

Jeff Bezos | Die 4 Weisheiten des Amazon-Gründers

SpecialGuest

13. April 2017



Amazon-Gründer Jeff Bezos: Drittreichster Mensch der Welt mit einem Vermögen von mehr als 70 Milliarden Dollar. (Foto: Getty Images)

Ein Management-Handbuch auf drei Seiten: Der Amazon-Gründer Jeff Bezos teilt seine Weisheiten in seinem Jahresbrief. Eine davon lautet: Lass' es nie zu Tag zwei kommen! (Artikel von [Handelsblatt Online](#))

Wenn Amazon-Chef Jeff Bezos sich zu Wort meldet, hören die Menschen zu. Das gleiche gilt, wenn der erfolgreiche Unternehmer seinen [jährlichen Brief](#) herausgibt, in dem er seine Weisheiten zum Besten gibt. Tatsächlich liest sich auch das letzte dreiseitige Schreiben wie ein Management-Ratgeber im Kurzformat.

Die Energie des Tag 1 ist in diesem Jahr das Thema wie auch die Frage, wie man es verhindert, am Tag 2 anzukommen. Denn Tag 2, das ist in den Augen von Bezos schon der Anfang vom Ende: „Tag 2 ist Stillstand. Gefolgt von Irrelevanz. Gefolgt von entsetzlichem, qualvollem Niedergang. Gefolgt von Tod“. Nein, da will man nicht ankommen.

Aber wie kann man die Vitalität von Tag 1 beibehalten? Bezos gibt seinen Lesern ein „Starterpaket mit Grundlagen für die Verteidigung des Tag 1“ in vier Punkten auf den Weg:

1. Kunden wissen nicht, was sie wollen

„Kunden sind immer unzufrieden, auch wenn sie berichten, glücklich zu sein und das

Geschäft großartig ist. Auch wenn sie es noch nicht wollen, die Kunden wollen etwas Besseres, und der Wunsch, Kunden zu begeistern, wird dich dazu bringen, in ihrem Namen Neues zu erfinden“, schreibt Bezos.

Kein Kunde habe jemals nach Amazon Prime gefragt, aber wie man sehe, wollten sie es. Dabei müsse man geduldig experimentieren und Misserfolge annehmen.

2. Hinterfrage deine Prozesse!

Wenn Unternehmen größer und komplexer werden, gibt es eine Tendenz zu „Proxies“ – wenn auf einmal weniger wichtige Dinge verwaltet werden und das Wichtige in den Hintergrund gerät. Bezos nennt Prozesse als Beispiel für solche „Proxies“.

Eigentlich dienen die Prozesse dazu, den Kunden gut zu bedienen. Aber wenn man nicht aufpasst, geht es den Managern nur noch um die Prozesse. Erfahrene Manager müssten Prozesse untersuchen und hinterfragen, wenn etwas nicht läuft, statt diese als Ausrede nehmen nach dem Motto: Wir haben uns ja an die Prozesse gehalten.

Um den Twitter Post anzuzeigen, öffne die Datenschutzeinstellungen und erlaube die Twitter Optionen.

Ein weiteres Beispiel für solche „Proxies“, wie sie Bezos nennt: Marktforschung und Kundenbefragungen. Auch die können, wenn man nicht aufpasst, den Platz der wahren Kunden einnehmen. Gute Erfinder und Designer versuchen ihre Kunden in der Tiefe zu verstehen.

„Sie schauen sich lieber viele Anekdoten an und versuchen, sie zu verstehen als nur die Durchschnittswerte, die sie bei Umfragen finden werden“, schreibt Bezos. Eine tolle erinnerungswürdige Kundenerfahrung beginne mit Herz, Intuition, Neugier, Spiel, Bauchgefühl und Geschmack. „Nichts davon findest du in einer Umfrage“.

3. Achte auf Trends und springe auf sie auf!

Wer nicht schnell genug neue Entwicklungen aufnimmt, findet sich schnell im Tag 2 wieder, ist Bezos überzeugt. „Wenn du gegen sie kämpfst, kämpfst Du wahrscheinlich gegen die Zukunft. Nehme sie auf und du hast Rückenwind“, so sein Rat.

Um den Twitter Post anzuzeigen, öffne die Datenschutzeinstellungen und erlaube die Twitter Optionen.

Als große Trends nennt er selbstlernende Maschinen und künstliche Intelligenz. Intelligente Maschinen kämen bei den Amazon Prime Air Lieferdrohnen zum Einsatz. Vieles laufe aber unter der Oberfläche: Algorithmen für die Bedarfsprognose, Produktsuchranglisten, Produkt- und Angebotsempfehlungen, Betrugserkennung, Übersetzungen und vieles mehr.

4. Entscheide superschnell!

„Auch Tag-2-Unternehmen machen qualitativ hochwertige Entscheidungen, aber sie machen qualitativ hochwertige Entscheidungen langsam“. Die Dynamik von Tag 1 zu behalten ist gerade für große Organisationen schwer. Es gebe auch nicht eine Methode, die für alle passt.

Man könne auch nicht immer alle Informationen abwarten, die man gerne hätte, um die Entscheidung zu treffen. Oft könne man diese noch auf dem Weg korrigieren. Das sei oft weniger kostspielig, als langsam zu sein. Ganz wichtig ist für Bezos die Methode „Disagree and Commit“ – nicht einverstanden sein, aber trotzdem dazu stehen. Oft sei er nicht einverstanden, gebe aber trotzdem grünes Licht. Das spare die Zeit, die die Mitarbeiter sonst bräuchten, um ihn zu überzeugen.

Und ganz am Ende fügt Jeff Bezos – wie jedes Jahr – noch einmal den [Aktionärsbrief aus dem Jahr 1997](#) an – dem Tag 1 des Unternehmens.

Die Autorin: Katharina Kort hat in Italien studiert und die [Georg von Holtzbrinck-Schule](#) für Wirtschaftsjournalisten in Düsseldorf absolviert. Nun berichtet sie als Handelsblatt-Korrespondentin aus New York.