

## Neuprodukte - Eine Erfolgsgeschichte?



Foto: Pixabay - geralt

Unternehmen brauchen Produkte, die **Kundenbedürfnisse** befriedigen **und** auch **wirtschaftlichen Erfolg** bringen. (Zum Schnellüberblick nur Text **fett** lesen.)

### Drei Beispiele für Erfolge:

- + **TeamViewer:** Das in Göppingen ansässige Softwareunternehmen TeamViewer entwickelte eine Fernzugriffssoftware. Benutzer können damit die Computer und andere Geräte aus der Ferne steuern. Diese intuitive Lösung führte zu einem globalen Kundenstamm.
- + **Bosch eBike Systems:** Bosch entwickelte das innovative Antriebssystem für E-Bikes, das eine hohe Reichweite und Leistung bietet. Verschiedene Fahrradmarken integrierten es in ihre Modelle. Das machte Bosch zu einem der führenden Anbieter von E-Bike-Antrieben weltweit.
- + **Ritter Sport Schokowürfel:** Der deutsche Schokoladenhersteller Ritter Sport brachte kleine, mundgerechte Schokoladenstücke in verschiedenen Geschmacksrichtungen auf den Markt, die schnell zu einem Verkaufsschlager wurden.

### Drei Beispiele für Misserfolge:

- **Quaero** (Deutsches Internet-Suchprojekt): Das Projekt "Quaero" wurde von der französischen und deutschen Regierung unterstützt und sollte eine europäische Alternative zu Google entwickeln. Trotz erheblicher Investitionen konnte das Projekt nicht mit den führenden Suchmaschinen konkurrieren und wurde 2008 eingestellt.
- **Blaupunkt TravelPilot Navi-Geräte:** Der deutsche Hersteller von Autoelektronik Blaupunkt entwickelte Navigationsgeräte für Fahrzeuge. Die Produkte waren qualitativ hochwertig. Sie hatten jedoch Schwierigkeiten gegen etablierte Wettbewerber wie Garmin und TomTom anzukommen.
- **German Pellets:** Der deutsche Hersteller von Holzpellets German Pellets expandierte einige Jahre stark. Er konnte den wirtschaftlichen Herausforderungen nicht standhalten und er musste 2016 Insolvenz anmelden.

## **So geht's: 6 Maßnahmen für Neuprodukte mit geschäftlichem Erfolg**

1. Die **Produktidee** und der **Business Case** sind **der Startpunkt** jedes Entwicklungsprozesses. Damit werden Ziele, Marktchancen, potenzielle Risiken und erwartete Finanzergebnisse analysiert. Der Business Case wird so zum Fahrplan, welcher das Entwicklungsprojekt lenkt und den Erfolg messbar macht.
2. Ein erfolgversprechendes Produkt ist auf die Bedürfnisse der Kunden zugeschnitten. Das ist notwendig, um am Markt konkurrenzfähig zu bleiben und eine loyale Kundenbasis aufzubauen bzw. zu halten. **Kundenbefragungen und Marktanalysen** können dafür wertvolle Erkenntnisse liefern, welche die Produktentwicklung leiten.
3. Ein erfolgreiches Neuprodukt muss sich von den Produkten der Mitbewerber abheben. Diese differenzierende Produktstrategie erfordert Innovationskraft und Kreativität. Das Neuprodukt muss **Features und Funktionen** haben, welche einen **Mehrwert für die Kunden** bieten und Ihr Produkt von anderen Produkten am Markt unterscheiden.
4. Es ist auf die langfristige Wirtschaftlichkeit und Skalierbarkeit des Produkts achten. Die **Produktentwicklung** muss **effizient und ressourcenschonend** gestaltet werden. Außerdem ist in der Entwicklung sicherzustellen, dass das **Produkt in skalierbaren Stückzahlen** produziert und vertrieben werden kann.
5. **Markttests und Feedback von potenziellen Kunden** sind wesentliche Elemente, um den Anforderungen des Marktes gerecht zu werden. **Iterative Produkt-Anpassungen** sind hier der Schlüssel zum Erfolg.
6. Der **Markt-Erfolg** des Produkts ist kontinuierlich zu **messen**. Außerdem ist das **Erreichen** der gesetzten **internen Ziele** zu **überprüfen**. Damit sind **Anpassungen möglich** in den beiden Kategorien „Nutzen und Aufwand“, um die Ziele zu erreichen bzw. zu halten.

**Die Kombination** aus Kundenorientierung, Innovation, Wirtschaftlichkeit und Erfolgsmessung **führt zu Produkten, die den Kunden begeistern und** nachhaltigen wirtschaftlichen **Nutzen für das Unternehmen** generieren.

### **Hilfreiche Literatur und Vorlagen:**

[Der Blaue Ozean als Strategie](#)

[Business Case](#)

[Sprint](#)