

Was macht Marktnischen so attraktiv ?

Alle reden davon, Marktnischen als unverwechselbarer Anbieter von Produkten und Dienstleistungen zu finden und konsequent zu besetzen – doch nur wenigen Mittelständlern gelingt das wirklich.

Grundsätzlich versteht man unter einer Marktnische immer einen Ausschnitt oder Anteil an dem gesamten Markt einer Branche. Die Kunden in dieser Nische – bzw. aus denen sich die Nische quasi zusammensetzt – haben meist noch speziellere Wünsche und Anforderungen als das in der Breite der gesamten Branche der Fall ist.

Grundvoraussetzung ist, die Anforderungen und Wünsche aus Sicht der Kunden in dieser Nische sehr genau zu verstehen und spezifizieren zu können: Was macht diese Kunden besonders und warum stellen diese welche konkreten Anforderungen an die Produkte und Dienstleistungen von deren Lieferanten ?

Um sich in einer Nische zu etablieren, gilt es, die Anforderungen und Bedürfnisse der dortigen Kunden zu bedienen bzw. deren Probleme mit dem eigenen Leistungsangebot konsequent und vollständig zu lösen. Im besten Fall löst man sogar Herausforderungen und Probleme, die marktseitig noch kein anderer zu lösen vermag.

Womit wird man marktseitig belohnt, wenn dies gelingt:

- die eigene Marktposition wird „unangreifbarer“, weil man dem allgemeinen Konkurrenz- und Preiskampf zunehmend entkommt
- die Nachfrage nach dem eigenen Angebot lässt sich immer mehr steigern, je mehr man die sehr spezifische Anforderungen der eigenen Kunden konsequent und vollständig befriedigt
- je spezifischer die Lösungen aus dem eigenen Hause werden, desto eher wird man in dieser Nische zu einem von nur noch wenigen Anbietern
- wer diesen Wettbewerbsvorteil verteidigt und ausbaut, wird einen immer größeren Vorsprung gegenüber Wettbewerbern im Bereich Bekanntheit, Attraktivität, Akzeptanz & Zufriedenheit erzielen
- die Wahrscheinlich steigt stark an, dauerhaft eine hohe und weniger schwankende Auslastung im eigenen Unternehmen sicherstellen zu können
- durch weniger Wettbewerbsdruck und spezifischere Lösungsangebote für die eigenen Kunden, sinkt deren Preissensibilität und damit steigen die durchsetzbaren Preise & Margen meist deutlich an
- wer weniger im Wettbewerb zur breiten Masse steht, spart meist auch in großem Umfang Informations-, Werbe- & Vermarktungskosten, weil die Kunden quasi automatisch den Weg finden.

Was ist wichtig, um eine solche – meist sehr attraktive – Nische nachhaltig besetzen zu können:

- Passen die eigenen Stärken & Schwächen wirklich zum erforderlichen Profil an Chancen & Risiken ?
 - o s. Vertrieb, technische & kfm. Leitung, Mitarbeiter (allg.) sowie Anlagen & Technologie
- Wo muss in welchem Umfang investiert (Köpfe, Anlagen & Technologie) werden, um mit den eigenen Stärken die spezifischen Anforderungen der (zukünftigen) Kunden bestmöglich erfüllen zu können ?
- Der Weg ´in die Nische´ kann meist (Risiko-reduzierend) Schritt für Schritt gegangen werden – was ist das konkrete Ziel und welche Zwischenschritte auf dem Weg dorthin sind sinnvoll bzw. erforderlich ?

Sie wünschen sich auch eine lukrative Marktnische ...

Sie haben Fragen? Wir freuen uns auf Sie!