

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/39565/1551203/accnture-analyse-erfolgreiche-technologie-hersteller-binden-kunden-in-die-entwicklung-neuer> abgerufen werden.



Accenture-Analyse: Erfolgreiche Technologie-Hersteller binden Kunden in die Entwicklung neuer Produkte ein

27.01.2010 - 09:00 Uhr, Accenture GmbH

Kronberg im Taunus (ots) - Wenn sie neue Produkte entwickeln, tauschen sich die wirtschaftlich erfolgreichsten Hersteller von Handys und Flachbildfernsehern direkt mit ihren Kunden aus. Bei vielen Unternehmen der Consumer Technology-Branche dagegen gilt: vorsetzen statt vernetzen. Das hat der Managementberatungs-, Technologie- und Outsourcing-Dienstleister Accenture untersucht.

"Unter herkömmlichen Bedingungen funktioniert das Innovationsmanagement der Hersteller technischer Produkte gut. Doch Digitalisierung und technische Konvergenz ändern die Regeln", sagt Dr. Nikolaus Mohr, Geschäftsführer Communication & High Tech bei Accenture. "Statt ihnen Neuheiten einfach vorzusetzen, müssen sich Unternehmen heute mehr mit Kunden und möglichen Ideengebern vernetzen."

Das haben vor allem die wirtschaftlich erfolgreichsten Hersteller erkannt (High Performer). Ihre durchschnittliche Marge liegt zwischen 11 und 13 Prozent, gegenüber fünf Prozent bei ihren Wettbewerbern.

Die so genannten High Performer schauen bei der Suche nach neuen Produkten in erster Linie auf die Bedürfnisse der Kunden. Andere Hersteller entwickeln häufig einfach das, was technisch möglich ist.

High Performer interagieren mit Verbrauchern über den gesamten Entwicklungsprozess hinweg. Bei vielen ihrer Wettbewerber dagegen spricht die Entwicklungsabteilung nur selten mit einer Abteilung wie dem Kundenservice, die den direkten Draht zum Anwender hat.

"Sich rein auf die Kreativität ihrer Entwicklungsabteilung und klassische Marktforschung zu verlassen, reicht heute nicht mehr", sagt Nikolaus Mohr. "Die Verbraucher haben mehr Auswahl denn je und sind kaum bereit, Kompromisse bei der Bedienbarkeit zu machen. Die Zeiten, in denen man den Anwender zu einem Gerät erziehen konnte, sind vorbei."

Große Unterschiede gibt es dabei, wie Firmen mit Erfahrungen aus abgeschlossenen Entwicklungsprojekten umgehen. High Performer analysieren sowohl Erfolge als auch Misserfolge. Die Erkenntnisse daraus verarbeiten sie systematisch für folgende Entwicklungen. Andere Hersteller untersuchen oft nur wenige Projekte, meist Fehlschläge, und nutzen ihre Erkenntnisse seltener bis gar nicht in neuen Projekten.

Durch Internetkommunikation und moderne Datenanalyse-Verfahren habe es nie bessere Möglichkeiten für Unternehmen gegeben, sich an den Bedürfnissen ihrer Kunden auszurichten, so Nikolaus Mohr.

Immer wichtiger für die Branche wird das so genannte Open Development von Software:

"Software bestimmt immer stärker, was ein Gerät wie ein Handy kann. Unternehmen sollten freien und Hobby-Entwicklern die Möglichkeit geben, Funktionen mitzugestalten. So kann es am Puls der Zeit bleiben und von der Kreativität der Masse profitieren. Apple hat es allen vorgemacht", sagt Nikolaus Mohr.

Über die Untersuchung

Für die Untersuchung "The Critical Role of Innovation" hat Accenture strukturierte Einzelfall-Interviews mit Entscheidungsträger des Bereichs Produktentwicklung auf Bereichsleiter- oder Vorstandebene von 28 der größten Consumer Technology-Hersteller geführt. Diese Unternehmen erwirtschaften rund zwei Drittel des weltweiten CT-Umsatzes.

Über Accenture

Accenture ist ein weltweit agierender Managementberatungs-, Technologie- und Outsourcing-Dienstleister mit mehr als 176.000 Mitarbeitern, die für Kunden in über 120 Ländern tätig sind. Das Unternehmen bringt umfassende Projekterfahrung, fundierte Fähigkeiten über alle Branchen und Unternehmensbereiche hinweg und Wissen aus qualifizierten Analysen der weltweit erfolgreichsten Unternehmen in eine partnerschaftliche Zusammenarbeit mit seinen Kunden ein. Accenture erwirtschaftete im vergangenen Fiskaljahr (zum 31. August 2009) einen Nettoumsatz von 21,58 Mrd. US-Dollar. Die Internetadresse lautet www.accenture.de.

Pressekontakt:

Accenture GmbH
Jens Reinhard Derksen
Media Relations Manager
Telefon +49 6173 94-61939
jens.derksen@accenture.com

Originaltext:

Pressemappe:

Pressemappe als RSS:

Accenture GmbH

<http://www.presseportal.de/pm/39565/accenture-gmbh>

http://presseportal.de/rss/pm_39565.rss2