

# KUL – Kundeninnovations- und Lead User Tool

## die Ausgangssituation

---

Produkte und Dienstleistungen werden immer austauschbarer, die Suche nach Marktlücken zum Spießrutenlauf - denn Innovationen lassen sich nicht einfach aus dem Ärmel schütteln. Zukunftsversprechende Produktentwicklung setzt vor allem eines voraus: Weitblick.

Das fernlicht hat einen Prozess entwickelt, der Unternehmen dabei hilft, Innovationen basierend auf Kundenbedürfnissen zu planen. Mit Hilfe des Innovationstools KUL, das Verbraucher bzw. Anwender in den Mittelpunkt stellt. Denn erfolgreiche Innovationen werden in der Regel von Usern und nicht von Herstellern geschaffen.

## das Ziel

---

- Intensivierung der Kundenbeziehung
- Erfassen der Kundenbedürfnisse
- Erhöhung des Innovationsoutputs

Durch frühzeitige Einbindung der Kunden in Produkt- und Serviceentwicklung sollen interaktiv Ideen und innovative Lösungskonzepte erarbeitet werden. Der Zukunftsgedanke dabei: Aufspüren der „Lead User“ – jener Kunden, die ihrer Zeit voraus sind und im Ideenfindungsprozess Bedürfnisse artikulieren, lange bevor sie von der breiten Masse formuliert werden. Kurz: Trendsetter in Sachen Kundenwünsche.

## die Umsetzung

---

Ein Lead-User Projekt durchläuft im Wesentlichen drei Phasen:  
Nach der Bildung eines Projektteams wird zunächst ein Trend-Screening im ausgewählten Markt bzw. in Analogmärkten durchgeführt. In Phase Nummer zwei werden Experten und Lead User ausfindig gemacht, die über detailliertes Marktwissen verfügen bzw. entsprechende Bedürfnisse in Interviews auch artikulieren. In Phase Nummer drei wird ein Workshop mit Unternehmensmitgliedern und Lead Usern mit dem Ziel organisiert, zum ausgewählten Thema konkrete Ideen und Innovationen zu generieren.

## die Kosten

---

Die Kosten sind abhängig von der Tiefe der Researchphase, der Zahl der interviewten Experten sowie der Länge des Workshops. Ab 6800 € aufwärts (zuzüglich MWSt.).