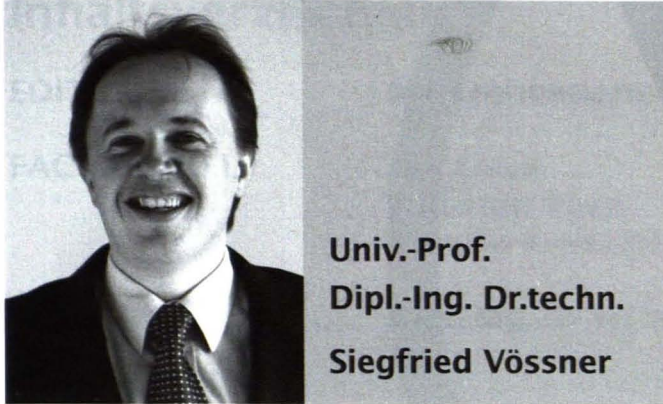


Marktorientierte Unternehmensentwicklung



**Univ.-Prof.
Dipl.-Ing. Dr.techn.
Siegfried Vössner**

Liebe Leserin, lieber Leser,

angesichts des schon seit längerer Zeit anhaltenden Erfolgrs von stark kunden- bzw. marktorientierten Unternehmen, beispielsweise aus der Consumer-Elektronik Branche, wollen wir in diesem Heft die Bedeutung des Marketings für die Unternehmensstrategie beleuchten.

Welcher kurze, prägnante Titel könnte dieses Thema am besten beschreiben? Marketing ist zu wenig – Unternehmensentwicklung ist zu viel. Und so entstand als Kompromiss Marktorientierte Unternehmensentwicklung.

Natürlich werden Sie sagen, wonach soll sich denn ein Unternehmen orientieren, dessen Einnahmen vom Markt kommen? Eine eigentümer- oder finanzmarktorientierte Unternehmensentwicklung ist ja nicht sinnvoll bzw. läuft in letzter Konsequenz wieder auf eine Marktorientierung hinaus.

Bemerkenswert und erfreulich ist meiner Meinung nach die gestiegene Bedeutung und zunehmende Professionalisierung des Marketings. War es früher die Aufgabe des Leiters von Vertrieb und Marketing, die entwickelten Produkte profitabel am Markt zu verkaufen, so investieren moderne Unternehmen eine Menge an Ressourcen, um die Bedürfnisse des Marktes und der Kunden kennen zu lernen. Diese Ergebnisse fließen dann maßgeblich in die Produktgestaltung sowie Neuentwicklungen ein. Auch die verwendeten Methoden haben sich unter anderem, bedingt durch die verbesserte Verfügbarkeit von Kunden-, Point-Of-Sales- und allgemeinen Vertriebsdaten, verändert und verbessert. So erleben, „Quantitative Methoden“ und „Business Analytics“ bei Unternehmen und auch zu meiner Freude bei meinen Studenten eine Renaissance.

Heutzutage würde wohl kein modernes Unternehmen eine Unternehmensentwicklung ohne fundierte Marktforschung machen.

Einen wichtigen Aspekt darf man hierbei allerdings nicht vergessen: Konsumenteninteressen und damit auch Produktlebenszyklen werden immer kürzer - die dafür erforderlichen Produktentwicklungszyklen, auch die marketingunterstützten, jedoch nicht im selben Maße. Somit muss ein Unternehmen in seiner Entwicklungsplanung in dieser Beziehung einen wirtschaftlich nachhaltigen Kompromiss finden.

Eine andere, von einigen wenigen, dafür aber äußerst erfolgreichen Unternehmen angewandte Strategie ist, sich durch innovative Produkte und Kenntnisse der Bedürfnisse seiner aktuellen oder zukünftigen Kunden einen Markt zu schaffen. Ein häufig verwendetes Schlagwort hierzu wäre „Kundenorientierte Produktentwicklung“. Dabei stellt man das Endprodukt, wie in einem unserer Beiträge zu lesen ist, oder den (End-)Kunden in den Mittelpunkt. Ein Trend, der sich auch im Bereich der Softwareentwicklung immer stärker zeigt – zum Vorteil für uns alle. Aber das ist ein anderes Thema.

Unser erster Artikel zum Thema mit dem Titel „Marktorientierte Unternehmensentwicklung bei Audi Hungaria Motor Kft.“ ist ein Interview mit Dipl.-Ing. Dr. Johannes Roschek, dem Geschäftsführer für Finanzen der Audi Hungaria Motor. Danach diskutiert Dr. Ing. Serhan Ili, Geschäftsführer der Ili Consulting, in seinem Beitrag Open Innovation als Strategie zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit.

Am Beispiel der Hans Künz AG stellt Dipl.-Ing. Michael Geiger, Leiter für Vertrieb und Marketing, den Weg seines Unternehmens zu einer international bekannten Marke vor.

Im darauf folgenden Interview stellt Dipl.-Ing. Dr. Georg Zinell, Mitglied der Geschäftsführung der Leder und Schuh AG, das Multi-Channel-Retailing als wesentliche Marketingstrategie seines Unternehmens vor.

In seinem Beitrag „Der große Sprung – wie erreichen wir das nächste Level?“ entdeckt Dipl.-Ing. Nils Nohturfft das Endprodukt (neu) und reflektiert als Leiter des Innovationsmanagement des Maschinenbau-Hightech Unternehmens Pankl Racing AG die Konsequenzen und Chancen daraus.

Den Abschluss der Fachbeiträge zu unserem Thema bildet eine Analyse von Dipl.-Ing. Alexander Kainer, Partner beim Beratungsunternehmen Roland Berger in Wien, zu Unternehmensentwicklung und Wachstum in Mittel- und Osteuropa.

Ich hoffe, dass Ihnen die Artikel, die wir in diesem Heft für Sie zusammengestellt haben, gefallen und verbleibe im Namen des Redaktionsteams mit freundlichen Grüßen,

Ihr Siegfried Vössner



Bildquelle: © Fotolia