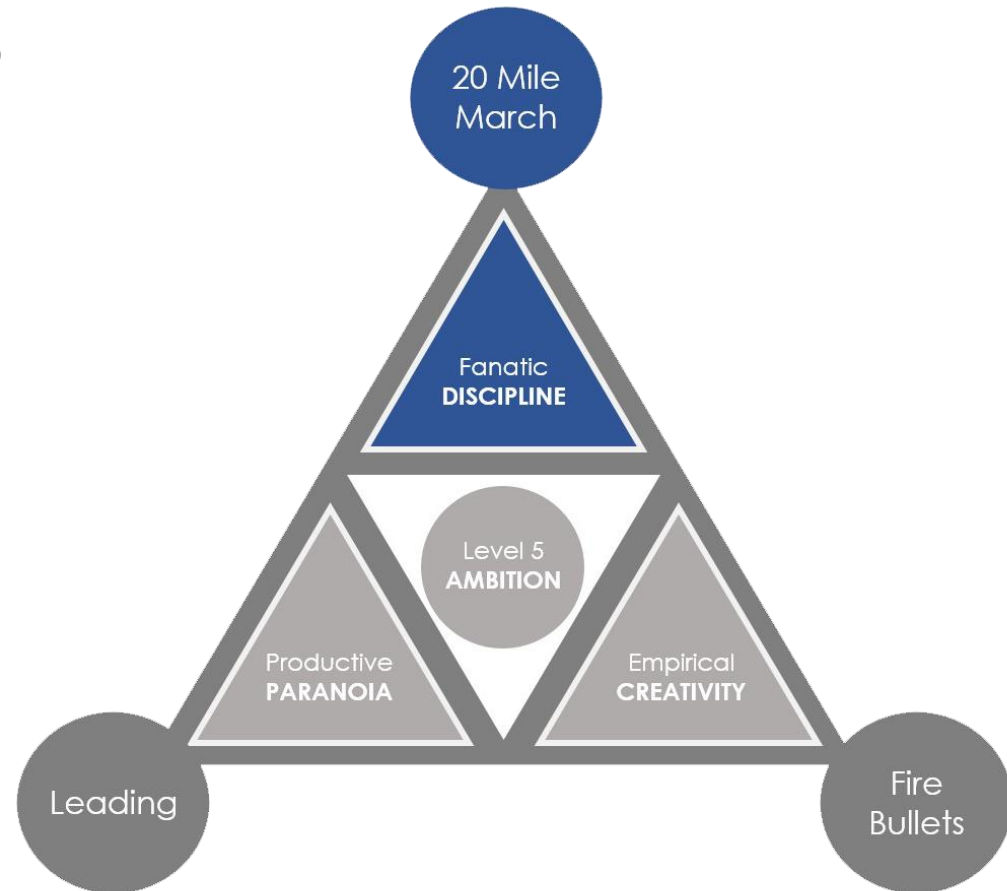




# FANATAIC DISCIPLINE

*„Freely chosen discipline is absolute freedom“*

(Ron Serino)



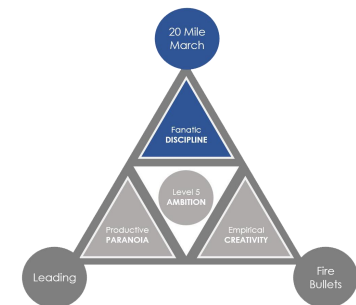


# FANATIC DISCIPLINE

Selbstdisziplin als  
Selbstverständnis

langfristige  
Kontinuität von  
Handlungen

Mentale und  
praktische  
Unabhängigkeit







# FANATIC DISCIPLINE - 20 MILE MARCH

20 Mile March = Führungskonzept oder „Unternehmensgesetz“

Langfristig festgelegte und erreichbare Leistungsmarke

→ Finanzielle/Nicht-finanzielle KPIs

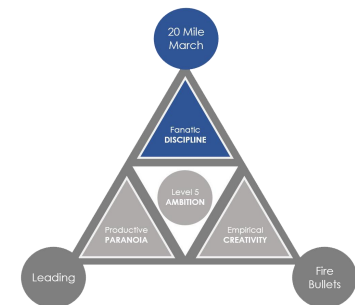
Selbstdisziplin:

→ relativ starke Leistung in schwierigen Zeiten

→ relativ zurückhaltende Leistung in Boom-Zeiten

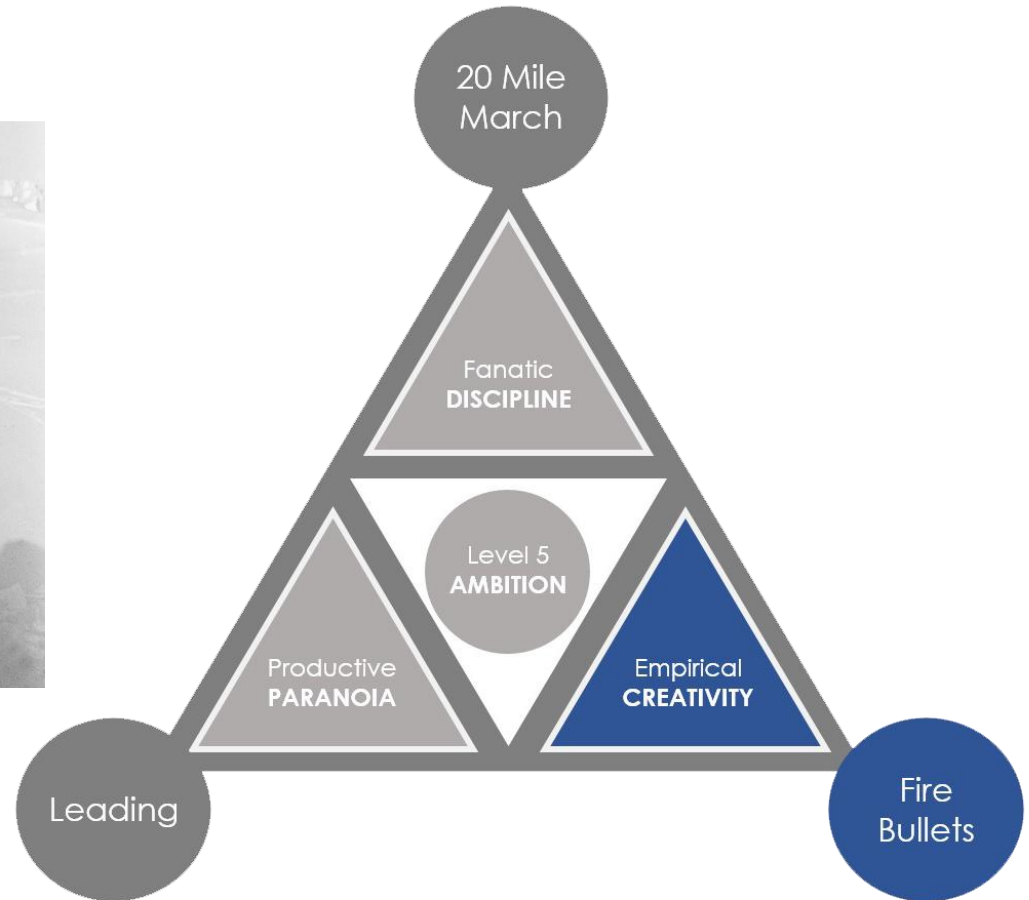
Selbstbewusstsein

Verantwortungsbewusstsein





# EMPIRICAL CREATIVITY



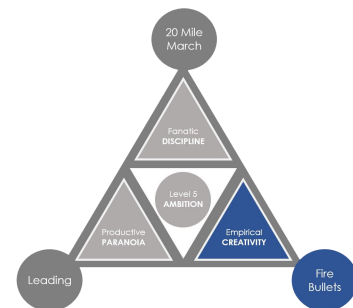


# EMPIRICAL CREATIVITY

Nicht an anderen und deren Erkenntnisse orientieren

Selbst nach empirischen Daten suchen und sich zum Experten machen

Bessere Entscheidungsgrundlage





# FIRE BULLETS - THEN CANNONBALLS

## Hauptmerkmale

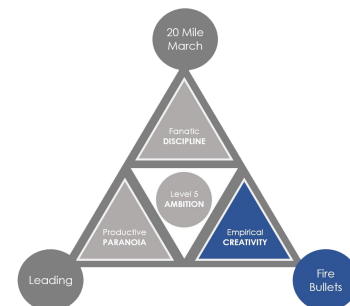
low cost

low risk

low distraction

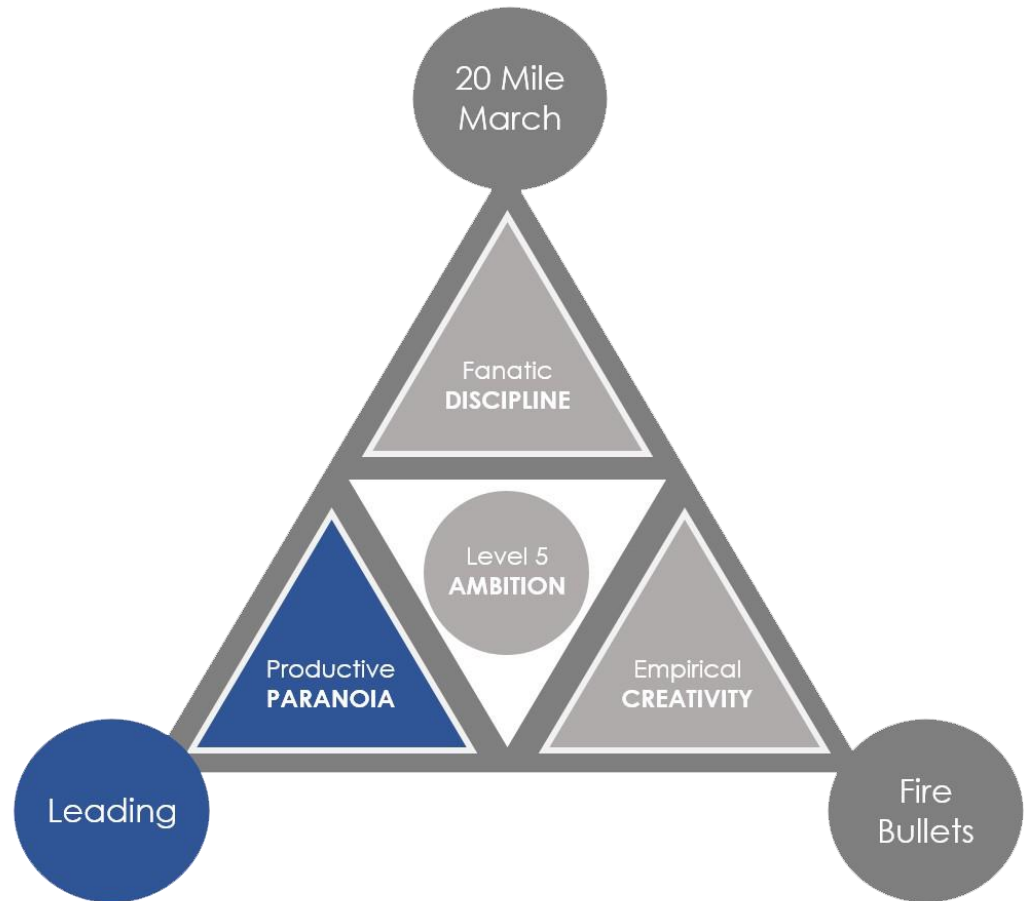
Bullets in jedem Bereich des Unternehmens

Unwirksame Cannonballs stoppen und eliminieren





# PRODUCTIVE PARANOIA

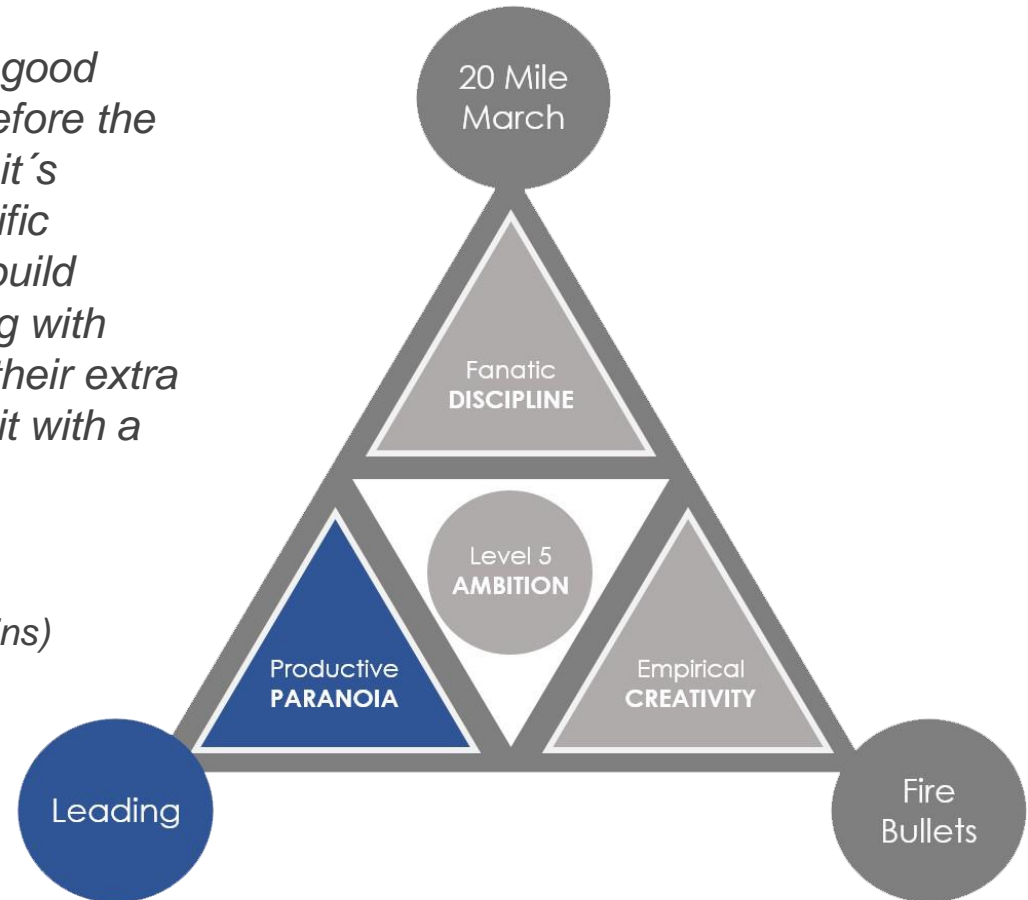




# PRODUCTIVE PARANOIA

*“10-er remain productively paranoid in good times, recognizing that what they do before the storm comes that matters most. Since it’s impossible to consistently predict specific disruptive events, they systematically build buffers and shock absorbers for dealing with unexpected events. They put in place their extra oxygen canisters long before they’re hit with a storm.”*

*(Jim Collins)*



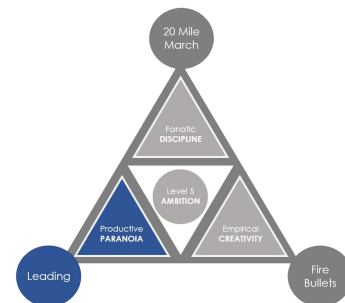


# LEAD

Geldreserven  
anlegen

Risiken  
eingrenzen

Zoom out und  
Zoom in







# UND JETZT SEID IHR DRAN



# Päng!

FÜR DIE WIRKLICHKEIT GIBT ES KEINEN ERSATZ



10.380,00 € (104%) finanziert

Auf sie mit Gebrüll – mit allen Pängstern gemeinsam ins neue Heft!

»Was willst du genau jetzt in diesem Moment am liebsten machen?« Diese Frage stellen wir mit jeder Ausgabe

Projekt unterstützen

Erfolgreich auf [startnext.com](http://startnext.com)



PÄNG!

DEALER

PRESSE

PÄNGSTER

NEWS

SHOP

WARENKORB



Zeit zum Innehalten.  
Zeit zum Entdecken.  
Zeit für ein neues Heft.

Wie die Karriere auszusehen hat, wie man sich richtig ernährt oder wie das Liebesleben laufen sollte – davon hört man überall. In der neuen Zeitschrift Päng! geht es nicht darum, wie man am besten zu leben hat. Päng! will





## UND JETZT SEID IHR DRAN

### Bullets

- Themen/Trends nach Regionen A/B/C testen
- Kurzzeitige Kooperationen mit Cafés/anderen Shops

### 20 Mile March

- Erweiterung des Verkaufsgebietes um 5 Städte pro Jahr
- Erweiterung der Verkaufsstellen um 3 pro Stadt pro Jahr

# Einfach Wein schenken

Toll verpackt | Schnell geliefert | Ab €7.95

JETZT SCHENKEN >

Weingeschenk  
Lieferservice

Handgeschriebene  
Grußkarte

Weine 8 - 90 €  
aus Europa

Aktion:  
Wein und Spargel

Wein und  
Musikschallplatten



# WORKSHOP ERGEBNISSE

Team 1

Fire bullets

- > Kooperationen (Geschenke/Hello-Fresh)
- > Live-Verkostung
  - Pop-up-stores
  - Events
  - QR-Code auf Flasche
- > Probierwochen, Probeboxen

20 Mile March

- > Eröffnung von drei Stores in HH, B & M innerhalb eines Jahres
- > Zwei neue Vertriebskooperationen pro Jahr (Thermomix, Tupper, ATC, ...)
- > Produktkooperationen im Jahr (regionale Spezialitäten)

Team 2

Fire bullets

Ziel: - Experten-/Kundenrezensionen

- Weitere Produkt- bzw. Geschenk-kombinationen z.B. Wein aus der Toskana mit Tschaka Spezialitäten
- Neue Weine aus anderen Ländern testen → Weinhändler einladen oder auf Weinmessen

20 Mile March

Ziel: - Pro Jahr ein weiteres Land

- 2% Wachstum pro Jahr
- Lagerkosten verringern
- Kundenbindung → jeder Dritte soll Distributionspartner sein

Team 3

Fire bullets

- ▶ Limitierte Editionen (Geschenkartikel etc.)
- ▶ Kooperationen ▶ B2B
- ▶ Probepackungen
- ▶ Weinverkostung als Privatevent

20 Mile March

- ▶ Pro Jahr 4 limitierte Editionen
- ▶ Pro Jahr 15% Kundenwachstum (in den ersten 5 J.)
- ▶ Pro Jahr 1 Ländermarkt erschließen (in den ersten 5 J.)



## Quellenangaben

Collins, Jim; Morten T. Hansen (2011): Great by Choice. Uncertainty, chaos and luck - why some thrive despite them all. British Columbia: Harbour Collins Publishers.

Collins, Jim. (2015): Great by Choice. Online unter: <http://www.jimcollins.com/books/great-by-choice.html> (Stand 06.06.2015)

Päng! Magazin (2015). Online unter: <http://www.paengmagazin.de/paeng/impressum> (Stand 03.06.2015).

Hejvin (2015). Online unter: <http://www.hejvin.com/> (Stand 03.06.2015).

Bildquellen:

<http://www.nhm.ac.uk/natureplus/servlet/JiveServlet/showImage/38-2056-23787/ponies-1000.jpg>

<http://www.weit-draussen.eu/blog/wp-content/uploads/2012/09/nansen-clothing.jpg>

<http://sorpolen2011.npolar.no/opencms/export/sites/sorpolen2011/no/nettstedbilder/1312.jpg>

[http://www.10eqs.com/blog/wp-content/uploads/2012/06/great\\_by\\_choice.jpg](http://www.10eqs.com/blog/wp-content/uploads/2012/06/great_by_choice.jpg)

Video:

<https://www.youtube.com/watch?v=smtiDMjqtMo> – Ausschnitt. Abruf 18.05.2015





## Autoren



Sina Pfanschilling  
sp069@hdm-stuttgart.de



Nina Herr  
nh055@hdm-stuttgart.de



Natalia Zhurko  
nz011@hdm-stuttgart.de