



Neue Roland Berger-Studie: Frugal Products werden bis 2018 rund ein Viertel des Umsatzes westlicher Unternehmen ausmachen

*Einfache, kostengünstige, aber dem Kundenbedürfnis entsprechende Lösungen für mittlere und niedrigere Marktsegmente (Frugal Products) werden zu wichtigen Umsatz- und Gewinn treibern für westliche Firmen
Bis 2018 wird sich der Anteil der Frugal Produ*

(ddp direct) München, Februar 2013: Die Entwicklung einfacher, kostengünstiger, aber dem Kundenbedürfnis entsprechender Produkte (Frugal Products) für Schwellenländer spielt für westliche Unternehmen eine immer größere Rolle. So wächst der Umsatzbeitrag solcher Produkte deutlich schneller als etwa der Umsatz hochtechnologischer Produkte. Für die Entwicklung von Frugal Products reicht es allerdings nicht aus, vorhandene Produkte technisch zu vereinfachen und günstiger anzubieten. Um langfristig erfolgreich zu sein, müssen Unternehmen sechs wesentliche Produkteigenschaften berücksichtigen und die gesamte Wertschöpfungskette den speziellen Marktanforderungen anpassen. Wesentliche Erfolgsfaktoren sind umfassende Kenntnisse über Märkte und Kundenanforderungen sowie wettbewerbsfähige Preise. In der neuen Studie "Frugal Products" stellt Roland Berger Strategy Consultants einen ganzheitlichen Ansatz für eine erfolgreiche Frugal Products-Strategie vor.

"Frugal Products sind technisch einfache, kostengünstige Produkte, die sich vorwiegend für schnell wachsende Entwicklungsmärkte eignen", erläutert Oliver Knapp, Partner von Roland Berger Strategy Consultants. "Westlichen Unternehmen, die im unteren und mittleren Marktsegment tendenziell schwächer vertreten sind, bieten diese Produkte ein großes Umsatz- und Gewinnpotenzial. Dafür müssen sie aber ihre Wertschöpfungskette entsprechend anpassen."

Umsatzanteil der Frugal Products in den Unternehmen verdoppelt sich

Frugal Products werden für westliche Unternehmen immer wichtiger. Der Umsatzanteil der Unternehmen liegt derzeit bei 12 Prozent und soll sich in den nächsten fünf Jahren auf 22 Prozent fast verdoppeln. Ebenfalls erwarten die Befragten, dass der Anteil von Frugal Products am gesamten Unternehmensgewinn von 10 auf über 18 Prozent bis 2018 steigen wird.

Beispiele für sehr erfolgreiche Frugal Products finden sich bereits in vielen Branchen. So werden etwa für ländliche Gebiete in China und Indien Ultraschall- und Röntgengeräte mit reduzierten Funktionen gebaut, die auch bei hoher Luftfeuchtigkeit oder Stromausfall problemlos funktionsfähig sind. Für den indischen Massenmarkt wurde hingegen ein kostengünstiges Familienauto entwickelt, das die Lücke zwischen Zweirädern und Kleinwagen schließt.

Doch obwohl Frugal Products immer wichtiger werden, ist weniger als die Hälfte der Befragten mit der derzeitigen Performance ihrer Lösungen zufrieden. "Die meisten Firmen haben zwar das große Potenzial dieser einfachen Produkte erkannt, aber vielen fehlt immer noch der Überblick über die tatsächlichen Erfolgsfaktoren", warnt Michael Zollenkop, Co-Autor der Studie. "So sehen wir zum Beispiel eine große Diskrepanz zwischen den Produktpreisen und der Zahlungsbereitschaft der Kunden in den Schwellenländern."

Sechs Produkteigenschaften für den Erfolg

Frugal Products lassen sich am besten anhand von sechs Eigenschaften definieren: die Produkte müssen funktional, robust und einfach zu bedienen sein. Außerdem sollten sie in großen Mengen produziert und zu günstigen Preisen verkauft werden. Dabei sollten Firmen darauf achten, dass diese Lösungen den lokalen Marktanforderungen der Schwellenländer angepasst werden. Doch genau hier besteht bei vielen Unternehmen noch großer Nachholbedarf: "Viele Firmen achten nicht genug auf die lokalen Kundenbedürfnisse in ihren Absatzmärkten und die Produkte sind zu teuer für ihre potenziellen Kunden", bemängelt Roland Berger-Experte Sebastian Durst.

Wichtig ist daher ein systematischer Ansatz, um Frugal Products erfolgreich auf den Markt zu bringen. In erster Linie sollten Firmen Markt und Kunden sorgfältig analysieren, um die richtige Strategie aufzusetzen: "Unternehmen müssen von Anfang an die richtigen Weichen stellen, um einen späteren Strategiewechsel und unnötige Kosten zu vermeiden", rät Roland Berger-Stratege Michael Zollenkop. Dabei müssen Firmen festlegen, ob sie bereits passende Lösungen für die Märkte haben oder ob sie ein komplett neues Produktportfolio entwickeln müssen.

Ebenso relevant ist die Frage nach der Produktentwicklung. "Hier bieten sich für Hersteller von Frugal Products vor allem lokale Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten, die die jeweiligen Marktbedürfnisse besser berücksichtigen können", sagt Oliver Knapp. Für eine kostengünstige Produktion in großen Mengen empfehlen die Experten, verstärkt modulare Produktionsverfahren einzusetzen. Wichtig sind außerdem die Einbindung von örtlichen Zulieferern sowie die Möglichkeit, Produktion und Logistik auszulagern.

Besondere Aufmerksamkeit sollten außerdem Firmen der Preisbestimmung schenken: "Bei der Festlegung des Preises spielen sowohl die Produkteigenschaften als auch das Preisniveau der Wettbewerber eine entscheidende Rolle", sagt Zollenkop und ergänzt: "Umso mehr sollten Firmen auf die Entwicklungs- und Herstellungskosten ihrer Frugal Products achten, um die Endpreise in Grenzen zu halten. Permanentes Kostencontrolling hat daher oberste Priorität."

Die Studie können Sie kostenlos herunterladen unter: www.rolandberger.com/pressreleases

Abonnieren Sie unseren kostenlosen Newsletter unter: www.rolandberger.com/press-newsletter

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Claudia Russo

Roland Berger Strategy Consultants

Tel.: +49 89 9230-8190

e-mail: claudia.russo@rolandberger.com

www.rolandberger.com

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:
<http://shortpr.com/l9tkyt>

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:
<http://www.themenportal.de/wirtschaft/neue-roland-berger-studie-frugal-products-werden-bis-2018-rund-ein-viertel-des-umsatzes-westlicher-unternehmen-aus-machen-84083>

Pressekontakt

Roland Berger Strategy Consultants

Frau Claudia Russo
Mies-van-der Rohe-Str. 6
80807 München

claudia.russo@rolandberger.com

Firmenkontakt

Roland Berger Strategy Consultants

Frau Claudia Russo
Mies-van-der Rohe-Str. 6
80807 München

rolandberger.com
claudia.russo@rolandberger.com

Roland Berger Strategy Consultants, 1967 gegründet, ist eine der weltweit führenden Strategieberatungen. Mit rund 2.700 Mitarbeitern und 51 Büros in 36 Ländern ist das Unternehmen erfolgreich auf dem Weltmarkt aktiv. Die Strategieberatung ist eine unabhängige Partnerschaft im ausschließlichen Eigentum von rund 250 Partnern.