



# Wenn sich die Produkte den Kunden anpassen

**Mass Customization. Produkte zu vertretbaren Kosten individualisieren: Pioniere wie ompura setzen bereits auf Maßschneiderei, neue Technologien wie 3D-Druck werden den Trend noch beflügeln.**

„In 30, 40 Jahren wird man sich fragen: Wie war es möglich, dass sich die Menschen früher den Produkten anpassen mussten und nicht umgekehrt?“ Mit diesem Bild veranschaulicht Nikolaus Franke, Vorstand des Instituts für Entrepreneurship und Innovation der Wirtschaftsuniversität Wien, warum Mass Customization die Produktion der Zukunft ist. Mass Customization, zu Deutsch „kundenindividuelle Massenproduktion“, verbindet die Vorteile der Massenproduktion – Skaleneffekte, Erfahrungskurve und Automatisierung – mit der individuellen Anpassung, die früher nur durch Handwerk möglich war. Den Begriff hat der US-Amerikaner Joseph Pine 1993 mit seinem gleichnamigen Buch geprägt, so richtig schlagend wird das Thema aber eigentlich erst jetzt – im Zeitalter von Internet, Lasercuttern, 3D-Druckern, additiver Fertigung und Industrie 4.0. Unternehmer wie Robert Sinnegger zählen dabei zur Avantgarde. Robert Sinnegger war Marketingchef in einem großen Unternehmen. Im Jahr 2013 gründete er gemeinsam mit seiner Frau Heidemarie Sinnegger, die für das Design zuständig ist, in Gaishorn am See in der Steiermark die Firma ompura. ompura produziert farbenfrohe Bekleidung aus hochwertigen Walk- und Lodenstoffen, die in kleinen Betrieben in Österreich auf Bestellung gefertigt wird. Die Kundinnen und Kunden können sich im ompura Shop in Graz, bei den vier Partner-Shops oder über die Website [www.ompura.com](http://www.ompura.com) ihr Modell

aus mehreren Farben zusammenstellen und anpassen. Dieses wird dann binnen drei Wochen als Einzelstück gefertigt. Robert Sinnegger ist es wichtig, dass seine Kundinnen und Kunden genau das bekommen, was ihnen gefällt und passt. Dafür stehen sie zwar manchmal eine Stunde im Geschäft, probieren die Modellstücke an und testen die Farbkombinationen am Computer, aber bei einem Preis von 300 Euro aufwärts zahlt sich das aus – auch für das Unternehmen: „Die individuelle Fertigung erspart die Lagerhaltung, das Produkt ist zur Anprobe immer verfügbar, es gibt keine Restposten und der Preis ist fix“, sagt Robert Sinnegger.

## Maßschneiderei in den Webshop integrieren

Damit so ein System auch online funktioniert, braucht man für den Webshop einen Konfigurator, der alle Kombinationsmöglichkeiten einprogrammiert hat und das Produkt darstellen kann, obwohl es so noch gar nicht existiert. Für ompura hat das die Agentur Intouch aus Gleisdorf vor fünf Jahren „händisch“ programmiert. Wer heute Mass Customization für seine Produkte einführen will, kann auf fertige Konfigurator-Module zurückgreifen wie jene der österreichischen Firma Combeena. Firmengründer Paul Blazek ist ein Pionier und begeistert von Mass Customization: „Damit wird die Losgröße 1 möglich.“ Wichtig sei es jedoch, dem Kunden nicht unendlich viele Varianten zur Auswahl zu geben, weil dieser sonst frustriert werde. Der Konfigurator

müsse deshalb agieren wie ein guter menschlicher Berater – der legt einem auch nur drei Jacken gleichzeitig vor und nicht gleich das ganze Lager. Perfekt passende Produkte finde man heute selten, doch das werde sich ändern, ist Nikolaus Franke überzeugt. Eines Tages werde man sie sich vielleicht sogar daheim mit dem 3D-Drucker ausdrucken. Ein angenehmer Nebeneffekt sei, dass man so die Wünsche der Kunden besser erheben könne als mit klassischer Befragung. Wenn Kunden ihr Produkt selbst gestalten können, seien sie außerdem bereit, mehr dafür zu zahlen. ■ Sonja Bettel

## 3D-Druck: erste Ansätze

Technologien wie der 3D-Druck werden den Trend zur Individualisierung weiter beflügeln. So setzt der deutsche Hersteller Powder & Heat bereits auf Brillen aus dem 3D-Drucker, die passgenau für Kunden hergestellt werden. Hewlett Packard hat Fußmessstationen entwickelt, damit Schuhhandel bzw. Sportartikelanbieter mittels 3D-Druck kundenspezifische Schuhe herstellen können. Adidas wiederum möchte in seiner „Speedfactory“ jedes Jahr tausende Sportschuhe unter anderem mit 3D-Druckern erzeugen – die Automatisierung soll den Produktionsprozess beschleunigen, aber auch die Grundlage für eine potenzielle Personalisierung schaffen.