

Zum Erfolg oder zum Stress?



Foto: Pixabay - thaianeoliveira

Im Geschäftsalltag vom Mittelstand gibt es die wiederkehrende Frage: Lohnt es sich, diese neue Idee in ein Produkt umzusetzen? Die richtige Ja-/Nein-Entscheidung bringt langfristigen Unternehmenserfolg bzw. optimal genutzte Ressourcen. Die falsche Entscheidung führt zum operativen Stress bei einer Nachzügler-Entwicklung bzw. zu verschwendeten Ressourcen.

Der Status: Die Produktentwicklung im industriellen Mittelstand erfolgt häufig chancenorientiert. Familiengeführte Mittelstandsunternehmen leisten hierbei eine hervorragende Pionierarbeit.

Beispiele für mittelständischer Entwicklungen, die einen großen Geschäftserfolg erzielt haben:

- + **Kärcher Hochdruckreiniger:** Das Familienunternehmen Kärcher ist weltweit bekannt für seine Hochdruckreiniger. Die Weiterentwicklung der Produkte und die hohe Qualität führten zu einer starken Marktposition und einem großen internationalen Erfolg.
- + **Ersa Löttechnik:** Ersa ist ein führender Hersteller von Löttechnik und hat sich auf die Entwicklung von innovativen Lötstationen und Lötautomaten spezialisiert. Ihre Produkte sind in der Elektronikindustrie weit verbreitet und genießen einen hervorragenden Ruf für ihre Qualität und Zuverlässigkeit.
- + **Truma Campingheizungen:** Die Firma Truma entwickelt seit Jahrzehnten hochwertige Campingheizungen und Klimaanlage. Ihre Produktlinie ist in der Campingbranche äußerst beliebt und hat dazu beigetragen, dass das Unternehmen zu einem globalen Marktführer in diesem Bereich wurde.
- + **Weber Grill:** Das Unternehmen Weber-Stephen hat den berühmten Kugelgrill erfunden und kontinuierlich weiterentwickelt. Ihre hochwertigen Grills sind weltweit beliebt und haben das Unternehmen zu einem führenden Anbieter von Grillgeräten gemacht.

Diese vier Beispiele zeigen, dass mittelständische Unternehmen durch innovative Entwicklungen weltweit erfolgreich sein können. Diese Firmen haben ihre Produkte kontinuierlich verbessert. Sie wurden damit ihren Kunden mit deren sich ändernden Bedürfnissen gerecht.

Beispiele für Entwicklungen ohne Geschäftserfolg, von denen nur die großen bekannt werden:

- **Elio Motors Stadtauto:** Das deutsche Unternehmen Elio Motors entwickelte ein dreirädriges Stadtauto, das besonders umweltfreundlich sein sollte. Obwohl das Konzept interessant war, konnte das Unternehmen keine ausreichende Nachfrage generieren und es stieß auf finanzielle Schwierigkeiten.

- **Solarauto Sion:** Eigentlich sollte das kompakte E-Auto mit Solarzellen auf der Karosserie ab 2024 produziert werden und zu einem Stückpreis von rund 30.000 Euro auf den Markt kommen. Im Jahr 2023 startete die Hersteller-Firma Sono Motors den Versuch zur Sanierung in Eigenverantwortung wegen drohender Zahlungsunfähigkeit.

Produktentwicklungen sind immer auch mit Risiken verbunden. Nicht jede innovative Idee oder Technologie wird zwangsläufig zu einem Geschäftserfolg. Der Erfolg hängt u. a. von den Faktoren Marktbedingungen, Kundenakzeptanz, Wettbewerb und finanzielle Stabilität des Unternehmens ab.

So geht's: 7 Maßnahmen für Innovation und Kundenorientierung im Mittelstand

1 Die Kraft der Chancen: Die Entdeckung der Chancen ist der Schlüssel zum Erfolg. In einer schnelllebigen und sich ständig verändernden Wirtschaftswelt ist es unerlässlich, offen für neue Möglichkeiten und für vorausschauende Produktentwicklung zu sein. Scannen sie immer vielversprechende Chancen in neuen Technologien oder in Nischenmärkten.

2 Kundenbedürfnisse im Fokus: Setzen sie auf die enge Zusammenarbeit mit den Kunden. Damit verstehen sie die tatsächlichen Bedürfnisse und Herausforderungen der Zielgruppe. Diese direkte Kommunikation hilft maßgeschneiderte Produkte mit Mehrwert für die Kunden zu entwickeln und langfristige Kundenbeziehungen aufzubauen.

3 Innovationskultur fördern: Schaffen sie eine Kultur, die Mitarbeiter ermutigt, Ideen einzubringen und kreative Lösungen zu entwickeln. Eine offene Atmosphäre schafft Raum für Experimente und fördert internen Unternehmiergeist. Dafür können Innovationsworkshops und Brainstorming-Sitzungen ein erster Schritt sein.

4 Kooperation und Netzwerke: Partnerschaften und Kooperationen bereichern die Produktentwicklung und eröffnen neue Perspektiven. Sie verschaffen Zugang zu frischen Ideen und neuesten Technologien. Die Zusammenarbeit mit Forschungseinrichtungen, Startups oder anderen Unternehmen ermöglicht außerdem den Zugang zu neuem Know-how und externen Ressourcen.

5 Frühzeitige Markttests: Frühzeitiges Feedback und Markttests erhöhen die Erfolgchancen eines Produkts in beträchtlichem Maße. Sammeln sie wertvolles Kundenfeedback mit Pilotprojekten oder Testläufen. Mit den Ergebnissen daraus lässt sich ein Produkt entsprechend optimieren und kundenfreundlicher gestalten.

6 Digitalisierung: Neue Technologien, wie künstliche Intelligenz, Internet of Things (IoT) und Big Data bieten neue Möglichkeiten. Nutzen bzw. integrieren sie diese Technologien, um innovative, vernetzte Produkte und Dienstleistungen anzubieten.

7 Fokus auf Nachhaltigkeit: Nicht nur die Qualität der Produkte zählt, sondern auch Aspekte der Nachhaltigkeit. Integrieren sie ökologische und soziale Verantwortung in ihre Unternehmensphilosophie. Damit können sie einen aktuellen Wettbewerbsvorteil erreichen und das Image des Unternehmens bei den Kunden stärken.

Mit dieser innovativen und kundenorientierten Herangehensweise verbinden sich Tradition mit Innovation und die Wettbewerbsfähigkeit steigt. Sie erschließen damit neue Märkte und gelangen auf einen langfristigen Erfolgskurs.

Hilfreiche Literatur:

[Geschäftsmodelle und Strategien im Mittelstand](#)