

Ihr täglicher Durst - Ihre größte Sorge?



Foto: Pixabay - Alexas_Fotos

"Warum geht es dem Wasser häufig schlecht? Es fühlte sich unter Druck gesetzt, wenn aus der Leitung kommt!"

Die Qualität und Herkunft von Getränken sind wichtig. Nicht alle kann man bedenkenlos konsumieren. BRITA hat die Art verändert, wie Menschen Wasser trinken. Dieses deutsche Unternehmen ist ein Beispiel für Innovationskraft und Marktrevolution.

BRITA wurde 1966 von Heinz Hankammer gegründet. Er wollte Leitungswasser von Verunreinigungen befreien, um ein besseres Geschmackserlebnis zu bieten. Das war damals eine bahnbrechende Idee. Viele Menschen waren auf Mineralwasserflaschen oder Leitungswasser ohne Filter angewiesen (1 Kundenbedürfnisse im Fokus).

In den 1970er Jahren entwickelte BRITA sein Filterkonzept. Das Ergebnis war ein System mit einer Kartusche, gefüllt mit Ionenaustauschharz und Aktivkohle. Damit wurden Schadstoffe und Unreinheiten aus dem Wasser entfernt. Der Mineralgehalt blieb erhalten. Das System war der Erfolgsschlüssel (2 Innovationskultur fördern).

BRITA führte seine Filterprodukte in den 1980er Jahren in Deutschland ein und es stieß auf positives Feedback. Man bot Verbrauchern eine kostengünstige und umweltfreundliche Alternative zu Flaschenwasser. Das führte zu großem Marktwachstum (3 Die Kraft der Chancen).

In den 1990er Jahren wurde BRITA zu einer weltweiten Größe der Wasserfiltration. BRITA-Produkte wurden in über 60 Ländern verkauft. Das Unternehmen errichtete Produktionsstätten in der Welt (3 Die Kraft der Chancen).

BRITA hat sich seit den 2000er Jahren auf Innovation und Nachhaltigkeit konzentriert. Neue Produkte waren Filterkannen, Wasserhähne und professionelle Lösungen für die Gastronomie. Außerdem fördert es das Trinken von Leitungswasser, um den Verbrauch von Einweg-Plastikflaschen zu reduzieren (4 Fokus auf Nachhaltigkeit).

Es wurde auch ein Medienmanagement eingeführt. Die Ländergesellschaften können direkt über das Digital Asset Management auf das benötigte Produktmaterial zugreifen. Damit werden ca. 58.000 Assets verwaltet. Der Workflow Manager steuert die Marketing-Prozesse automatisiert (5 Digitalisierung).

In UK gab es eine PR-Kampagne mit Joanna Lumley, Schauspielerin und ehemaliges Modell. Mir ihr inmitten von Plastikmüll wurde das Problem des Plastik-Haushaltsmülls eindrucksvoll visualisiert. Die Resonanz war riesig. In allen überregionalen Zeitungen wurde darüber berichtet (6 Influencer-Marketing für B2C).

Heute sind die BRITA-Produkte weltweit in Haushalten und Unternehmen zu finden. Das Unternehmen konzentriert sich auf die Verbesserung des Geschmacks und der Qualität von Trinkwasser. Es fördert auch umweltfreundliche und nachhaltige Trinkwasserlösungen (7 Kooperation und Netzwerke).

#BRITA #Erfolgsstory #Leitungswasserqualität #Innovation #Wasserfiltration #Kundenorientierung #WeltweiteExpansion #Nachhaltigkeit #Digitalisierung #InfluencerMarketing #UmweltfreundlichesTrinken

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

1 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.

2 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 Unternehmergeist. Dafür können Innovationsworkshops und Brainstorming-Sitzungen ein erster Schritt sein.

3 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.

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

5 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.

6 Influencer-Marketing für B2C: Soziale Medien spielen in der digitalisierten Welt eine entscheidende Rolle. Die Influencer haben in ihrer Nische eine starke Anhängerschaft. Sie können damit nicht nur eine neue Zielgruppe erschließen, sondern auch wertvolles Feedback und Einsichten liefern. Das Marketing mit ihnen ermöglicht eine direkte Interaktion mit potenziellen Käufern, was die Kundenorientierung stärkt und die Bindung an die Marke fördert. Gleichzeitig lässt sich die Sichtbarkeit und Reichweite des Unternehmens steigern.

7 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.

8 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.

Bei den Maßnahmen dieser innovativen und kundenorientierten Herangehensweise verbinden sich Tradition mit Innovation. Außerdem steigt die Wettbewerbsfähigkeit. Damit können sie neue Märkte erschließen und sie gelangen auf einen langfristigen Erfolgskurs.

Hilfreiche Literatur:

[Geschäftsmodelle und Strategien im Mittelstand](#)