
Vorwort zur ersten Auflage – warum dieses Buch entstand

Im heutigen Wirtschaftsleben steht immer weniger Zeit zur Verfügung, die richtigen Maßnahmen zu finden und umzusetzen. Und doch sind es oft keine wirklich neuen Themen und Probleme, mit denen wir uns beschäftigen, sondern Themen, mit denen wir uns schon länger und immer wieder auseinandergesetzt haben. In der Vergangenheit aber offensichtlich nicht mit dem notwendigen Erfolg, denn sie liegen immer noch vor uns. Das Gleiche gilt für strategische Entscheidungen, die unser Unternehmen in die Zukunft führen und unser Unternehmen vom Wettbewerb absetzen sollen.

Wenn die Unternehmen in einem Markt gleich denken und sich gleich verhalten, sind auch ihre Angebote und Produkte für die Kunden vergleichbar. Sie bieten keine Unterschiede oder Alleinstellungsmerkmale. Der Markt wird homogen und langweilig. Ein Kunde wird sich in einem solchen Markt, ohne wirkliche Differenzierungen, für das Produkt mit dem günstigsten Preis entscheiden. Das wiederum zwingt die Unternehmen, mangels einer anderen Art zu denken und zu handeln, zu einem permanenten Optimierungsprozess, um die Produkte zu verbessern und immer günstiger anzubieten.

Wer im Markt etwas bewegen will, muss etwas anders machen. Er muss anders denken und zwar nicht nur als die Anderen, sondern auch anders als bisher. Wer sich als Unternehmen nur damit beschäftigt, die bestehenden Produkte und Prozesse zu verbessern und Kosten einzusparen, läuft Gefahr sich in einem Optimierungswettlauf mit dem Wettbewerb, der genau das Gleiche versuchen wird, zu verirren. Deutlich effektiver ist es, sich als Spielmacher im Markt zu bewegen und dem Wettbewerb als Spielmacher gegenüberzutreten. Der Markt soll nach unseren Regeln spielen und nicht wir nach den Regeln anderer. Warum sollten wir permanent mit dem Wettbewerb um den günstigsten Preis für das Produkt

kämpfen, anstatt innovative Maßnahmen und Produkte im Markt zu platzieren und uns kreativ mit dem Kunden zu beschäftigen.

Wenn die bisher angewendeten Lösungsansätze nicht den erhofften Erfolg gebracht haben, sollte etwas geändert werden. Auf der Suche nach einer anderen Managementmethode, diese aktuellen Problemstellungen zu lösen, bin ich auf das Thema „Querdenken“ oder „Spielregeln im Markt ändern“, wie ich es genannt habe, gestoßen und war vom ersten Moment an überzeugt und begeistert. Querdenken ist eine Managementmethode, die höchst innovativ ist und die Beteiligten und das Unternehmen gleichermaßen fordert. Mir war vom ersten Moment an klar, dass wir Querdenken im Unternehmen starten und umsetzen mussten. Diese Methode würde uns dabei unterstützen, bestimmte Probleme zu lösen und unsere anspruchsvollen Ziele zu erreichen. Es gab keine Literatur über einen Umsetzungsprozess und keine Hilfestellung, wie so etwas funktionieren kann. Also musste ein Querdenker-Prozess, der sich in einem Unternehmen umsetzen lässt, erst entwickelt werden. Während der operativen Umsetzung dieser Managementmethode habe ich viel gelernt und möchte meine Erfahrungen in diesem Buch weitergeben. Aus voller Überzeugung.

Querdenken löst sich von den bisherigen Denkprozessen und Denkmodellen im Unternehmen und blendet die vermeintlichen Branchengesetze aus. Quasi auf der „grünen Wiese“ beginnen die Überlegungen zur Gestaltung eines Prozesses oder zur Lösung eines Problems ganz neu. Querdenker lösen sich von der Orientierung an den Marktgesetzen und akzeptieren diese nicht länger, sondern hinterfragen sie. Aus diesem Grund sind es oft völlig branchenfremde Unternehmen, die einen bestehenden Markt revolutionieren. Denken Sie z. B. an Apple, Google oder Red Bull.

Für die Zukunftsplanung eines Unternehmens ist es zwingend notwendig querzudenken, denn wie können Sie absehen, was in fünf oder zehn Jahren auf Ihrem Markt los sein wird? Sie gelangen nur mit anderen Methoden und Denkprozessen in die heute noch virtuelle Zukunft.

Dieses Buch zeigt Ihnen, was Querdenken ist und wie man als Spielmacher in der Lage ist, die Spielregeln in einem Markt zu seinen Gunsten zu ändern oder anzupassen. Es nennt Ihnen Beispiele für erfolgreiche Querdenker und weniger erfolgreiche Nicht-Querdenker. Aus der Unternehmenspraxis kommend stelle ich Ihnen eine erfolgreiche Vorgehensweise zur Umsetzung des Prozesses vor. Die ausgewählten Querdenker-Sprüche werden Ihnen bestimmt ein Schmunzeln entlocken und einen gewissen Aha-Effekt erzielen.

Nachdem mich die Begeisterung für das Thema Querdenken gepackt hatte, wollte ich natürlich unbedingt mein Team davon überzeugen und diese Methode bei uns im Unternehmen einsetzen. Also habe ich angefangen, eine Präsentation

für ein Kick-off-Meeting zusammenzustellen. Einige Grundbegriffe, Beispiele und Gedanken dazu habe ich zusammengetragen und aufbereitet. Sollten Sie genauso wie ich von diesem Thema gepackt werden, soll Ihnen diese Arbeit erspart bleiben. Auf meiner Website – www.gerd-inno-spindler.de – steht Ihnen eine Präsentation zum Thema „Querdenken – Spielregeln ändern“ als Download zur Verfügung. Damit können Sie sofort loslegen, wenn Sie das Thema in Ihrem Unternehmen umsetzen wollen.

Lassen Sie den Ausflüchten und Entschuldigungen der Vergangenheit keine Chance und nutzen Sie die großen Möglichkeiten, die sich jenseits der Marktbarrieren und -gesetze anbieten. Verlassen Sie die eingezeichneten Wege im Markt und suchen Sie die Trampelpfade.

Wenn die bisherigen Methoden Sie im Stich gelassen haben oder wenn Sie einfach mehr erwarten als die kleinen Schritte der Optimierung für Ihr Unternehmen, dann haben Sie das richtige Buch ausgewählt. Die einzelnen Kapitel sind so aufgebaut, dass sie auch separat gelesen werden können oder Sie gezielt etwas nachschlagen können. Aus didaktischen Gründen finden Sie deshalb Wiederholungen von Inhaltsschwerpunkten in den Kapiteln.

Gerd-Inno Spindler

Vorwort zur zweiten Auflage

Bei meinen Vorträgen, Seminaren und Workshops ergeben sich immer wieder neue Aspekte und Erkenntnisse im „Anders Denken“. Diese habe ich, ebenso wie neue Beispiele für Quer- und Anders-Denker, in die zweite Auflage meines Buchs aufgenommen. Die Recherchearbeit für die neuen Querdenker-Beispiele hat mir wieder gezeigt, dass ein anders Denken unabhängig von Unternehmensgröße und Art des Unternehmens ist. Bestimmend sind die Offenheit und der Wille der handelnden Personen, Hindernisse nicht zu akzeptieren, sie zu hinterfragen und zu beseitigen. Die Gespräche mit den Verantwortlichen dieser Unternehmen und Organisationen waren hoch interessant und erfrischend. Sie zeigen das riesige Potenzial, das Querdenken bietet und sind eine Quelle weiterer Ideen und Gedanken.

Es hat viel Spaß gemacht, meine Erfahrungen aufzuschreiben und Anregungen für Sie zusammenzustellen. Ich wünsche Ihnen viel Vergnügen bei der Lektüre dieses Buches und freue mich, wenn ich Sie für das Querdenken und die Spielmacher-Theorie begeistern kann. Die Umsetzung des Querdenker-Prozesses hat unserem Unternehmen in erheblichem Maße geholfen uns vom Wettbewerb zu differenzieren und die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft zu stellen. Dass wir dabei auch viel Spaß hatten und Querdenken das gesamte Unternehmen motivieren kann, sei nur am Rande erwähnt.

Gerd-Inno Spindler