

Zukunftssicherung durch ganzheitliche individuelle Nischenstrategien

Es gibt gute Gründe für mittelständische Unternehmen auf Nischenstrategien zu setzen: Die Aussicht auf weniger Konkurrenzdruck beispielsweise oder die Chance auf höhere Umsatzrenditen um nur einige zu nennen. Um langfristig den Erfolg des Unternehmens zu sichern genügt es jedoch nicht, spezialisierte Produkte anzubieten, eine hohe Flexibilität zu besitzen, eine enge Kundenbindung, überlegene Produktleistungen zu bieten, oder einfach innovativ zu sein.

Denn wenn ein Nischenmarkt auf gleiche Weise wie ein Massenmarkt bearbeitet wird oder man sich an dem Verhalten der grossen Marktteilnehmer orientiert, bleibt der Erfolg aus. Die Kundenanforderungen im Nischenmarkt sind völlig andere als im Massenmarkt. Hinzu kommt, dass Grossunternehmen auf der Suche nach Wachstumschancen vermehrt in Nischen eindringen.

Voraussetzung für eine erfolgreiche Nischenstrategie ist die detaillierte Kenntnis der Marktnische und deren Mechanismen. Aber auch das alleine reicht noch nicht aus. Erst eine ganzheitliche individuelle Nischenstrategie kann zu einem nachhaltigem Erfolg führen. Sie umfasst alle relevanten Zusammenhänge im Unternehmen sowie zwischen Unternehmen und

Umwelt. Sie ist zudem so einzigartig wie Ihr Unternehmen.

Vor der Definition der Strategie gilt es einige Kernfragen zu beantworten:

► Woraus besteht die gewählte Nische? Welche Kundenbedürfnisse bilden die Grenzen?

► Wie wird sich der Nischenmarkt künftig entwickeln? Ist das Potenzial auch langfristig gross genug?

► Wie wahrscheinlich ist der Markteintritt von Grossunternehmen?

► Passt die identifizierte Nische zu unserem Unternehmen? Und unseren Kenntnissen und Fähigkeiten zur Nische?

► Was ist unsere strategische Stossrichtung in der Nische? Wollen wir eine maximale Abschöpfung des Potenzials erreichen oder langfristig einen Massenmarkt aufbauen? Wollen wir die Nische beherrschen? Werden wir durch den Wettbewerb zum Ausweichen gezwungen?

Erst nach Beantwortung dieser und weiterer Fragen ist eine individuelle Strategiedefinition möglich.

Die ganzheitliche individuelle Nischenstrategie bildet die Grundlage für weitere Teilstrategien:

► Marketingstrategie (Kommunikation, Leistungsangebot, Werbung, Image)

► Vertriebsstrategie (Absatzkanäle, Kundengruppen, Preispositionierung, Konditionsmanagement)

Erst alle Elemente gemeinsam stellen sicher, dass die Massnahmen in Richtung der Strategie wirken und somit eine optimierte Nutzung der vorhandenen Ressourcen stattfindet.

Das anschliessende Strategiecontrolling dient der Bewertung und ermöglicht notwendige Anpassungen.

Fazit: Nischenstrategien bieten Ihnen als mittelständisches Unternehmen sehr gute Chance auf eine nachhaltige Zukunftssicherung. Der Rat und die Unterstützung bei der Umsetzung durch erfahrene Praktiker helfen Ihnen dies zu erreichen.

Über den Autor:

Michael Rainer Schmidt gründete 2008 Solidum Consult. Die ganzheitliche Unternehmensberatung ist auf Strategie, Marketing und Vertrieb für kleine und mittelständische Unternehmen spezialisiert. Die Klienten stammen aus der Konsumgüterbranche, der Nahrungsmittelindustrie und der Dienstleistungsbranche.

Für weitere Informationen:
www.solidum-consult.com