

Als Steve Jobs zurückkam

FOKUSSIERUNG UND DIE 80-20-REGEL – SO SCHAFFTE STEVE JOBS APPLES RÜCKKEHR AN DIE SPITZE

IN DER OSCAR-WÜRDIGEN FILM-BIOGRAFIE »JOBS« AUS DEM JAHR 2015 VERLIESS ASHTON KUTCHER, DER STEVE JOBS VERKÖRPERTE, AM 16. SEPTEMBER 1985 WUTENTBRANNT DIE APPLE-HAUPTNIEDERLASSUNG IM KALIFORNISCHEN CUPERTINO. SOEBEN WAR JOBS VON CEO JOHN SCULLEY, DESSEN EINSTELLUNG ER SELBST VERFÜGT HATTE, ENTLASSEN WORDEN.

Mit seinen unberechenbareren Attitüden stellte Jobs eine potenzielle Gefahr für den weiteren Erfolg des Unternehmens dar – so glaubte man zumindest. Steve Jobs konzentrierte sich ab da wieder verstärkt auf sein Nebenprojekt, das Unternehmen NeXT. Und dieses sollte im Verlauf der folgenden zehn Jahre so erfolgreich werden, dass Apple sich dazu entschied, es aufzukaufen. Jobs war ab da wieder bei

Apple beschäftigt und übernahm ab dem 16. September 1997 sogar wieder die Leitung von Apple – zunächst nur als sogenannter »iCEO« (»Interim CEO«), jedoch sollte er bis zu seinem Tod im Jahr 2011 CEO von Apple bleiben. Ab 1997 begann für Apple erst der beispiellose Aufstieg an die Spitze der Tech-Giganten. Zu verdanken war dies Jobs' radikaler Strategie, die auch als »Kraft der Konzentration« bezeichnet wird

und dem Konzept der 80-20-Regel (auch bekannt unter dem Namen »Pareto-Prinzip«) entspricht.

SO VERHALF JOBS APPLE WIEDER IN DIE GEWINNZONE

Steve Jobs kehrte mit der gewinnbringenden Überzeugung zu Apple zurück, dass es wichtiger ist, sich zu fokussieren, als sich zu zerstreuen. Anstatt eine immer grössere und breitere Produktpalette anzubieten, konzentrierte sich Apple fortan auf einzelne ausgewählte Produkte, die bereits den Grossteil der Umsätze für das Unternehmen generierten. Mit einem Spezialistenteam machte sich Jobs daran, diese Produkte mit grossen Deckungsbeitragsüberschüssen ausfindig zu machen. In der Folge beendete Jobs bald die Lizenzierung verschiedener Betriebssysteme. Ausserdem strich er viele laufende

Forschungsprojekte zusammen und konzentrierte sich ab da nur noch auf das iBook und den iMac für Privatanwender beziehungsweise auf den stärkeren PowerMac für gewerbliche Nutzer. Seine Strategie sollte jedoch erst später Früchte tragen: Bezifferte sich Apples Jahresumsatz im Jahr 1996 noch auf 9,86 Milliarden US-Dollar, so lag er in Jobs' Todesjahr 2011 bereits bei sagenhaften 108,60 Milliarden.

DIE SIEBEN GRUNDPRINZIPIEN VON STEVE JOBS UND DEM ERFOLG VON APPLE

Steve Jobs verinnerlichte zeit seines Lebens diese sieben Grundprinzipien, die Apple speziell ab 1996 zu einem fantastischen Aufstieg verhalfen:

1. Er machte nur das, was er wirklich liebte.
2. Er wollte etwas Grossartiges.

hinterlassen.

3. Er nutzte die volle Kapazität seines Verstandes.
4. Er verkaufte seinen Kunden nicht nur Produkte, sondern Träume
5. Er sagte Nein zu 1.000 Dingen und Ja! nur zu einem oder zwei Dingen.
6. Er sorgte für herausragende und verblüffende Ergebnisse.
7. Er beherrschte den grandiosen Auftritt vor Kunden.

Jobs selbst sprach den oben genannten Grundprinzipien noch eine viel wesentlichere Grundbedingung zu, und zwar die Kraft der Konzentration, seines laserartigen Fokus, um Wichtiges von Unwichtigem zu unterscheiden und um mehr Zeit und Kapazitäten für wirklich einzigartige Dinge zu haben.

Autor: Thomas Ludwig
(redaktion@noch-erfolgreicher.com)

Ergänzende Informationen über Steve Jobs

In den letzten Monaten habe ich mich mit den Strategien von Steve Jobs etwas genauer beschäftigt, als ich den Lehrgang »Rusch-Unternehmer-Mastery« vorbereitet habe. Jobs gehörte wahrscheinlich zu den zehn erfolgreichsten Unternehmern der letzten 50 Jahre.

Besonders faszinierend fand ich, dass er, als er 1997 zu Apple zurückkehrte, die Produktpalette radikal reduzierte und sich fortan auf nur ganz wenige Produkte fokussierte – sowohl beim Marketing als auch bei der Produktentwicklung. Ich benutze dafür gerne den Begriff »die Kraft der Konzentration«. Wahrscheinlich hat

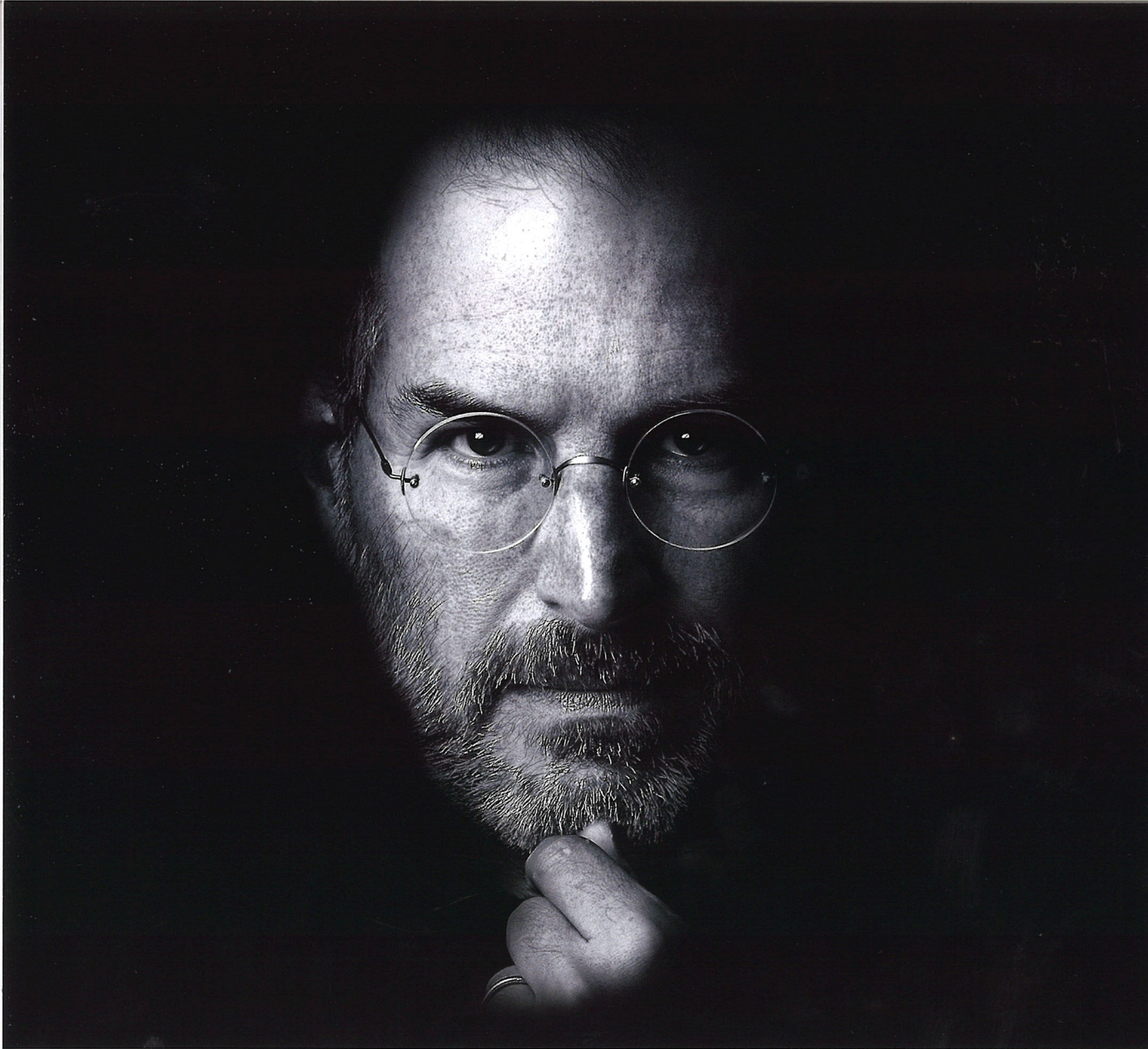
genau das das Unternehmen Apple gerettet. 1997 betrug der Jahresverlust von Apple noch 1,04 Milliarden US-Dollar, was die Firma an den Rand des Abgrunds brachte. Doch bereits 1998 wurde ein Jahresgewinn von 309 Millionen Dollar eingefahren.

Es gibt Firmen, die nur ein einziges Produkt verkaufen und damit sehr erfolgreich sind. Denn sie können sich im Marketing und auch beim Kundenerlebnis voll und ganz auf dieses eine Produkt konzentrieren. Ich persönlich empfehle aber durchaus, über mehrere Produkte und vielleicht auch mehrere Profit Center zu verfügen, damit das Risiko breiter

gestreut ist – wobei es sinnvoll ist, wenn die Zielgruppe identisch ist.

Ihnen als Abonnent dieser Zeitschrift verrate ich etwas, das ich auf Social Media nicht an die grosse Glocke hängen würde: Ich habe letztes Jahr definiert, dass wir in der Rusch-Firmengruppe den Fokus künftig auf zehn Haupt-Angebote richten, wobei wir drei davon besonders stark in den Vordergrund stellen. Bisher haben wir immer 100 oder noch mehr Produkte beworben. Jetzt fokussieren wir uns stärker.

Autor: Alex Rusch
(www.alexrusch.com)



Als Steve Jobs zurückkam

FOKUSSIERUNG UND DIE 80-20-REGEL – SO SCHAFFTE STEVE JOBS APPLES RÜCKKEHR AN DIE SPITZE

IN DER OSCAR-WÜRDIGEN FILM-BIOGRAFIE »JOBS« AUS DEM JAHR 2015 VERLIESS ASHTON KUTCHER, DER STEVE JOBS VERKÖRPERTE, AM 16. SEPTEMBER 1985 WUTENTBRANNT DIE APPLE-HAUPTNIEDERLASSUNG IM KALIFORNISCHEN CUPERTINO. SOEBEN WAR JOBS VON CEO JOHN SCULLEY, DESSEN EINSTELLUNG ER SELBST VERFÜGT HATTE, ENTLASSEN WORDEN.

Mit seinen unberechenbareren Attitüden stellte Jobs eine potenzielle Gefahr für den weiteren Erfolg des Unternehmens dar – so glaubte man zumindest. Steve Jobs konzentrierte sich ab da wieder verstärkt auf sein Nebenprojekt, das Unternehmen NeXT. Und dieses sollte im Verlauf der folgenden zehn Jahre so erfolgreich werden, dass Apple sich dazu entschied, es aufzukaufen. Jobs war ab da wieder bei

Apple beschäftigt und übernahm ab dem 16. September 1997 sogar wieder die Leitung von Apple – zunächst nur als sogenannter »iCEO« (»Interim CEO«), jedoch sollte er bis zu seinem Tod im Jahr 2011 CEO von Apple bleiben. Ab 1997 begann für Apple erst der beispiellose Aufstieg an die Spitze der Tech-Giganten. Zu verdanken war dies Jobs' radikaler Strategie, die auch als »Kraft der Konzentration« bezeichnet wird

und dem Konzept der 80-20-Regel (auch bekannt unter dem Namen »Pareto-Prinzip«) entspricht.

SO VERHALF JOBS APPLE WIEDER IN DIE GEWINNZONE

Steve Jobs kehrte mit der gewinnbringenden Überzeugung zu Apple zurück, dass es wichtiger ist, sich zu fokussieren, als sich zu zerstreuen. Anstatt eine immer grössere und breitere Produktpalette anzubieten, konzentrierte sich Apple fortan auf einzelne ausgewählte Produkte, die bereits den Grossteil der Umsätze für das Unternehmen generierten. Mit einem Spezialistenteam machte sich Jobs daran, diese Produkte mit grossen Deckungsbeitragsüberschüssen ausfindig zu machen. In der Folge beendete Jobs bald die Lizenzierung verschiedener Betriebssysteme. Ausserdem strich er viele laufende

Forschungsprojekte zusammen und konzentrierte sich ab da nur noch auf das iBook und den iMac für Privatanwender beziehungsweise auf den stärkeren PowerMac für gewerbliche Nutzer. Seine Strategie sollte jedoch erst später Früchte tragen: Bezifferte sich Apples Jahresumsatz im Jahr 1996 noch auf 9,86 Milliarden US-Dollar, so lag er in Jobs' Todesjahr 2011 bereits bei sagenhaften 108,60 Milliarden.

DIE SIEBEN GRUNDPRINZIPIEN VON STEVE JOBS UND DEM ERFOLG VON APPLE

Steve Jobs verinnerlichte zeit seines Lebens diese sieben Grundprinzipien, die Apple speziell ab 1996 zu einem fantastischen Aufstieg verhalfen:

1. Er machte nur das, was er wirklich liebte.
2. Er wollte etwas Grossartiges.

hinterlassen.

3. Er nutzte die volle Kapazität seines Verstandes.
4. Er verkaufte seinen Kunden nicht nur Produkte, sondern Träume
5. Er sagte Nein zu 1.000 Dingen und Ja! nur zu einem oder zwei Dingen.
6. Er sorgte für herausragende und verblüffende Ergebnisse.
7. Er beherrschte den grandiosen Auftritt vor Kunden.

Jobs selbst sprach den oben genannten Grundprinzipien noch eine viel wesentlichere Grundbedingung zu, und zwar die Kraft der Konzentration, seines laserartigen Fokus, um Wichtiges von Unwichtigem zu unterscheiden und um mehr Zeit und Kapazitäten für wirklich einzigartige Dinge zu haben.

Autor: Thomas Ludwig
(redaktion@noch-erfolgreicher.com)

Ergänzende Informationen über Steve Jobs

In den letzten Monaten habe ich mich mit den Strategien von Steve Jobs etwas genauer beschäftigt, als ich den Lehrgang »Rusch-Unternehmer-Mastery« vorbereitet habe. Jobs gehörte wahrscheinlich zu den zehn erfolgreichsten Unternehmern der letzten 50 Jahre.

Besonders faszinierend fand ich, dass er, als er 1997 zu Apple zurückkehrte, die Produktpalette radikal reduzierte und sich fortan auf nur ganz wenige Produkte fokussierte – sowohl beim Marketing als auch bei der Produktentwicklung. Ich benutze dafür gerne den Begriff »die Kraft der Konzentration«. Wahrscheinlich hat

genau das das Unternehmen Apple gerettet. 1997 betrug der Jahresverlust von Apple noch 1,04 Milliarden US-Dollar, was die Firma an den Rand des Abgrunds brachte. Doch bereits 1998 wurde ein Jahresgewinn von 309 Millionen Dollar eingefahren.

Es gibt Firmen, die nur ein einziges Produkt verkaufen und damit sehr erfolgreich sind. Denn sie können sich im Marketing und auch beim Kundenerlebnis voll und ganz auf dieses eine Produkt konzentrieren. Ich persönlich empfehle aber durchaus, über mehrere Produkte und vielleicht auch mehrere Profit Center zu verfügen, damit das Risiko breiter

gestreut ist – wobei es sinnvoll ist, wenn die Zielgruppe identisch ist.

Ihnen als Abonnent dieser Zeitschrift verrate ich etwas, das ich auf Social Media nicht an die grosse Glocke hängen würde: Ich habe letztes Jahr definiert, dass wir in der Rusch-Firmengruppe den Fokus künftig auf zehn Haupt-Angebote richten, wobei wir drei davon besonders stark in den Vordergrund stellen. Bisher haben wir immer 100 oder noch mehr Produkte beworben. Jetzt fokussieren wir uns stärker.

Autor: Alex Rusch
(www.alexrusch.com)