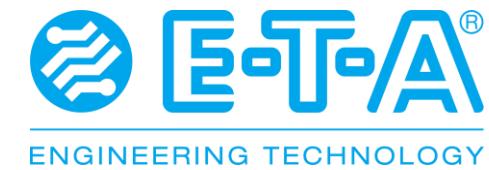


# DON'T JUST BUILD PRODUCTS - DESIGN CATEGORIES

Warum echte Innovation beim Kunden beginnt

Konrad Sörgel



# 1. Akt

**FRAME IT – RAHME DAS PROBLEM, DAS  
NUR DU LÖSEN KANNST**

# DIE VERGLEICHS-LOGIK

Was im B2B-Marketing alle tun – aber keiner hinterfragt



Bild: ChatGPT

- Benchmarking - Vergleich - Optimierung
- Alle reden von USPs - keiner von Bedeutung
- Ergebnis: Austauschbarkeit von Narrativ und Angebot
- Und: Dann hilft auch kein „Marktschreier“ mehr

# DAS CHAOS WAR NORMALITÄT

Aber man hatte sich daran gewöhnt



- Die Stromverteilung in Wohnmobilen war komplex und fehleranfällig: Technik aus den 80er Jahren
- Verteilt auf viele Stellen im Fahrzeug, die alle miteinander verbunden werden mussten
- Irgendwann reichte ein Tropfen, um das Fass zum Überlaufen zu bringen

Bild: ChatGPT

# AUS TEILEN WIRD KEIN GANZES

Mit alten Denkmustern kann nichts Neues entstehen



Bild: Chat GPT

- Verkabeln, zusammenbauen; hoffen, dass es klappt
- Doch niemand dachte das Ganze – oder fühlte sich verantwortlich
- So entsteht kein System; sondern ein Problem, das nie verschwindet:  
**KABELSALAT**

# BESSER IST NICHT GENUG

Solange du am Alten schraubst, bleibt alles wie es ist



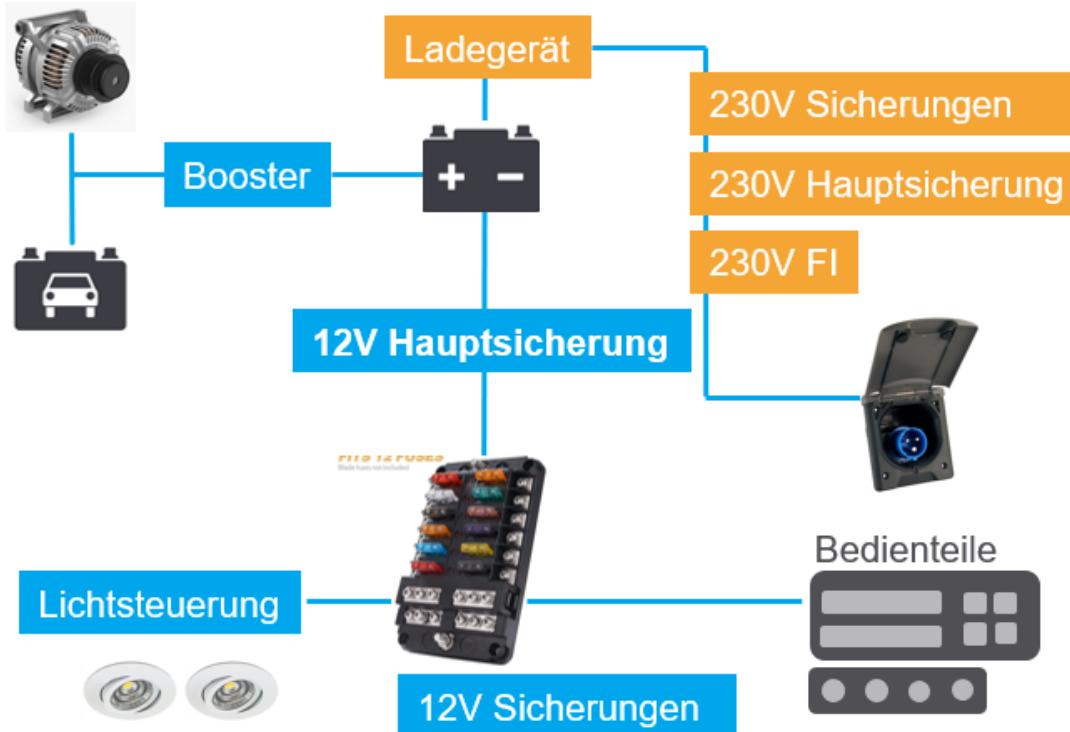
Bild: ChatGPT

- Feature hier, Upgrade da - jedes Jahr ein bisschen besser
- Aber nichts verändert sich wirklich
- Und: Man bleibt immer im Vergleich zum Wettbewerb
- Willkommen in der **Besser-Falle** - ein schöner Käfig, den man nur schwer wieder verlassen kann

# PRODUKTDENKEN WAR GESTERN

Die besten Produkte lösen Probleme, die andere nicht mal sehen.

## HERKÖMMLICHE LÖSUNG



- Nicht: Was können wir noch liefern?
  - Sondern: Was fehlt – und warum gibt's das noch nicht?
  - Wer so denkt, baut keine Features. Sondern neue Kategorien

Bild: E-T-A

# CATEGORY DESIGN HEIßT: ANDERS DENKEN

Nicht bauen, was gefragt ist - sondern das, was fehlt



Bild: Chat GPT

- Alles startet mit deiner neuen Sichtweise (POV)
- Die besten neuen Produkte lösen Probleme, die andere nicht sehen
- Category Design beginnt da, wo die Roadmap endet
- So entstehen nicht nur Produkte - sondern neue Märkte

# 2. Akt

NAME IT - WIE KATEGORIE-DENKEN MÄRKTE  
VERÄNDERT

# WIR HABEN IHR EINEN NAMEN GEGEBEN

Nicht Klemmenkasten. Nicht Elektroblock. Sondern: E-Box.

## SYSTEMLÖSUNG E-BOX



Bild: E-T-A

- Eine Box, die alles kann – und nicht mehr erklärt werden muss: Plug-an-Play-Stromverteiler
- E-Box heißt: Stromverteilung als System, nicht als Puzzle
- Die alten Bezeichnungen Elektroblock oder EBL wurden sofort als nicht mehr zeitgemäß redundant

# VOM BAUTEIL ZUR KATEGORIE

Wie wir bei E-T-A Stromverteilung im Wohnmobil neu gerahmt haben



- Kategorie: Plug&Play-Stromverteiler
- Statt Kabelsalat: E-Box als All-in-One-Lösung in Perfektion
- Statt Produktlogik: Eine neue Kategorie – für produktive Caravaning-Verdrahtung
- Fun Fact: Die Schöpfer einer Kategorie werden lange Zeit die Führung behaupten – der Rest streitet sich um ca. 25% des Marktpotentials

Bild: Bing Image Creator

# WARUM WIR DIE E-BOX GEBAUT HABEN

Nicht weil's ging. Sondern weil wir die Lücke erkannt haben.



## So schaffen Unternehmer Kategorien

1. „Verliebe“ dich in das Problem, nicht die Lösung
2. Löse nicht nur das Problem, sondern gib ihm einen Namen
3. Beginne mit deinen Superkunden - die „Verrückten“, die Nerds, die Innovatoren
4. Richte das magische Dreieck aus - Produkt, Firma und Kategorie arbeiten Hand in Hand
5. Schaffe Nachfrage, statt sie zu erfassen
6. Launche mit einer Sichtweise (POV) statt mit einem Produkt

Bild: Bing Image Creator

# DON'T PLAY THE OLD GAME. CHANGE THE BOARD.

Wer eine Kategorie schafft, spielt nicht mit. Er gibt die neuen Regeln vor.



- Die E-Box war nicht nur ein neues Produkt
- Sondern ein neuer Kontext – mit eigener Sprache und mutigem Bruch mit dem Bestehenden
- Wer eine Kategorie schafft, spielt nicht mit. Er verändert das Spiel.

**„Solange du Bauteile schaffst,  
wirst du auch nur wie ein  
Puzzleteil behandelt.“**

Bild: Canva

# 3. Akt

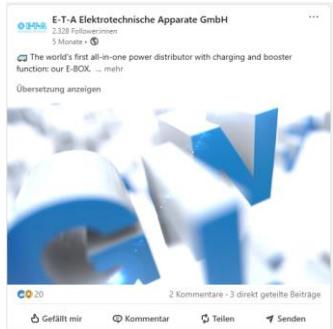
**CLAIM IT: WIE DU RAUSKOMMST - UND  
NEU BEGINNST**

# PEANUT BUTTER VS. LIGHTNING STRIKE MARKETING



Nicht überall ein bisschen - sondern gezielt mit Wucht

- Dauerrauschen macht müde
- Lightning Strikes: 2 große Kampagnen pro Jahr. Alles gleichzeitig.
- Die E-Box war der erste „Blitz“ in der Geschichte von E-T-A



LinkedIn-Teaser



Messe



Blog



Pössl-Testimonial



Webinar

# JETZT BIST DU DRAN

Was wäre, wenn du das Denken deiner Branche veränderst?



Bild: Bing Image Creator

- Du kennst die Baustellen deiner Kunden als Produktmanager:in
- Du kennst das Potenzial deines Teams
- Du bist nur eine mutige Entscheidung davon entfernt, unvergleichbar zu werden

# DREI MUTIGE IDEEN FÜR DEIN PRODUKTTEAM

Nicht für später. Nicht ab irgendwann. Sonder: ab Morgen



Bild: ChatGPT

1. Ersetze deine Produktbeschreibung gegen eine Kategorie-Botschaft: was ohne euch fehlt
2. Frag dein Vertriebsteam: **Was nervt Kund:innen wirklich?** Frag nicht: **Was wollen sie?**
3. Starte ein „**Anti-Benchmark-Projekt**“: Was wäre nötig, damit du keine Wettbewerber hättest? Und wie fühlte sich das an?

# KATEGORIE SCHLÄGT VERGLEICH - IMMER

Worte machen Marken. Kategorien machen Märkte

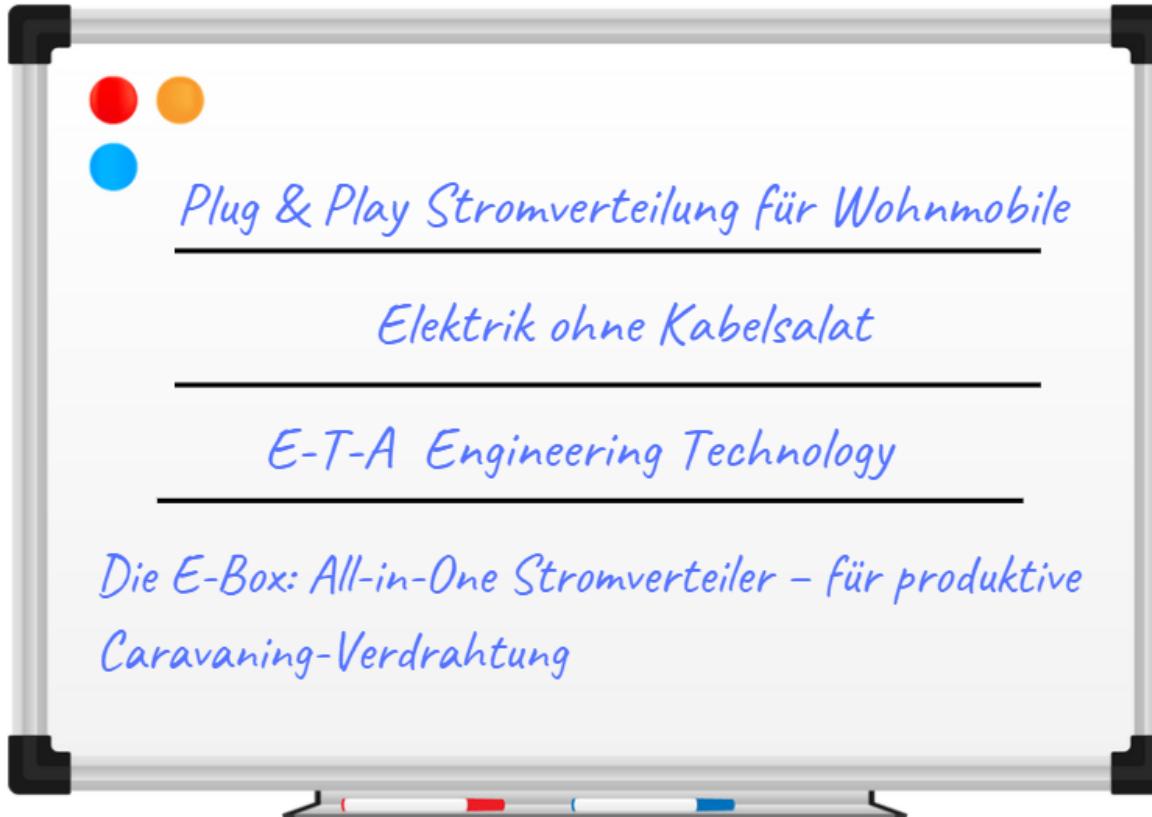


Bild: Canva

- Formuliere in der Reihenfolge: 1. Kategorie > 2. Claim > 3. Marke > 4. Produkt
- Beschreibe nicht mehr, was ihr macht – sondern *wofür*.
- Nutze die Botschaft für alles – Pitch. Post. PR. Präsentation.
- Mach dein Denken zu deinem Spielfeld
- Wenn du willst: Teile es auf LinkedIn bei meiner Serie #Unvergleichbar

# DANKESCHÖN - AN EUCH UND WORKING PRODUCTS



## KONRAD SÖRGEL

Head of Global Distribution &  
Equipment

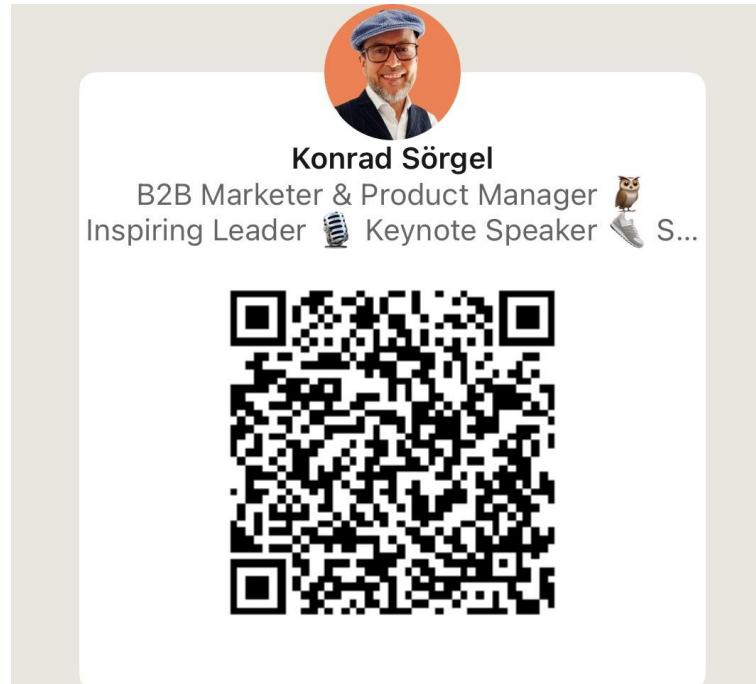
📞 +49 9187 10-605

📱 +49 151 16339148

✉️ konrad.soergel@e-t-a.de

[www.e-t-a.de](http://www.e-t-a.de)

Let's connect!



## E-T-A Elektrotechnische Apparate GmbH

Industriestraße 2-8  
90518 Altdorf



**VIELEN DANK FÜR EUER  
INTERESSE!**