

Geschäftsmodelle

Individualisierung ...

Individualisierung bezieht sich auf die Anpassung von Produkten, Dienstleistungen oder Erfahrungen an die spezifischen Bedürfnisse und Vorlieben einzelner Kunden. Ziel ist es, durch maßgeschneiderte Angebote die Kundenzufriedenheit und -bindung zu erhöhen. Individualisierung kann auf verschiedenen Ebenen stattfinden, von personalisierten Produkten über individuelle Dienstleistungen bis hin zu maßgeschneiderten Erlebnissen.

... in der Automobilindustrie

In der Automobilindustrie und Zulieferindustrie spielt Individualisierung eine wichtige Rolle. Kunden erwarten, dass ihre Fahrzeuge nach ihren persönlichen Vorlieben und Bedürfnissen angepasst werden können. Dies reicht von der Auswahl spezifischer Ausstattungen und Farben bis hin zu technologischen Features und individuellen Fahrassistenzsystemen. Zulieferer müssen in der Lage sein, flexible Produktionsprozesse zu bieten, die diese Individualisierungsanforderungen unterstützen.

Chancen

Erhöhung der Kundenzufriedenheit:

Personalisierte Angebote treffen besser die individuellen Bedürfnisse und Wünsche der Kunden.

Wachstumspotenzial: Zusätzliche Einnahmen durch den Verkauf von individualisierten Produkten und Dienstleistungen.

Wettbewerbsdifferenzierung: Unternehmen können sich durch maßgeschneiderte Lösungen von der Konkurrenz abheben.

Markenbindung: Stärkere Kundenbindung durch maßgeschneiderte Aftermarket-Angebote.

Risiken

Komplexität und Kosten: Entwicklung und Bereitstellung individualisierter Lösungen können hohe Kosten und organisatorische Komplexität mit sich bringen.

Qualitätsmanagement: Sicherstellung der Qualität und Zuverlässigkeit maßgeschneiderter Produkte und Dienstleistungen kann herausfordernd sein.

Marktrisiken: Unsicherheit, ob die angebotenen Individualisierungen auf ausreichende Nachfrage stoßen.

Logistische Herausforderungen: Anpassung der Lieferketten und Lagerhaltung an die Bedürfnisse der Individualisierung.

Bezug zur Plattformökonomie

Das Geschäftsmodell der Plattformökonomie zielt darauf ab, durch Synergien, Wettbewerb und

Standardisierungseffekte eine Fahrzeugarchitektur möglichst wirtschaftlich anzubieten. Individualisierung steht im direkten Gegensatz dazu, indem Differenzierung durch die spezifische und aufwändige Anpassung eines Produktes erreicht wird.

Anwendungsbeispiele

Personalisierte Fahrzeugkonfiguration: Kunden können online ihre bevorzugten Fahrzeugmerkmale wie Farbe, Innenausstattung und technologische Features auswählen und konfigurieren.

Software-Updates und -Anpassungen: Bereitstellung von maßgeschneiderten Softwarelösungen und Updates für Fahrerassistenzsysteme und Infotainment.

Maßgeschneiderte Dienstleistungen: Angebote von speziellen Wartungs- und Reparaturdiensten, die auf die individuellen Bedürfnisse und Fahrgewohnheiten der Kunden abgestimmt sind.

Individuelle Zubehörpakete: Kunden können aus verschiedenen Zubehörpaketen wählen, die speziell auf ihre Nutzung und Vorlieben zugeschnitten sind.

Erste Schritte

1. Bedarfsanalyse: Untersuchung der spezifischen Bedürfnisse und Vorlieben der Zielkunden, um passende Individualisierungsoptionen zu identifizieren.

2. Technologieintegration: Implementierung flexibler Produktions- und IT-Systeme, die individuelle Anpassungen unterstützen.

3. Pilotprojekte: Start von Pilotprojekten, um die Marktakzeptanz und Effizienz der individualisierten Angebote zu testen und zu optimieren.

4. Schulung und Weiterbildung: Qualifizierung der Mitarbeiter im Umgang mit neuen Technologien und Prozessen zur Unterstützung der Individualisierung.

Benötigte Kompetenzen

Kundenverständnis: Fähigkeit, die Bedürfnisse und Wünsche der Kunden zu verstehen und in maßgeschneiderte Angebote zu übersetzen.

Technologisches Know-how: Kenntnisse über die Implementierung und Nutzung flexibler Produktions- und IT-Systeme.

Projektmanagement: Kompetenzen zur Planung und Umsetzung von Individualisierungsprojekten.

Kommunikation: Fähigkeiten zur effektiven Kommunikation mit Kunden und Partnern, um individuelle Anforderungen zu erfassen und umzusetzen.

Kontakt

Wirtschaftsförderung Nordschwarzwald
GmbH
Westliche Karl-Friedrich-Str. 29-31
75172 Pforzheim
E-Mail: info@trafonetz.de
Web: www.trafonetz.de

Quellen

Bürkel, J. & Zimmermann, A. (2023) "Service-dominantes Design: Eine digitale Ideenfindungsmethode", in Zimmermann, A., Schmidt, R. & Jain, L. C. (Hg.) *ARCHITEKTUR DER DIGITALEN TRANSFORMATION: Digital business, technologie*, [S.l.], SPRINGER INTERNATIONAL PU, S. 153–174.

Canzler, W. & Knie, A. (2021) "Der alte Traum vom privaten Glück – Die Autoindustrie als Teil eines vergangenen Gesellschaftsentwurfs", *WSI-Mitteilungen*, Vol. 74, No. 3, S. 207–215.

Genov, N. (2022) "Die Zukunft der Individualisierung", in Genov, N. (Hg.) *Herausforderungen der Individualisierung*, Cham, Springer Nature Switzerland, S. 227–274.

Hartmann, E. A. (2021) *Digitalisierung souverän gestalten*, Berlin, Heidelberg, Springer Berlin Heidelberg.

Helmold, M. (2023) "New Work in der Automobilbranche", in Helmold, M. (Hg.) *New Work, transformatorische und virtuelle Führung: Was wir aus aktuellen Krisen lernen können*, Cham, Springer Nature Switzerland; Imprint: Springer Gabler, S. 173–186.

J Schoblik, A Richter, B Kölmel, L Waidelich *Mass Customization: Was ist das?*, Pforzheim, Hochschule Pforzheim [Online].

Verfügbar unter https://www.researchgate.net/profile/lukas-waidelich/publication/344434015_mass_customization_-_was_ist_das/links/5f74c51892851c14bca33ab3/mass-customization-was-ist-das.pdf (Abgerufen am 21 August 2024).

Kern, W. (2021) *Modulare Produktion*, Wiesbaden, Springer Fachmedien Wiesbaden.

Kraus, W. & Bauernhanst, T. (2021) "Wie Automatisierung die Zukunft der Produktion verändern wird", *Zeitschrift für wirtschaftlichen Fabrikbetrieb*, Vol. 116, No. 10, S. 652–656.

MULLER-ROTERBERG, C. (2020) *PRAXIS-HANDBUCH GESCHAFTSMODELL-INNOVATIONEN: Tipps & tools*, [S.l.], BOOKS ON DEMAND.

Schallmo, D. R. A. (2021) „Geschäftsmodell-Best-Practices“: Inspirationen gewinnen", in Schallmo, D. R. A. (Hg.) *Erfolgreiches Business Model Development für Gründungen: Idee, Konzept, Geschäftsmodell, Pitch und Roadmap mit Tools*, Wiesbaden, Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH; Springer Gabler, S. 23–28.

Shao, X.-F. (2020) "What is the right production strategy for horizontally differentiated product: Standardization or mass customization?", *International Journal of Production Economics*, Vol. 223, S. 107527.

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

