

## 1. USE CASE BESCHREIBUNG

### Licht formen, um neue Märkte zu gewinnen

PARTNER	ORT	ZEIT/DAUER
CIRIDD	Frankreich	2009

## 2. HERAUSFORDERUNGEN DER DIGITALEN TRANSFORMATION

### 2.1 UNTERNEHMENSTRANSFORMATION

Als französischer Konstrukteur und Hersteller von Beleuchtungskörpern musste sich das Unternehmen in bestimmten Schlüsselmärkten des Unternehmens vielen Herausforderungen stellen. Das Unternehmen setzte sich mit diesen Grenzen durch die Umsetzung einer neuen Strategie im Jahr 2009 auseinander.

### 2.2 KONZEPTUELLE TRANSFORMATION

Angesichts des derzeitigen Marktes beschloss das Unternehmen, sein Geschäftsmodell zu ändern. Das Unternehmen entwickelte ein neues Angebot, um "Licht" als „Lichtformer“ zu verkaufen. Dieses Angebot eröffnete dem Unternehmen eine neue Bandbreite an Möglichkeiten. Als "Lichtgestalter" hebt das Unternehmen Wohn-, Entspannungs-, Arbeits- und Freizeiträume hervor und erfüllt gleichzeitig die Funktionen, Nutzungen, Anforderungen und Zwänge dieser Räume. Um diesen Anforderungen gerecht zu werden, studiert das Unternehmen die Beleuchtung des Bereichs vor Ort und überprüft sie mit Simulationen.

### 2.3 TECHNISCHE TRANSFORMATION

Für das Unternehmen bedeutete die Entwicklung hin zu einem „Lichtformer“-Angebot, dass es seinen Kunden komplette Beleuchtungslösungen anbieten konnte, die den Bedürfnissen der Kunden entsprechen.

Um dies zu erreichen, musste das Unternehmen von technischen Spezifikationen zu funktionalen Spezifikationen übergehen. Das Unternehmen bewertete die Bedürfnisse seiner Kunden neu, um ein genaues Verständnis für ihre Bedürfnisse zu erhalten.

Diese Bewertung veranlasste das Unternehmen, das gesamte Design seiner Produkte durch Ökodesign-Ansätze und Nutzungsstudien zu überprüfen.

Als Beispiel für das Ökodesign entwickelte das Unternehmen 2016 ein neues Produkt namens LUXPLAN, das für die Beleuchtung von Tiefgaragenböden bestimmt ist. Es wurde einer technischen und wirtschaftlichen Machbarkeitsanalyse unterzogen, und in Zusammenarbeit mit der Ökodesign-

Lebenszyklusmanagementorganisation wurde eine eingehende Studie über die Umweltauswirkungen durchgeführt. LUXPLAN ist eine Lösung, die auf der LED-Beleuchtung basiert, die den Stromverbrauch reduziert, die Lebensdauer deutlich verlängert und die thermischen und mechanischen Widerstände erhöht, um die Lichtemission an die Bedürfnisse anzupassen. Die verwendeten Materialien sind wiederverwertbar, ökonomisch und ökologisch. Die Produktform wurde so gestaltet, dass die mit dem Herstellungsprozess verbundenen Umweltauswirkungen minimiert werden. Das Gerät erfüllt die Ökodesign-Richtlinie (umbenannt in EUP) sowie die Vorschriften für Elektro- und Elektronik-Altgeräte.

### **3. LÖSUNG**

Im Jahr 2013 trat das Unternehmen dem Programm „Relief“ (Rhône-Alpes: Experimentieren mit Innovation durch funktionale Wirtschaft) bei, das von CIRIDD durchgeführt wird. Es gab dem Unternehmen die Möglichkeit, seine Strategie der funktionalen Wirtschaft zu entwickeln und umzusetzen: die Optimierung der Nutzung oder Funktion von Gütern und Dienstleistungen. Sie zielt darauf ab, mit möglichst geringem Material- und Energieverbrauch den immer möglichen dauerhaften Nutzwert zu schaffen.

### **4. SCHLÜSELFÄHIGKEITEN UND -KOMPETENZEN**

Um erfolgreich zu sein, musste das Unternehmen sein Kundenbeziehungsmanagement weiterentwickeln, um den Bedürfnissen seiner Kunden gerecht zu werden, sie zu qualifizieren und maßgeschneiderte Lösungen anbieten zu können.

Eine gute Kenntnis und ein gutes Verständnis des Marktes sind unerlässlich, um ein einheitliches Angebot zu entwickeln. Um neue Möglichkeiten zu nutzen muss das Unternehmen daher an der Spitze der neuen Technologien stehen.

Dieser Strategiewechsel erfordert auch ein enormes Engagement und eine große Flexibilität des Unternehmens, da er sich auf das gesamte Unternehmen auswirkt.

### **5. ERGEBNISSE**

Dieses Angebot ermöglicht es den Kunden:

- ihren Energieverbrauch zu reduzieren,
- Kosten zu kontrollieren,
- von der einfachen Installation und Wartung zu profitieren.

Von der Unternehmensseite her ist es ein Weg:

- um neue Marktchancen zu identifizieren,
- Innovation fördern,
- die Kundenbindung zu erhöhen,
- die Produkt- und Dienstleistungsqualität zu verbessern.

## 6. SCHLUSSFOLGERUNG UND EMPFEHLUNG

Die Entwicklung hin zu einem „Lichtformer“-Modell erfordert eine wesentliche Veränderung innerhalb der Strategie des Unternehmens. Diese Art von Veränderung kann nicht einfach allein durchgeführt werden. Es wird empfohlen, bei der Umsetzung der neuen Strategie unterstützt zu werden.

Funktionale Wirtschaftsmodelle stellen die Kernstrategie des Unternehmens in Frage. Sie fördern auch die Innovation, insbesondere die nachhaltige Innovation. Das Ökodesign ist zufällig ein weiterer Motor für Innovation, der mit der Entwicklung der funktionalen Wirtschaft in Einklang steht.

## 7. QUELLENVERZEICHNIS

- <https://www.eclaira.org/static/leconomie-de-fonctionnalite.html>
- <https://www.eco-conception.fr/>