

Das Deutsche Technologie – Markt Dilemma

Kennen Sie folgende Situation?

Ein Geschäftsführer erklärt einem neuen, internationalen Kunden sein technologisch hochwertiges Produkt. Er betont dessen besondere Vorzüge, benennt alle Vorteile und weist auf die besonders hochwertige Technologie hin, die seine Firma dank ihres hervorragenden Know-hows entwickelt hat und auf deren Grundlage dieses ausgezeichnete Produkt entwickelt wurde. Das Produkt kann, so der Geschäftsführer, für verschiedene Situationen verwendet werden. Der Geschäftsführer kennt die verschiedenen Marktanwendungen im Detail und imponiert seinem neuen Kunden mit den umfangreichen Produkt- und Anwendungsmöglichkeiten.



Wo finde ich eine Firma die mein Problem löst?

Der Geschäftsführer ist zu Recht stolz auf sein hochwertiges Produkt! Der Kunde ist zutiefst beeindruckt und fest davon überzeugt, das richtige Produkt und den richtigen Partner für die Lösung seines Problems gefunden zu haben! Beide, Lieferant und Kunde, sind davon überzeugt, dass es zu einem Geschäftsabschluss kommen wird.

Kurz vor Abschluss des Geschäfts erklärt der Kunde dem Geschäftsführer noch einmal ganz genau das Problem, das er mit dem Produkt lösen möchte. Der Geschäftsführer erschrickt und denkt sich: „Das ist ja eine komplett andere Verwendung. Dafür wurde unser Produkt nicht entwickelt.“ Er beginnt, erneut auf die besonderen Produktmerkmale, die verwendete hochwertige Technologie und die vorgesehene Verwendung hinzuweisen. Die Kunde wird ganz still. „Ich hatte meine Probleme und Produktanwendungen doch deutlich genannt!“, denkt er sich und beginnt, diese noch einmal zu benennen.

Als der Geschäftsführer beginnt, zum dritten Mal die besonderen Produktmerkmale zu nennen, hat der Kunde eine Entscheidung

getroffen. Er bedankt sich und erklärt, wie sehr ihn dieses technologisch hochwertige Produkt beeindruckt habe. Daraufhin nimmt er noch eine Produktbroschüre, um das Produkt in seiner Firma vorzustellen und verabschiedet sich freundlich von dem Geschäftsführer.

Der Geschäftsführer freut sich auf den bevorstehenden Geschäftsabschluss. Der Kunde denkt sich jedoch: „Das war wirklich ein tolles Produkt, aber wo finde ich eine Firma, die mein Problem lösen kann?“

Sie denken, das wäre überzogen? Leider nein, diese Geschichte basiert auf Erfahrungen, die ich als internationaltätiger Berater in den letzten zehn Jahren auf dem deutschen Markt gesammelt habe. So habe ich einmal einen deutschen Lieferanten dabei unterstützt, ein neues Produkt auf den Weltmarkt zu bringen. Das Produkt basierte auf einer neuen, hochwertigen Technologie. Mein Mandant wollte es auf einem neuen, ihm völlig unbekanntem Markt und für eine sowohl dem Lieferanten als auch den Markt unbekanntem Verwendung einsetzen.

Das Deutsche Technologie – Markt Dilemma

Die Kunden haben alle ein anderes Problem

Der Lieferant hat ein technologisch hochwertiges Produkt entwickelt, das in diesem Markt ein ‚perfect-fit‘ sein sollte. Grundsätzlich traf dies auch zu. Allerdings hatten die Kunden in diesem neuen Markt alle ein anderes Problem, für das eine Lösung gefunden werden musste. Das Anforderungsprofil unterschied sich somit in einem winzigen Detail vom Heimatmarkt. War das Produkt somit für den neuen Markt nicht geeignet? Nein, der technologisch hochwertige Produktkern konnte problemlos genutzt werden, nur die Produktgrenzen mussten angepasst werden.

Mit hochwertiger Technologie glänzen

Der Lieferant bis zu diesem Zeitpunkt bereits viel Zeit und Geld aufgewendet, um auf Grund seiner Markterfahrungen ein neues Produkt zu entwickeln. Er, beziehungsweise seine Ingenieure, konnten deshalb nur schwer verstehen, dass ihr Produkt und dessen Anwendungen angepasst werden sollten. Nur das Argument, dass eigentlich nur der technologisch hochwertige Produktkern zählt, und nicht die kleinen Anpassungen, die für die Verwendung auf dem potentiell lukrativen Markt erforderlich waren, konnte sie davon überzeugen, das Produktkonzept anzupassen. Plötzlich waren ihre Kunden nicht nur an dem neuen, technologisch hochwertigen Produkt ‚interessiert‘, sondern auch an einem Geschäftsabschluss!

Dies ist meiner Meinung ein gutes Beispiel für das Streben der Deutschen, möglichst perfekte, hochwertige Technologie zu entwickeln und damit in der ganzen Welt zu glänzen. Die auf diese Weise entstandenen Produkte zählen zum Teil auch zu den Besten der Welt.

Nicht umsonst sind Produkte mit dem Prädikat ‚Made in Germany‘ im Ausland sehr erwünscht! Die Welt hat sich jedoch geändert:

Anstatt nach immer neuen, immer besseren Technologien zu streben, steht heute die Lösung des Kundenproblems im Mittelpunkt. Anstelle der Technologie- und Produktentwicklung treiben heute die Interessen der Kunden das Geschäft an!

Dies bedeutet jedoch nicht, dass auf technologisch hochwertige Produkte kein Wert mehr gelegt wird. Ganz im Gegenteil: nur die Perspektive hat sich geändert. Obwohl die Entwicklung technologisch hochwertiger Produkte scheinbar nicht mehr im Vordergrund steht, ist sie nach wie vor erforderlich um den Markt zu erschließen! Der Entwickler muss jedoch zusammen mit dem Markt (dem Kunden) in die Zukunft schauen, um zu erkennen, welche Fragen gelöst werden müssen. Dabei sollte der Entwickler darauf achten, dass es nicht nur einen Typ Kunden gibt, sondern eine große Vielfalt verschiedener Kunden, von denen jeder seine eigenen speziellen Anforderungen hat. Aber sie alle verbindet der Wunsch, mit Hilfe neuer Technologien Ihre Probleme zu lösen.

Das bedeutet nicht nur, dass Produkte stärker kundenspezifisch entwickelt werden müssen, sondern auch dass technisch hochwertige Produkte so flexibel entwickelt werden müssen, dass hiermit eine Vielfalt spezifischer Kundewünsche erfüllt werden kann.

Was ist der Kern unseres Produkts?

Es ist dieses ‚Deutsche Technologie – Markt Dilemma‘, das in jeder einzelnen Firma für jedes technologisch hochwertige Produkt und jeden Markt gelöst werden muss.

Während viele der größeren, international operierenden Firmen bereits vom Markt in diese Richtung gezwungen werden, vollziehen gerade kleinere Technologiefirmen diesen Wandel nur zögerlich.

Das Deutsche Technologie – Markt Dilemma

Welche Marktfragen wären zu erwarten?

Die wesentliche Frage lautet: „Was ist der technologisch hochwertige Kern unseres Produkt und welche Marktfragen, Anwendungen und Anpassungen können erwartet werden?“

Um das ‚Deutsche Technologie – Markt Dilemma‘ lösen zu können, ist es wichtig, diese Frage auch aus der Kundeperspektive beantworten zu können.

Dabei sind eine Vielzahl unterschiedlicher Aspekte zu beachten, wie z.B. Geschäftskontakte, Markterfahrungen und Bewertung, Technologiekenntnisse, Zukunftsvision und Business Development. Diese Frage ist für viele Entwickler jedoch schwer zu beantworten. Deshalb empfiehlt es sich, zur Beantwortung dieser Fragen, externe Hilfe in Anspruch zu nehmen.

Jan W. Veltman

Technology- & Business Development

Technology2Success

The logo for Technology2Success features the word "Technology" in white on a teal background and "success" in white on a purple background. The two words are connected by a white arrow pointing from "Technology" to "success".

Technology success

Technology2Success ist eine Niederländische Berater Firma im Bereich Technologie- und Business Development. Gegründet in 2000 fokussiert es sich auf die Unterstützung Technologie Firmen in Produkt Entwicklung, Marketing und Business Development.

Mit ihrer Sitz in Hengelo, Niederlande liegt sie gerade an die Grenze auf die Linie Amsterdam – Berlin, mit Kunden von Essen bis Karlsruhe.

Technology2Success, eine Schutzmarke van Commint Consultancy BV Hengelo, Niederlande

www.technology2success.nl

jan.w.veltman@technology2success.nl

+31 (0) 6 53 46 83 77