

## Schwellenländer fordern "good enough" Produkte zu erschwinglichen Preisen

**Das "Center for frugal Innovation" der Technischen Universität Hamburg lädt zu einem Symposium, das deutsche Unternehmensvertreter mit einer veränderten Marktentwicklung vertraut macht**

13.11.2013



Prof. Cornelius Herstatt (Mitte hinten) am Indian Institute of Management (IIM) in Ahmedabad, der Hauptstadt des Bundesstaates Gujarat in Indien, in Begleitung von Dr. Rajnish Tiwari (3.v.l.), Prof. Anil Gupta (1.v.r.) vom IIM und Vertretern der United Nations University in Tokio. Foto: TUHH/Herstatt

Der Erfolg frugaler Produkte ist nicht aufzuhalten.

Am 19. November lädt das "Center for frugal Innovation" der Technischen Universität Hamburg zu dem Symposium "Mastering the Frugal Challenge: Innovating for Global Growth through Affordable Solutions/Innovation für globales Wachstum durch bezahlbare Lösungen" ein. Dahinter stehen Dr. Rajnish Tiwari, Dr. Stephan Buse und Prof. Dr. Cornelius Herstatt von der TUHH, die wissenschaftlich das Problem angehen, warum die Produkte deutscher Unternehmen angeblich "zu gut" für die wachsenden globalen Märkte sind.

"Deutsche Baumaschinen zu gut für den Weltmarkt" titelte Die Welt am 17.4.2013. Deutsche Maschinenbauer werden dem Bericht zufolge trotz Innovationstrophäen von den Märkten der Schwellenländer verdrängt. In ihrem aktuellen Arbeitspapier schreiben Herstatt und Tiwari: "Die Gründe sind sowohl die fehlende Zahlungskraft als auch die abnehmende Zahlungsbereitschaft lokaler Kunden. Anstelle hoch komplexer ("over-engineered") und damit einhergehend teurer Produkte fragen Märkte erschwingliche und robuste Technik nach, die häufig aus anderen Ländern und insbesondere aus den Schwellenländern selbst kommen. Solche "good enough" Produkte, Lösungen mit ausreichender Funktionalität bei guter Qualität und einem sehr wettbewerbsfähigen Preisniveau, kennzeichnen den Innovationsansatz frugaler Innovationen."



Foto: Erfolgreich in der Herstellung von "good enough" Produkten mit ausreichender Funktionalität bei guter Qualität und einem sehr wettbewerbsfähigen Preisniveau ist der westfälische Landmaschinenhersteller Claas Foto: Claas

Welche Erfolgspotenziale dieser Ansatz in sich birgt, verdeutlichen Unternehmensbeispiele aus unterschiedlichen Branchen. Aus dem Bereich der Medizintechnik gelten insbesondere General Electric und Siemens als Vorreiter, die mit ihren frugalen (einfachen und dennoch guten) Produktinnovationen in Schwellenländern (z.B. Indien, China, Brasilien) große Markterfolge erzielen. Darüber hinaus führen veränderte Nachfragebedingungen in den Stammmärkten dieser Firmen, bedingt u.a. durch staatlich verordnete Sparwänge im Gesundheitssektor, auch dort zu einer steigenden Nachfrage nach frugalen Produkten (Stichwort "reverse innovation"). Eine weitere Erfolgsstory für den frugalen Innovationsansatz ist der westfälische Landmaschinenhersteller Claas. Neben seiner starken Stellung im Premiumsegment ist Claas mittels seiner robusten und erschwinglichen, speziell für die jeweiligen Marktbesonderheiten entwickelten Produkte, mittlerweile auch zu einem Weltmarktführer im mittleren Preisleistungssegment in Schwellenländern avanciert.

"Die Veranstaltung richtet sich an Senior-Manager mittlerer und großer Unternehmen, die international positioniert sind. Denn in unserer Forschung haben wir festgestellt, dass mittlerweile viele Unternehmen die Wichtigkeit "frugaler" Innovationen erkennen. So besteht die wirklich spannende Herausforderung der Produktentwickler nicht darin, ein Produkt noch komplexer zu machen; sondern darin, es im Angesicht des enormen Kostendrucks erschwinglich, intuitiv bedienbar und umwelt- und sozialgerecht herzustellen", sagt Dr. Rajnish Tiwari, Habilitand am Institut für Technologie- und Innovationsmanagement (TIM) der TUHH. In seiner Promotion setzte sich Tiwari mit der Theorie der Leitmärkte ("Lead Markets") auseinander und untersuchte ihren Entstehungsprozess in den aufstrebenden Schwellenländern

Prof. Herstatt: "Auch in Europa und anderswo gibt es eine steigende Nachfrage nach erschwinglichen "Gut genug" Lösungen. In dieser Hinsicht wäre es sinnvoll zu Adam Smith, den oftmals missverstandenen Vater der freien Marktwirtschaft, zurückzukehren, der bekanntlich schrieb: "Der Konsum ist der einzige Sinn und Zweck aller Produktion, und das Interesse der Hersteller sollte nur insoweit berücksichtigt werden, als es zur Förderung des Konsums nötig ist."

Weitere Informationen, die detaillierte Agenda sowie das Anmeldeformular finden Sie unter folgendem Link [http://cfi.global-innovation.net/?page\\_id=127](http://cfi.global-innovation.net/?page_id=127).

*TUHH - Public Relations Office*

*Fax: +49 40 428 78 2366*