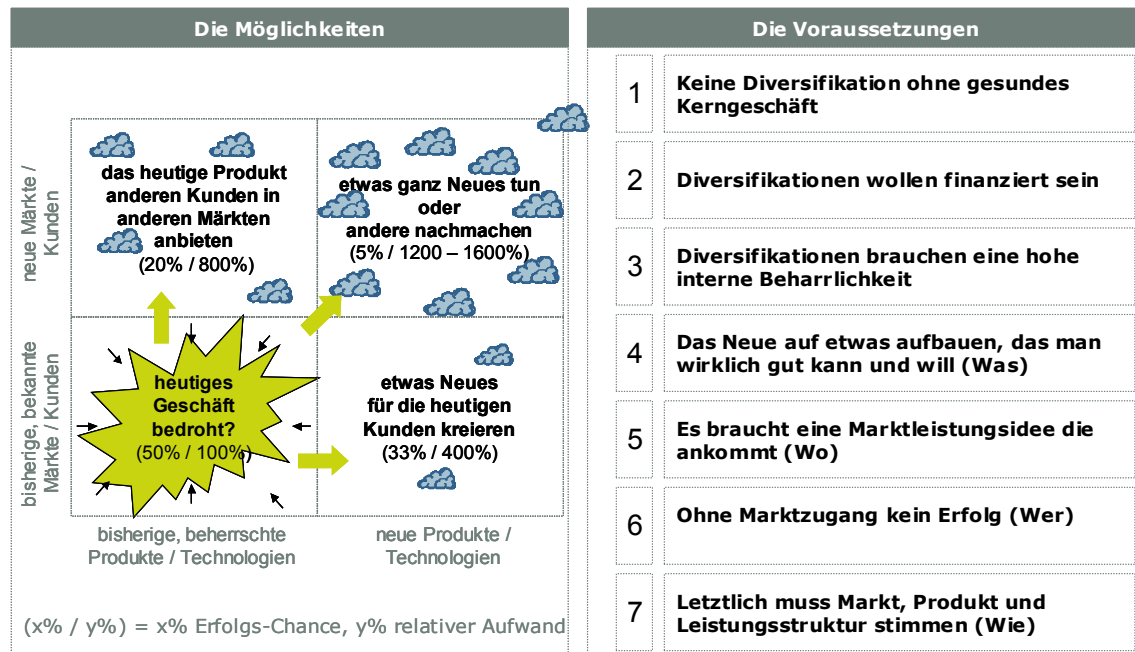


# Diversifizierungen

## Diversifizierung nur, wenn 7 Voraussetzungen erfüllt sind

Geht es dem Geschäft mies, findet man sich in gesättigten oder gar schrumpfenden Märkten, liegt es nahe, ein nächstes Standbein aufzubauen. Sehr häufig ein Schluss der böse enden kann, werden nicht gewisse Voraussetzungen erfüllt.



Viele Gründe sind für die hohe Floprate von Diversifizierungen verantwortlich:

### Interne Gründe:

- Interne Widerstände blockieren
- Finanzielle Durchhaltekraft fehlt
- Zielkostenstrukturen werden nicht erreicht
- Zu vieles wird gleichzeitig ange-rissen
- Ungenügend Ressourcen
- Zu wenige die wirklich wollen
- Alles geht länger als geplant

### Externe Gründe:

- Zahl der potentiellen Kunden überschätzt
- Wettbewerbsmacht der Konkurrenz un-erschätzt
- Produkt trifft die Kundenbedürfnisse nicht
- Produkt mit technischen Schwächen
- Konkurrenz reagiert mit Preissenkungen
- Markentreue bisheriger Konkurrenzpro-dukte unterschätzt

In vielen Fällen ist die Weiterentwicklung mit den bestehenden Kunden und Märkten ein-facher und profitabler als der Aufbau neuer Märkte oder gar der Start in neue Märkte mit neuen Produkten. Andererseits startet jedes neue Unternehmen üblicherweise zunächst im Quadrant rechts oben. „Diversifikationen“ sind also zu schaffen. Frage ist nur mit wel-chen Erfolgsfaktoren?

Aus praktischen Beratungsprojekten haben sich drei grundlegende Voraussetzungen her-ausgeschält: Gesunde Basis, genügend hohe Finanzkraft und mentale Beharrlichkeit. Da-zu kommen vier Hinweise zum Geschäftsaufbau: Auf bestehenden Fähigkeiten und Kenntnissen aufbauen, zielkundenorientierte Produkte anbieten, dem Marktzugang viel Aufmerksamkeit schenken und die Wertschöpfungskette kostengünstig gestalten.