

Das Konzept

MEWES

Strategie®

Warum Mewes-Strategie?



MEWES
Strategie®

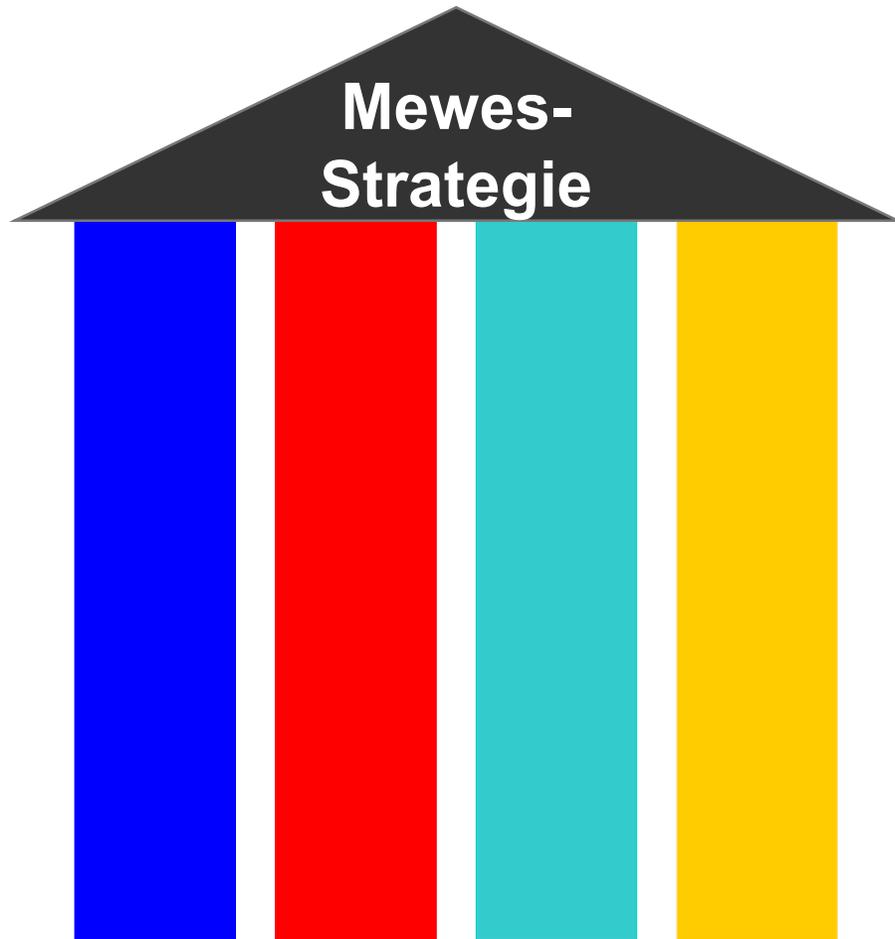
- **Prof. h.c. Wolfgang Mewes**
- **Er analysierte** viele hundert Unternehmen und Karrieren.
- **Seine Erkenntnis:**
„Alle erfolgreichen Unternehmen und Menschen gehen nach den gleichen Prinzipien vor.“

„Dein Erfolg hängt weder von der Größe deiner Intelligenz, deiner Kenntnisse oder deiner Mittel ab, sondern einzig und allein von deiner Strategie, d.h. der Art und Weise, wie du deine Kräfte und Mittel einsetzt.“

Prof. h.c. Wolfgang Mewes, Urheber der Mewes-Strategie, (1924 - 2016)

Die vier Prinzipien der Mewes-Strategie

Nur vier Prinzipien zu deutlich mehr Erfolg:



1. Spezialisierung
statt Verzettlung

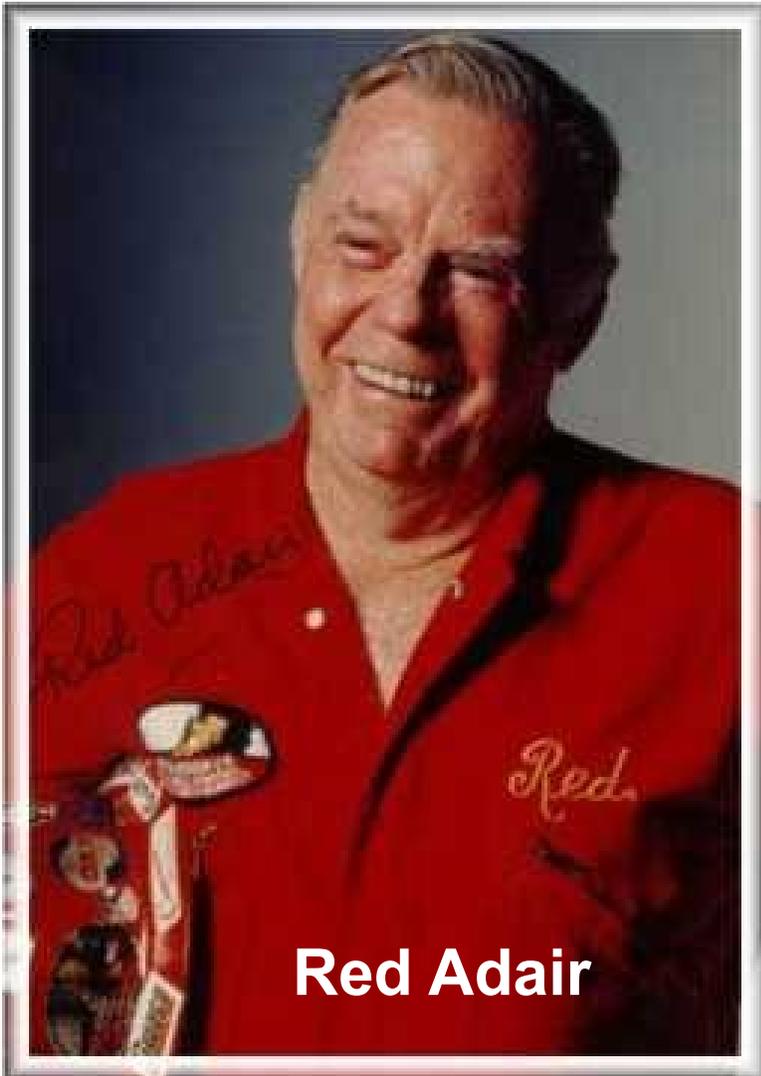
2. Konzentration
auf den wirkungsvollsten Punkt

3. Minimum-Faktor
= Engpass lösen

4. Nutzen-Maximierung
für die Zielgruppe

Beispiele

1. Spezialisierung statt Verzettelung



Red Adair

- *Du siehst hier einen absoluten Spezialisten - du kennst ihn bestimmt.*
- *Red Adair war ein weltweit erfolgreicher Experte. Er wusste, wie man die gefährlichsten Brände löscht!*
- *Wer Erfolg haben will, muss sich spezialisieren und seine Kräfte konzentrieren!*

Wer alles will,
verzettelt sich und
bleibt **durchschnittlich!**

2. Konzentration auf den wirkungsvollsten Punkt



- **David besiegte Goliath**
*durch einen gezielten
Schuss an die Stirn.*
- **Alle vorhandenen Kräfte**
*waren auf den wirkungsvollsten
Punkt konzentriert.*

„Gib mir einen Punkt,
wo ich ansetzen kann,
und ich hebe die Erde
aus den Angeln.“

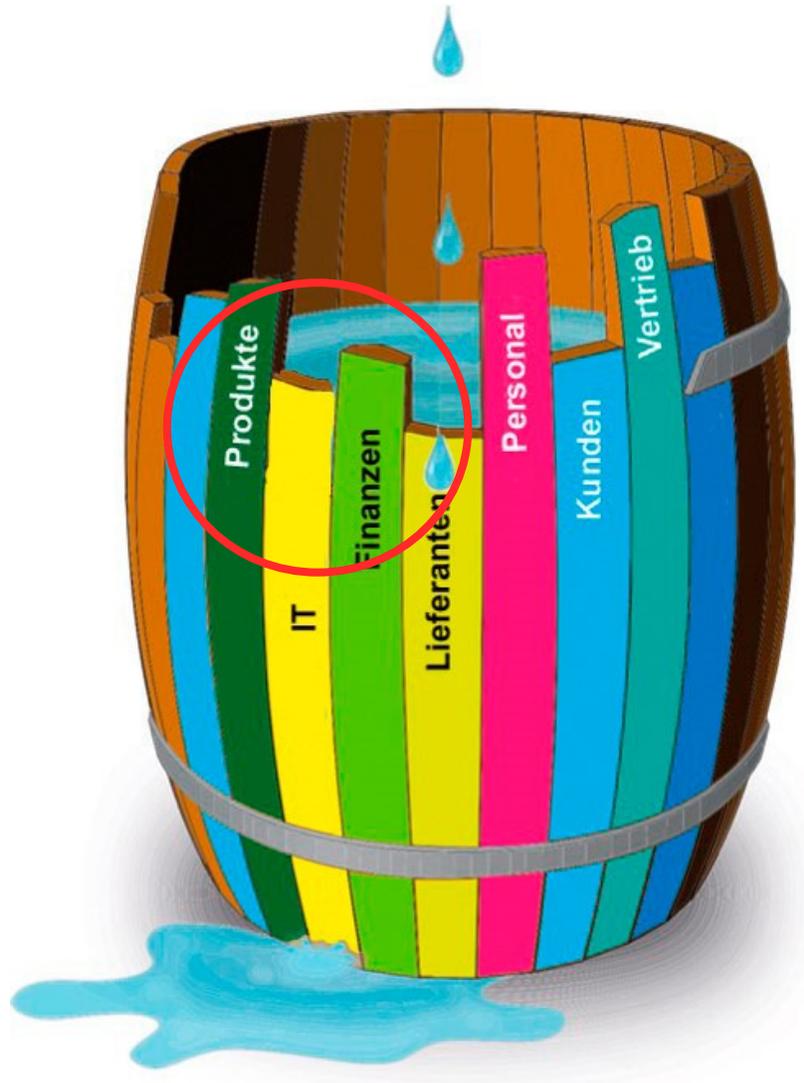
Archimedes von Syrakus (288-212 v.u.Z.)

3. Minimum-Faktor = Engpass lösen



- **Engpass ist der Faktor,**
*der ein Unternehmen am
Wachstum hindert!*
- **Diesen betrieblichen Engpass**
*muß man finden,
aufzeigen und lösen.*

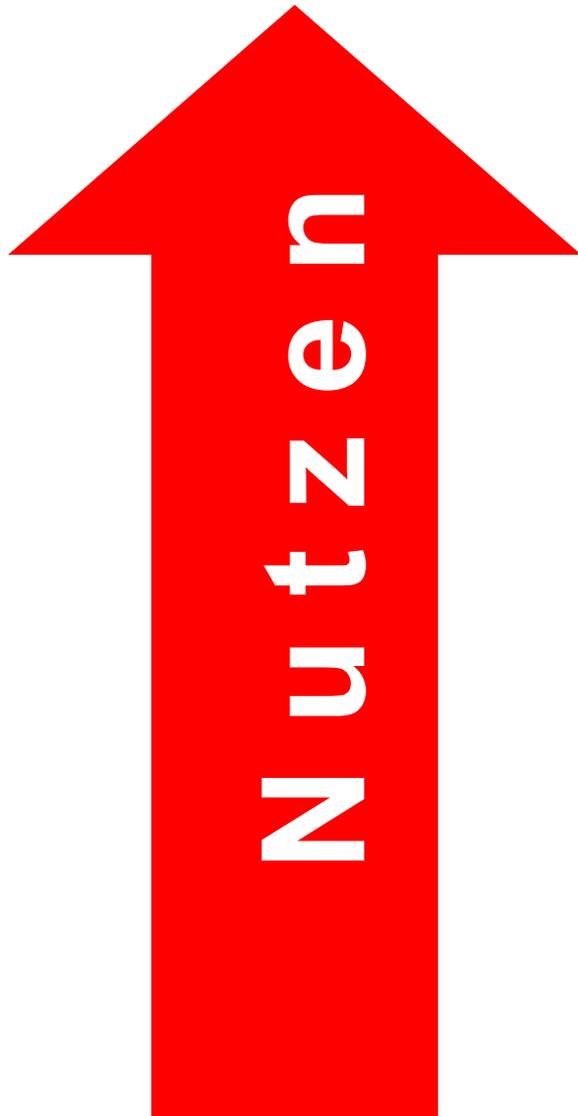
3. Minimum-Faktor = Engpass lösen



- **Engpass ist der Faktor,** der ein Unternehmen am Wachstum hindert!
- **Diesen betrieblichen Engpass** muß man finden, aufzeigen und lösen.

Der Minimum-Faktor begrenzt die positive Entwicklung eines Systems selbst dann, wenn alle restlichen Faktoren in ausreichendem Maße vorhanden sind!

4. Nutzen-Optimierung für die Zielgruppe

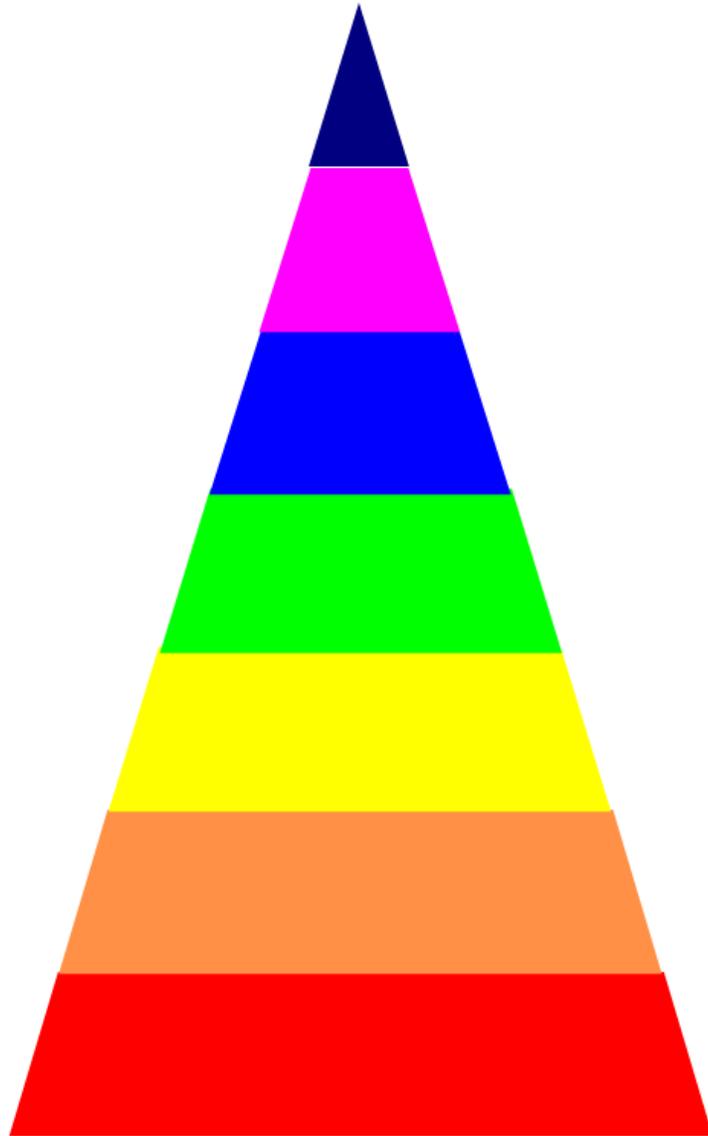


- **Langfristig erfolgreich sind die Unternehmen, die ihren Kunden einen optimalen Nutzen bieten!**
- **Nutzen-Maximierung steht also vor Gewinn-Maximierung!**

Denn:
Mit steigendem Nutzen wächst die Nachfrage und damit wachsen die Gewinne von ganz alleine!

Die sieben Phasen der Mewes-Strategie

Die 7 Umsetzungs-Phasen der Mewes-Strategie



7. Konstantes Grund-Bedürfnis

6. Kooperations-Strategien

5. Innovations-Strategien

4. Brennendstes Problem der Zielgruppe

3. Erfolg versprechendste Zielgruppe

2. Erfolg versprechendstes Geschäftsfeld

1. Ist-Situation und spezielle Stärken

Die sieben Phasen der Mewes-Strategie:

zwei davon exemplarisch dargestellt

Beispiel 1

1. Die speziellen Stärken und die Transformation



- **Der Weltmarkt** bei den Papierfilmen ist eingebrochen.
- **Kodak** – einst Weltmarktführer - hat die „Wende“ nicht geschafft!
- **Wer Erfolg haben will**, muss sich **strategisch positionieren** und seine Kräfte konzentrieren!

Wer sich nicht konsequent an den Grund-Bedürfnissen orientiert, wird letztlich scheitern.

1. Wie findet man seine speziellen Stärken?



- *FUJIFILM stand vor einer ähnlichen Situation wie Kodak.*
- *Nach der **Differenzeignung** gesucht:*
 - Was können wir besser als die anderen?*
 - Worin unterscheiden wir uns von anderen?*
 - Was sind unsere eigentlichen Kompetenzen?*
 - Welchen konkreten Nutzen können wir bieten?*
- *Stärken ausbauen – Schwächen vernachlässigen*

1. Die speziellen Stärken und die Transformation



Experten in der Nanotechnologie

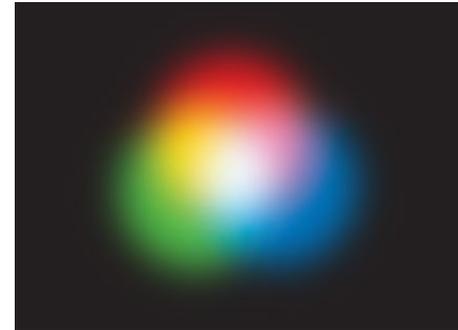


Experten in der Antioxidans-Technologie

Transformation

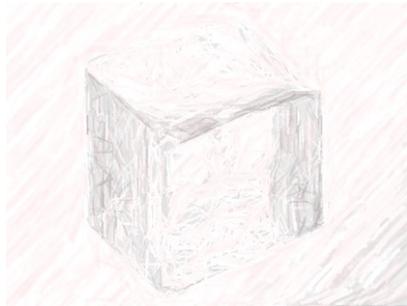


Experten in der Collagenforschung

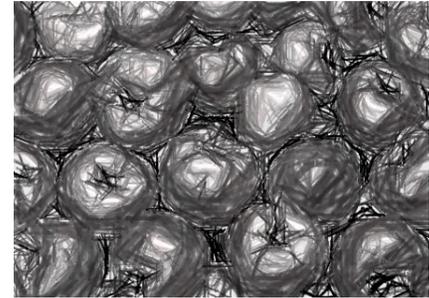


Experten in der Lichtanalyse-Technologie

1. Die speziellen Stärken und die Transformation



Anti-Aging-Produkt



1. Die speziellen Stärken und die Transformation

FUJIFILM



Anti-Aging-Produkt

Fuji hat sich vom Spezialisten für Fotopapier auf Basis seiner Stärken und Kernkompetenzen zum Spezialisten für Anti-Aging-Produkte entwickelt!

Beispiel 2

2. Das Erfolg versprechendste Geschäftsfeld



- **Das Geschäftsfeld muss**
möglichst klein sein!
- **Dort kann man seine**
speziellen Stärken
am besten entfalten!

2. Das Erfolg versprechendste Geschäftsfeld



*Von ursprünglich 18 Geschäftsfeldern
bleib nur eines übrig:*

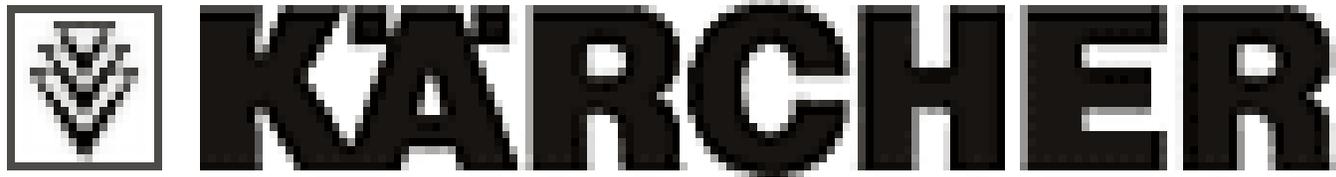
„Reinigen ist unsere Sache!“

2. Das Erfolg versprechendste Geschäftsfeld



Allein durch die Konzentration auf den Hochdruckreiniger wurde der Umsatz in fünf Jahren fast verfünffacht!

2. Das Erfolg versprechendste Geschäftsfeld



Erfolgreich wird man dann,
wenn man Eignung und Neigung
in Übereinstimmung bringt!

Reinigungsgeräte

Kärcher trotz Marktschwächen

WINNENDEN. Der Reinigungsgerätehersteller Kärcher hat trotz der Schwäche in einigen Märkten und gegenläufiger Währungstrends im vergangenen Jahr kräftig zulegen können. Der Umsatz stieg um fünf Prozent auf 2,33 Milliarden Euro, wie Kärcher mitteilte. Ohne den gegenüber einigen Währungen starken Euro hätte das Plus nach den Worten von Kärcher-Chef Hartmut Jenner gar bei sieben Prozent gelegen. „Wichtig für uns: Wir sind stärker gewachsen als der Weltmarkt für Reinigungstechnik“, sagte Jenner der „Winnenden Zeitung“. Zum Gewinn machte das Unternehmen keine Angaben. *dpa*

Mannheimer Morgen
04.02.2017

Zusammenfassung

Was sind die Kern-Aussagen der Mewes-Strategie?

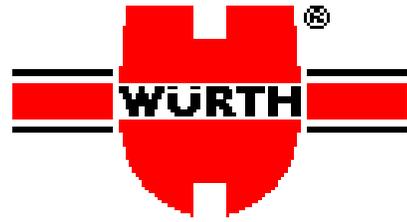
Erfolgreiche Unternehmen
*spezialisieren sich konsequent
auf eine Zielgruppe!*

Erfolgreiche Unternehmen
sind Problemlöser!

Erfolgreiche Unternehmen
*bieten ihrer Zielgruppe
einen maximalen Nutzen!*

Mewes' Fazit:
Langfristiger Erfolg ist
einzig und allein eine Frage
der richtigen Strategie!

Bekannte Anwender der Mewes-Strategie:



YTONG

fielmann



BELIMO[®]

KOMMENTAR

Belimos orange Boxen sind krisenresistent

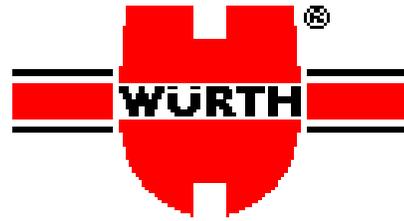


Die in der Heizungs-, Lüftungs- und Klimatechnik tätige Belimo hat ihre herausragende Rentabilität auch in der Krise bewiesen. Die unternehmerisch geprägte Strategie, das wenig Kapital erforderliche Geschäftsmodell und die ideale Positionierung werden mit einer hohen Bewertung belohnt.

Giorgio V. Müller

08.03.2021, 16.58 Uhr

Bekannte Anwender der Mewes-Strategie:



YTONG

fielmann



BELIMO[®]

... und Tausende kleinster, kleiner, mittlerer und großer Unternehmen.

Warum ist diese Erfolgsstrategie nicht in aller Munde?

Die Mewes-Strategie ...

- ist nicht im offiziellen Zitierkreislauf der Universitäten und Hochschulen
- widerspricht in einer Hauptaussage der gängigen BWL
- erfolgreiche Anwender sprechen selten darüber
- die Anwendung der Strategie bedeutet häufig eine Haltungs- und Einstellungsänderung
- viele geben sich mit ersten, schnell erreichten Erfolgen zufrieden



**Strategische Partner
erreichen höhere Ziele.**

- mail@strategie.net
- www.strategie.net

- Non-Profit-Organisation
- ca. 500 Mitglieder bundesweit sowie in Österreich und der Schweiz
- ca. 15 regionale StrategieForen
- zahlreiche Regionalveranstaltungen
- zentrale Strategie-Veranstaltungen (Strategische Auszeit, Barcamp, Strategietag)
- 4 mal jährlich exklusiv: Strategie Journal (Print) und PDF
- telefonische Strategie-Hotline
- Vermittlung von Kooperationspartnern
- geldwerte Vorteile durch Kooperations-Partner, **zum Beispiel ...**



Online-Autorisierungs-Workshop
in Kooperation mit dem
Bundesverband StrategieForum e.V.
am 5. November 2021



Wolfgang Mewes Stiftung
Stiftung des bürgerlichen Rechts



MEWES STRATEGIE GmbH
EKS-Akademie und Dienstleistungsgesellschaft
MEWES
Strategie®

Ihr Ansprechpartner:



Dipl.-Wirtsch.-Ing. Thomas Ruf

Strategie- und Positionierungs-Experte (IHK)

GF des Bundesverbandes StrategieForum e.V.

mail@strategie.net

Tel. 0621 – 48 42 873