

Aus Fehlern lernen...

Das Scheitern von Produkten und Marken

01

Was gilt als Fail?

Als Fail gilt ein Produkt, wenn es nicht den wirtschaftlichen Erwartungen entsprochen hat. Es handelt sich um (neue) Produkte oder Unternehmen auf dem Markt, die trotz aller Marketingbemühungen „krachend“ scheitern.

02

Zahlen, Zahlen, Zahlen

Nur wenige neue Produkte können sich nach Angaben von Konsumforschern dauerhaft im Handel halten: Zwei Jahre nach ihrer Einführung seien fast zwei Drittel der Innovationen wieder vom Markt verschwunden.

03

(Miss-)Erfolg – warum?

Den Maßstab einer sehr erfolgreichen Markteinführung von einem Umsatz von mehr als 50 Millionen US-Dollar im ersten Jahr erreichen keine drei Prozent der neuen Konsumgüter. Es stellt sich die Frage, wie es bestimmte Produkte überhaupt von "Ich habe da eine Idee" hin zu "Das geht jetzt in Serie" geschafft haben.

” ZUM EINEN, DASS SCHEITERN UNLÖSBAR MIT ERFOLG VERBUNDEN IST UND ZUM ANDEREN, DASS SIE VERSTEHEN, WIE WICHTIG ES IST, SCHEITERN ZU LERNEN.
SAMUEL WEST

Gründe für Fails

A

Preis

Produkte scheitern aufgrund zu hoher Preise am Markt.

B

Qualität

Manche der Produkte scheiterten am Markt, weil sie schlecht gestaltet waren.

C

Zeitpunkt

Die Entwicklung des Produkts kommt zu spät oder manchmal auch zu früh.

D

Brand extension failure

Scheitern beim Versuch, die Produktpalette zu erweitern; unglückliche Produktabwandlung.

E

Marketing

Aufbau einer viel zu hohen Erwartungshaltung, die das Endprodukt nie erfüllen kann.

Themenfelder und Beispiele

Digital Desasters

Technologien, die sich nicht durchsetzen konnten.

Medical Mishaps

Das Scheitern von Ideen und Produkten im Gesundheitswesen.

What were they thinking?!

Produkte, die nicht nachgefragt wurden.

Bad Taste

Gescheiterte neue Rezepturen von Lebensmitteln.

So close, and yet...

Eine schlechte Strategie oder einfach Pech.

The future is (not) now

Produkte, die zu weit in der Zukunft gedacht wurden.

Failure in Motion

Das Scheitern von Ideen im Transport und der Mobilität.

Failure to innovate

Eine fehlende Innovationsbereitschaft.