



## Identifikation von Lead Usern in neuen Märkten bei Sefar AG

Alexander Conreder, Christoph Kausch & Ingo Thalhammer

Ein sich verschärfender Wettbewerb mit der damit verbundenen Preiserosion und die Gefahr der Entwertung der eigenen Kernkompetenzen durch neue Technologien sind zwei Herausforderungen, denen sich die Mehrzahl der Firmen heute stellen müssen. Mit Produktionsstandorten in hochpreisigen Lohnländern haben sich diese Firmen zumeist strategisch im Premium-Segment positioniert. Um diese Stellung zu halten sind sie gezwungen, frühzeitig neue, möglichst radikale technologische Funktionalitäten aufzunehmen und deren Potential für zukünftige Trends und Anwendungsfelder zu erkennen, zu bewerten und umzusetzen. Nur so können Bestand und Wachstum der Firma langfristig mit neuen innovativen Produkten gesichert werden.

Während für die Umsetzung, also die eigentliche Entwicklung des Produktes in einer späten Innovationsphase, etablierte Prozesse und Methoden vorliegen, bestehen bisher nur wenig Ansätze, mittels der die Bedeutung einer neuen technischen Funktionalität auf zukünftige Produkte erkannt und bewertet werden kann. Sefar, ein traditioneller Hersteller von Geweben für industrielle Anwendungen, zeigt auf, wie mittels des so genannten Networking Ansatzes potentielle Lead Usern identifiziert werden können. Ziel ist es mittels dieser Lead User eine neue Gewebefunktionalität auf ihre potentielle Anwendbarkeit in der Biotechnologie-Branche zu überprüfen. Ausgangspunkt des beschriebenen Projektes ist die Idee eines neuen Veredelungsverfahrens für ein Gewebe, womit dieses eine neue Funktionalität erhält und neue Anwendungsfelder für sich eröffnet. In den betroffenen Anwendungsfeld besteht bei Sefar bisher jedoch nur geringes Know-how. Das Treffen von Aussagen zu den Erfolgsaussichten bzw. zu einem möglichen Produktkonzept ist daher nicht möglich.

<b>Projekt</b>	CDIS - Customer Driven Innovation Scouting
<b>Typ</b>	Buchkapitel (Deutsch)
<b>Buchtitel</b>	Den Kunden als Innovationsmotor nutzen: Methoden und Beispiele des Customer Driven Innovation Scouting
<b>Veröffentlichungsdatum der Publikation</b>	2007
<b>Verlag</b>	Ist auf Anfrage als CD erhältlich
<b>Review</b>	externes Review