

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
Schluss mit der Schönwetter-Wirtschaft	13
Ein Blick zurück: Rulebreaker formten die Welt, die uns umgibt	17
Das Mensch-Maschine-Interface	17
Durst kennt keine Saison	27
Ein Kleber, der nicht klebt	33
Fall 1: Wie der Kreuzschiffmarkt neu entdeckt wurde	41
Erfolgsrezept: Das kindliche „Warum?“	44
„Ich will die DSR nicht haben“	48
Alles oder nichts	51
Plattenbau und Trauermarsch	54
Feuer auf See!	56
Ein Schiff geht auf die Reise	59
Wasser bis zur Reling	61
Dinner ohne Ende	63
Der Lord und die Kühe	64
Ein Huhn am Tag!	67
Fall 2: Gegen den Strom	69
Ein Unternehmen voller Regeln: Das Eldorado für Regelbrecher	71
Die Strategieabteilung am Boden	72
„Das ist nicht das Unternehmen, in dem ich arbeiten will“	76
Die Glücksmomente des Rulebreakers: Verstanden werden	79
Strom wird bunt	81
Nach dem Regelbruch ist vor dem Regelbruch	84

Diagnose „Stoff-Bulimie“: Reinschaufeln, Auskotzen, Vergessen	85
Fall 3: Aufruhr unter den Immobilienmaklern	89
Eine der ältesten Maklerfamilien Deutschlands	91
Das Verhandeln im Blut	92
Wilde Zeiten	94
Rulebreaking aus Überzeugung	96
Seiner Zeit voraus	97
Wie ein Regelbruch entsteht	102
Einer gegen die Branche	104
Der Gegenwind wird stärker	106
Der Rulebreaker und die Angst	109
Die Taktik des offenen Visiers	111
Gib dir keine Antworten auf Fragen, die du noch nicht gestellt hast	114
Fall 4: Wie Deutschlands Werbemarkt revolutioniert wurde	117
Sein erster Regelbruch	118
Der zweite Gegenwind	123
Der Wert von Ignoranz, Arroganz und gezielter Dummheit	124
Die Idee entsteht	126
7d im Wohnzimmer	128
Die Überzeugung des Rulebreakers	130
An die Wand gefahren	131
Ein Wunder namens Wunderloop	134
Wie Visionäre ticken	136
Ist Erfolg langweilig?	136
Steilwandklettern	138
Die sechste Etage	140
Geht Rulebreaking in einem Konzern?	140

Fall 5: Wie ein Banker seine Branche neu erfindet ...	143
Wie das Rulebreaker-Gen entsteht	146
Rulebreaker in der Krise: Das Establishment schlägt zurück	147
Eine Idee entsteht	149
„Nicht schon wieder!“	153
Muss man reich sein, um Rulebreaker zu werden?	155
Der Antiheld	157
Die Sehnsucht des Rulebreakers nach den Nachahmern	161
Fall 6: Wie der neue Markt des Social Business erobert wurde	165
Vom Manager zum Unternehmer	169
Krumme Wege	170
Regelbruch: Kein Shareholder-Value	173
Produktentwicklung in Ecuador	175
Das Heer der potenziellen Regelbrecher	178
Der Mann der gebrochenen Wege	180
Besessener, Zweifler, Wadenbeißer	181
Müssen Rulebreaker Unternehmer sein?	184
Werden gebrochene Wege noch gerade?	186
Fall 7: Wie die Tageszeitung der Zukunft erfunden wurde	187
Zwei Wege führen zur Idee	191
Unternehmer seit 15	193
Der Regelbruch vor dem Regelbruch	194
Die Philosophie der immerwährenden Beta-Phase	196
Vom Rulebreaker zum Zeitungsausträger und wieder zurück	199
Copy, Dummy, Schily	201
Das erste Ja	203
Schlag auf Schlag	208
Die Regeln der Branche	211

Die Gnade des Branchenfremden	213
Es wird ernst	215
Wo ist vorn?	216

Fall 8: Wie der deutsche Apothekermarkt

aufgebrochen wurde	219
Wenn Unternehmerdenken auf Zunftstrukturen trifft	222
Die Regeln des Apothekermarktes	224
Von Tante Emma zum Supermarkt	226
Das Häuptlingssyndrom	227
Der „Pillenkrieg“ beginnt	229
Aus Spaßguerilla wird Ernst	230
Eine verrückte Vision	232
Boycott und Morddrohung	234
Die Eröffnung	237
Wie ticken Rulebreaker?	239
Der überlebenswichtige Frust der Visionäre	241
Was interessiert mich mein Geschwätz von gestern?!	242
Alles easy!	243

Fall 9: Warum die Wörterbücher verschwinden 245 |

Das World Wide Web entsteht	246
„Wir wollen LEO retten“	249
Ein Weihnachtsurlaub am Computer	250
Wer erkennt den Regelbruch zuerst?	253
Sie denken an Selbstständigkeit	255
Vom Angestellten zum Rulebreaker	256
Der Verteilerkasten auf dem Esstisch	258
Unabhängigkeit statt großes Geld	259
Werden Rulebreaker konservativ?	262

Fall 10: Warum drei Hotel-Oscars in eine dunkle

Gasse gingen	265
Tu, was du willst, aber ohne Fallschirm	267

Der erste Regelbruch	269
Der Punk beim Jurastudium	270
Studienabbruch mit Eklat	272
Ein Schwabe in New York	273
Vom Seitenstreifen auf die Überholspur	275
Die erste Radiowerbung	278
„Das wird die Welt verändern!“	280
Der „Kolumbus des Cyberspace“	282
„Ich kann mich nicht selbst feiern!“	285
Der rote Faden des Lebens	288
Den Blinden die Farbe schmackhaft machen	290
Der erste DAX-Vorstand ohne abgeschlossene Berufsausbildung	293
Ana Marrakchi	295
Ana Yela, das Rulebreaker-Hotel	298
Ich bin in der Überzahl	302
Die sieben Sünden	303
Die Vision des Club of Marrakech	306
Die Psychologie der Rulebreaker	309
Gegen die Wand laufen	311
Sehen Rulebreaker die Zukunft besser voraus?	312
Chancen statt Probleme	313
Zerstörerische Energie	315
Kampf gegen das Establishment	318
Sehnsucht nach Anerkennung	320
Mit offenem Visier	322
Grau ist gut!	324
Intrinsische Motivation	325
Der Weg ist das Ziel	326
Bereit sein für den Zufall	328
Unabhängigkeit als Ziel und Notwendigkeit	329
Die Strategie des Nicht-ernst-genommen-Werdens	331

Wie Unternehmen zu Regelbrechern werden	333
Das Missverständnis der Innovationsintensität	334
Angreifer gegen Verteidiger! Wer gewinnt wann?	336
Rulebreaker arbeiten an disruptiven Innovationen	340
Blue Ocean-Elemente im Rulebreaking	342
Blue Ocean-Element: Nutzeninnovation	344
Blue Ocean-Element: Strategischer Preis	345
Blue Ocean-Element: Kostensenkung durch radikale Fokussierung	347
Rulebreaker sind keine Blauocean-Kapitäne	348
Das Schnellboot ist voller Piraten!	350
Wie Ihr Unternehmen zum Markteroberer wird	353
Die Regeln des Regelbruchs	355
Wie Sie uneroberte Märkte erkennen	365
Symmetrische Informationsverteilung ändert alle Märkte	371
Handeln auch Sie wie Rulebreaker!	373
Das Rulebreaker-Manifest	375
Anmerkungen	377