

Produktinnovationen – nah am Verbraucher


von Sebastian Haupt

Die Welt befindet sich im Wandel – 15 Minuten Tagesschau zeigen das täglich. Doch welchen Einfluss haben diese Entwicklungen auf die Bedürfnisse von Konsumenten?

Jüngst untersuchte H,T,P, Concept in Zusammenarbeit mit Sony Ericsson, wie sich die globalen Veränderungen auf die Mobilfunk-Kategorie auswirken. In einer ersten Phase der Studie führten Verbraucher einen moderierten Fokus-Blog (siehe [creativ verpacken 4/2009](#)) zum Thema. Das Schlüsselergebnis: die Finanzkrise sensibilisiert für eine drohende Umweltkrise – unbedachtes Handeln führt langfristig in eine Sackgasse. Aus den Erkenntnissen der Blog-Phase wurden dann in einem Kreativ-Workshop, gemeinsam

mit Produktentwicklern und Marketingverantwortlichen, verschiedene Ideen entwickelt – von energiesparenden Möglichkeiten der Akku-Aufladung über innovative, ökologische Handy-Materialien bis hin zu umweltfreundlichen Verpackungsalternativen. Anschließend konnten diese Ideen in einer weiteren Phase zu konkreten Produkt-Konzepten ausformuliert und in mehreren Workshops mit Konsumenten näher »unter die Lupe genommen« werden. Die Zielgruppenvertreter bewerteten sämtliche Produkt-Ideen; Stärken und Schwächen der

einzelnen Konzepte wurden diskutiert sowie Optimierungspotentiale aufgedeckt. Aus der Fülle der vorhandenen Ideen kristallisierten sich so die Bedeutendsten und Umsetzungsrelevantesten heraus.

Mit Hilfe der auf die Fragestellung abgestimmten Studie konnte das Sony Ericsson-Team konkrete Ideen für neue Produktinnovationen generieren. Umgesetzt in künftigen Produkten wird sich die Ausrichtung an den sich wandelnden Bedürfnissen der Verbraucher auszahlen – und eine starke Marktposition sichern. 



Sebastian Haupt ist Project Executive im Team der H,T,P, Concept in Berlin.