

edelwiser Press

Univ. Prof. Nicolaus Franke, Vorstand des Instituts für Entrepreneurship & Innovation der
Wirtschaftsuniversität Wien, zum edelwiser Konzept. Beitrag zum edelwiser Yearbook 07|08

Weil der Kunde mehr sein kann als nur der Käufer.

Wenn man ihn lässt ...

Zufriedene Kunden sind für den nachhaltigen Erfolg eines Unternehmens essentiell. Um sie zufrieden stellen zu können, muss man ihre Bedürfnisse genau kennen und verstehen. Hierfür geben viele Unternehmen einiges an Geld für Marktforschung aus – und scheitern trotzdem. Die Folge sind Flops.

Die Gründe für die Probleme, die Kundenbedürfnisse zu verstehen, sind vielfältig: Erstens werden die Anforderungen und Wünsche der Kunden immer heterogener. Vielfalt und Individualität sind stehen bei vielen Produkten im Vordergrund. Zweitens ändern sich die Kundenbedürfnisse auch immer schneller: Was heute noch voll im Trend liegt, kann morgen schon wieder out sein. Drittens tun sich Kunden oftmals schwer, ihre Bedürfnisse in Worte zu fassen: Wer kann schon genau und in einer dem Produzenten verständlichen Sprache beschreiben, wie beispielsweise sein Wunsch-Ski aussehen sollte?

Aus diesen Gründen stößt die Marktforschung an ihre Grenzen, wenn es um Innovationen und neue Produkte geht. Während viele Unternehmen hilflos wirken und unzulänglich auf diese geänderten Rahmenbedingungen reagieren, gibt es andere, die aus der Not eine Tugend machen und ganz bewusst neue Wege in der Neuproduktentwicklung gehen. Diese Unternehmen erkennen die Chance, in eine ganz neue Form des Dialogs mit ihren Kunden zu treten und diese als Ideenlieferanten und Produktentwickler einzubinden.

Edelwiser kann in dieser Hinsicht als ein österreichischer Pionier bezeichnet werden. Das Wiener Unternehmen bietet seinen Kunden ein so genanntes ‚Toolkit for User Innovation and Design‘ an, einen virtuellen Werkzeugkasten, mit dem Kunden ihre Ski individuell gestalten können. In wenigen Mausklicks entsteht ein neuartiges Skidesign, das immer weiter verändert und verbessert werden kann, bis es dem eigenen Geschmack zu 100% entspricht.

Die Vorteile dieses innovativen Ansatzes liegen auf der Hand: ‚Übersetzungsprobleme‘ von Kundenbedürfnisse in Produktattribute entfallen und die Kunden bekommen genau das, was sie wollen. Viele Kunden haben Spaß an dieser kreativen Tätigkeit und sind mit recht stolz auf ‚ihr‘ Design. Eine schnell wachsende Anzahl begeisterter edelwiser-Kunden, die dem Unternehmen auch langfristig erhalten bleiben, bestätigen den Sinn dieses Ansatzes.

Ihren Kunden die Möglichkeit zu bieten, sich aktiv einzubringen und in eine echte Austauschbeziehung mit dem Unternehmen zu kommen, ist Erwin Werdenigg und seinem Team ein zentrales Anliegen. Aus diesem Grund wurde und wird auch in Zukunft viel Zeit und Know-how investiert, um das bestehende Geschäftsmodell, in dessen Zentrum der Kunde steht, weiterzuentwickeln. Als wissenschaftlicher Partner der Firma Edelwiser haben wir, das ‚Institut für Entrepreneurship und Innovation der Wirtschaftsuniversität Wien‘, das Unternehmen auf diesem Weg während der letzten drei Jahre im Rahmen gemeinsamer Projekte, in die auch zahlreiche Studierende des Instituts eingebunden waren, unterstützt. Die Projekte waren für beide Seiten spannend und lehrreich. Edelwiser konnte auf diese Weise von den Kenntnissen und dem Wissen profitieren, das wir in diesem Forschungsschwerpunkt des Instituts haben (www.userinnovation.at). Umgekehrt ist es auch für uns wichtig, an realen Beispielen zu lernen und konkrete Probleme der Realität kennen zu lernen. Gute Wissenschaft bezieht sich auf die Praxis - und nichts ist eben so praktisch wie eine gute Theorie.

Ich freue mich zu sehen, dass Edelwiser vielleicht auch Dank unserer Mithilfe mit einer pfiffigen Idee, einer mutigen Vision und einem professionellen Geschäftsmodell in einer traditionellen und von großen Playern beherrschten Branche nicht nur überleben, sondern sogar äußerst erfolgreich wirtschaften kann.

Univ.-Prof. Dr. Nikolaus Franke

Vorstand des Instituts für Entrepreneurship & Innovation der Wirtschaftsuniversität Wien

edelwiser Short Facts

edelwiser stellt hochwertige und breitbandig einsetzbare, grafisch individualisierbare Alpinski her – zum Preis eines vergleichbaren Massenproduktes. Der Kunde kann sich seine Skis mit einem interaktiven Toolkit (Konfigurator) über das Internet oder über Design Masterfiles mittels eines Desktop Graphikprogrammes selbst designen. Der Kunde wird zum (Mit) Gestalter und Innovator seines eigenen Produktes. Die Produktentwicklung legt Wert auf höchste Qualität, erfolgt in engem Dialog mit den Kunden und ist auf ihren Usecase zugeschnitten. Unter dem Motto it's more than Skis setzt edelwiser auf Communities und Netzwerke und fördert den Kontakt mit Kunden aber auch die Kontakte unter Kunden - edelwiser verbindet Menschen - und bietet mit seinem Ambassador Modell eine ausgereifte Social-Commerce-Strategie an. Die edelwiser Business Ski Editions sind individualisierbare Kleinserien für Unternehmen, um Kundenbindungs- und Promotionszenarien im Schnee zu unterstützen. Eignen sich auch für kleine Unternehmen (Editions ab 3 Paar Skis). edelwiser wurde von der ehemaligen Ski Weltcup Rennläuferin Nicola Werdenigg-Spieß gegründet und ist Gewinner des Österreichischen Staatspreises für Multimedia & eBusiness sowie des ISPO SportsDesign Awards 2007 und Nominee für den Designpreis der Bundesrepublik Deutschland 2008.

Kontakt

Erwin Werdenigg
edelwiser Ski
Julius Tandler Platz 6/4
A-1090 Wien

Email: erwin@edelwiser.com
Tel: +43-699-13439922
Fax: +43-1- 9257223
Internet: www.edelwiser.com

