

## Stagnieren - leicht gemacht!

Neue Märkte erobern, neue Zielgruppen erschließen - das ist durchaus möglich. Leider ist es mit dem Risiko verbunden, dass der Versuch nicht auf Anhieb gelingt. Dass es mehr als einen Anlauf dazu braucht. Wie man dieses Risiko vermeidet - hier steht's.

Wagen Sie niemals etwas Neues  
Wiederholen Sie stattdessen Altbekanntes bis zum Erbrechen.

Wagen Sie niemals etwas Neues  
Wiederholen Sie stattdessen Altbekanntes bis zum Erbrechen.

Wagen Sie niemals etwas Neues  
Wiederholen Sie stattdessen Altbekanntes bis zum Erbrechen.

Wagen Sie niemals etwas Neues  
Wiederholen Sie stattdessen Altbekanntes bis zum Erbrechen.

Wagen Sie niemals etwas Neues  
Wiederholen Sie stattdessen Altbekanntes bis zum Erbrechen.

Wagen Sie niemals etwas Neues  
Wiederholen Sie stattdessen Altbekanntes bis zum Erbrechen.

Wagen Sie niemals etwas Neues  
Wiederholen Sie stattdessen Altbekanntes bis zum Erbrechen.

Wagen Sie niemals etwas Neues  
Wiederholen Sie stattdessen Altbekanntes bis zum Erbrechen.

Wagen Sie niemals etwas Neues  
Wiederholen Sie stattdessen Altbekanntes bis zum Erbrechen.

Wagen Sie niemals etwas Neues  
Wiederholen Sie stattdessen Altbekanntes bis zum Erbrechen.

Wagen Sie niemals etwas Neues  
Wiederholen Sie stattdessen Altbekanntes bis zum Erbrechen.

Wagen Sie niemals etwas Neues  
Wiederholen Sie stattdessen Altbekanntes bis zum Erbrechen.

Stephan Meyer, Denkwart  
Stand: 23. November 2009

Übrigens: Mehr als 20 weitere, nicht ganz ironiefreie Checklisten finden Sie kostenlos zum Download unter <http://denkstelle.com/snacks/>  
Abonnenten des denkstelle-Newsletters erhalten die jeweils neueste Checkliste exklusiv im Preview. <http://denkstelle.com/newsletter/>