

Erfolg in der Nische

Vielen Trägern fehlt das Kapital für Expansionspläne. Um im Wettbewerb gegen größere und finanzkräftige Wettbewerber bestehen zu können, bietet sich eine Spezialisierung auf ganz bestimmte Kundengruppen oder Dienstleistungen an. Ziel dieser sogenannten Nischenstrategie ist eine bewusste Fokussierung auf sehr kleine Märkte, die von anderen Unternehmen vernachlässigt oder übersehen werden. Voraussetzung hierfür ist eine exakte Analyse des Marktes hinsichtlich der Größe, der Bedürfnisse der Kunden und ihrer Kaufkraft, der regionalen und sozialen Besonderheiten sowie des Angebots von Wettbewerbern. Drei erfolgreiche Beispiele für die Umsetzung von Nischenstrategien im sozialwirtschaftlichen Bereich sind Pflegedienste für Migranten, Luxus seniorenheime oder die Betreuung von Senioren in ihren eigenen Wänden per Bildtelefon.

Wichtig ist es die Leistungen genau an die Wünsche und Bedürfnisse der fokussierten Kundengruppe anzupassen und ihnen einen Zusatznutzen anzubieten. Dies kann unter anderem durch die Kenntnisse der Sprache der Kunden, besondere Qualitätsstandards oder eine besonders benutzerfreundliche Technik umgesetzt werden. Durch umfassende Befriedigung der Bedürfnisse ist eine hohe Bindung der Kunden anzustreben. Gelingt Trägern dies, lassen sich überdurchschnittlich hohe Renditen erzielen. Doch auch größere Träger nutzen die Nischenstrategie, um neue Dienstleistungen auf ihre Marktfähigkeit hin zu überprüfen.

Die Nischenstrategie ist nicht frei von Risiken, da die Nische auch für Wettbewerber attraktiv werden kann. Deshalb müssen Anbieter darauf achten, ihre Nische abzusichern, indem sie das erworbene Erfahrungswissen nutzen, um ihre Spezialisierung kontinuierlich zu erweitern. Dazu müssen sie flexibel auf Neuerungen eingehen, mögliche Veränderungen der Kundenbedürfnisse frühzeitig erkennen und dafür neue Leistungen anbieten sowie ihre speziellen Kompetenzen ständig ausbauen. Dies führt dann häufig zu neuen interessanten Nischen!

Dr. Ulrich Gartzke, Senior-Berater, BSL Public Sector Managementberatung GmbH, Bergheim

Erschienen in: Wohlfahrt Intern, Heft 7, 2008, S.9