

Für jeden Kunden (s)ein individuelles Produkt

Mass Customization & Personalisierung als Basis der Innovation mit Dienstleistungen

Der Megatrend „Individualisierung“ ist ein weltweites Phänomen. Dieser Wertewandel zeigt sich in der steigenden Sehnsucht der Menschen nach Einzigartigkeit und Differenzierung. An Unternehmen stellt diese Entwicklung eine besondere Herausforderung, da sie neben Massenware zunehmend individualisierte Produkte und Leistungen erbringen müssen. Dieser Trend macht natürlich bei Sportswear nicht halt. Auch hier sind Spezialanfertigungen und besondere Ideen, welche nicht jeder besitzt, gefragt. Genau dieser Trend von Massenware hin zum individualisierten Produkt wird mit dem Konzept der „Individualisierung und Mass Customization“ aufgegriffen und vom Unternehmen adidas mit „miadidas“ umgesetzt. Während früher nur für Top Athleten individuelle Sportschuhe gefertigt wurden, hat heute jeder Konsument mit diesem Konzept die Möglichkeit sich einen auf ihn und seine persönlichen Bedürfnisse zugeschnittenen Schuh zu kreieren. Dies geschieht in drei Schritten. Zu Beginn ermitteln Fachleute den optimalen Sitz, danach werden die Eigenschaften, die für das jeweilige individuelle Training wichtig sind, festgestellt und im letzten Schritt kann der Kunde seinen adidas Schuh individuell designen. Ein Projekt was deutlich macht, dass adidas in Deutschland zu den Innovationschampions zählt.

Aus diesem Grund macht die Veranstaltungsreihe „Innovative Dienstleistungen auf dem Weg zur Weltspitze“ am 18. Dezember 2007 Station im adidas Brand Center der adidas AG in Herzogenaurach. Unter dem Titel „Sehnsucht nach Selbstverwirklichung: Mass Customization und Personalisierung als Basis der Innovation mit Dienstleistungen“ werden beim fünften Innovationsforum sowohl theoretische Ansätze als auch die praktische Umsetzung innovativer Dienstleistungskonzepte im Bereich der Kundenintegration und Individualisierung dargestellt. Teilnehmen werden geladene Gäste aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik.

Prof. Dr. Frank Piller von der RWTH Aachen, Lehrstuhl für Technologie- und Innovationsmanagement, beschreibt hier zusammen mit Prof. Dr. Dominik Walcher, Fachbereichsleiter für Marketing der Fachhochschule Salzburg, unter dem Titel „Von Massenware zum individualisierten Produkt –

Individualisierung und Mass Customization als Grundlage innovativer Dienstleistungen“ die Gestaltungsmöglichkeiten eines Mass-Customization-Systems sowie die Bedeutung der Rolle der Kunden.

Außerdem stellt Felix Mühlischlegel, Produktmanager von miadidas unter dem Titel „Innovative Dienstleistungen – miadidas: eine Plattform zur Individualisierung von Sportartikeln“ das gleichnamige Konzept vor, welches man auch im Rahmen einer Live-Demonstration im adidas Performance Store hautnah erleben kann.

Eine weitere eindrucksvolle, praktische Umsetzung eines innovativen Dienstleistungskonzeptes im Bereich der Kundenintegration und Individualisierung präsentiert Alexander Lang, Direktor Marketing der Webasto AG, einem führenden deutschen Automobilzulieferer. Am Beispiel des Webasto-Innovationsmanagements zeigt er auf, welches Potenzial von durch Endkunden generierte Produktideen aufweisen. Und wie diese Kunden bzw. potenzielle Nutzer mittels eines konsequenten Open Innovation-Ansatzes systematisch in die ersten Phasen der Produktentwicklung integriert werden können. Das Unternehmen lädt dazu sorgfältig ausgewählte Endkunden zu Ideen-Workshops ein. Über ein Internet-Tool wählen dann Webasto-Mitarbeiter die besten Ideen aus, um so das Ziel zu erreichen, diskontinuierliche Innovationen zu entwickeln, die auf echten Kundenbedürfnissen beruhen.

Die innovativen Dienstleistungen für die Sehnsüchte der Zukunft werden danach in der Diskussionsrunde „Teilnehmer fragen Akteure“ erörtert.

Zum Hintergrund der Veranstaltungsreihe: In Deutschland kann man auf zwölf Jahre Dienstleistungsforschung zurückblicken. Eine Wissenschaft, die es sich zur Aufgabe gemacht hat Dienstleistungen zu entwickeln und diese dann in enger Zusammenarbeit mit Wirtschaftsunternehmen umzusetzen. Die Exzellenz dieser Kooperationen im Dienstleistungsland Deutschland und einige herausragende Ergebnisse werden nun von der Handelshochschule Leipzig und dem CLIC - Center for Leading Innovation & Cooperation deutschlandweit in acht Innovationsforen unter dem Titel „Innovative Dienstleistungen auf dem Weg zur Weltspitze“ vorgestellt. Weitere Stationen sind Hamburg, Karlsruhe und Leipzig.

Kontakt: Antje Sauerland, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Tel.: 0341/98 51 664, E-Mail: antje.sauerland@hhl.de