



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



Bild: ChatGPT

- 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

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

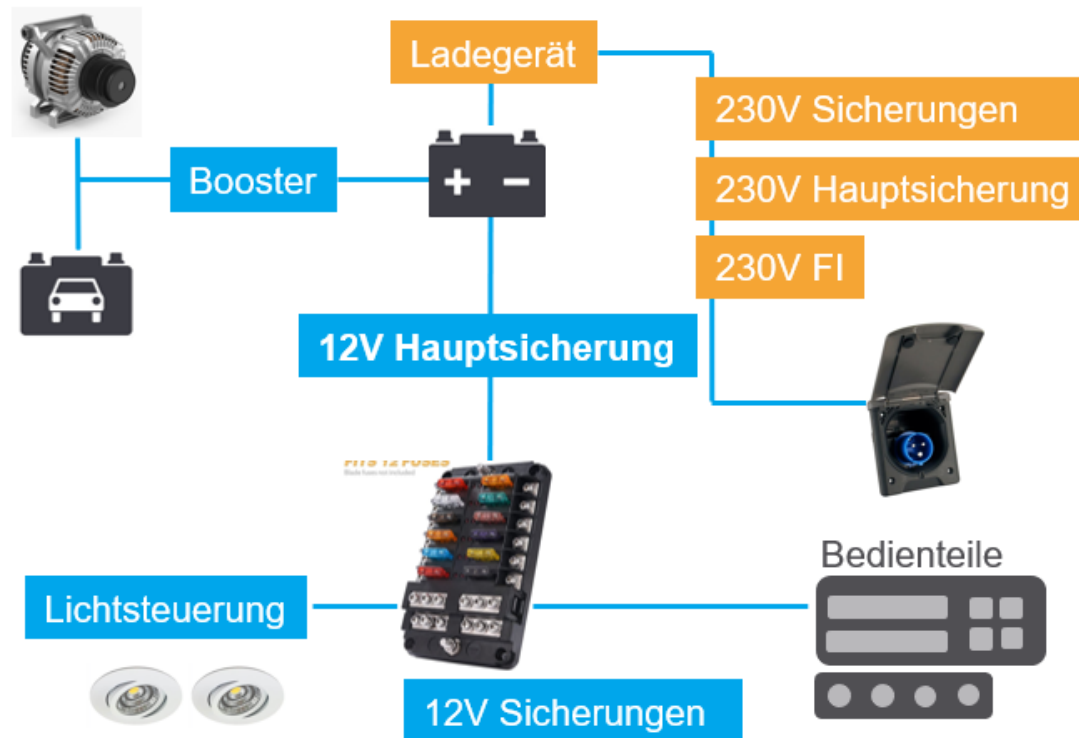


Bild: E-T-A

- 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

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

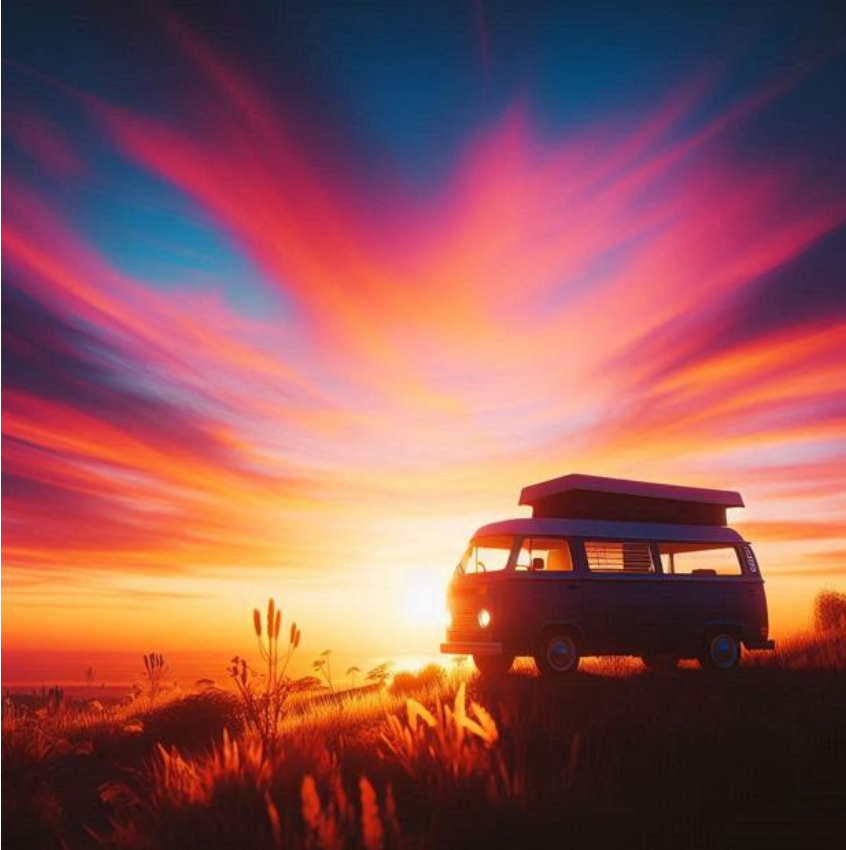


Bild: Bing Image Creator

- 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

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

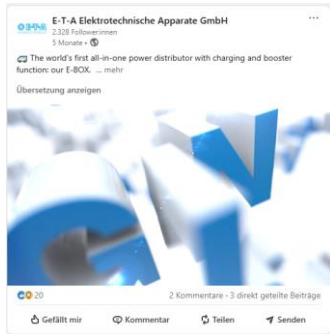
3. Akt

**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. Sondern: 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

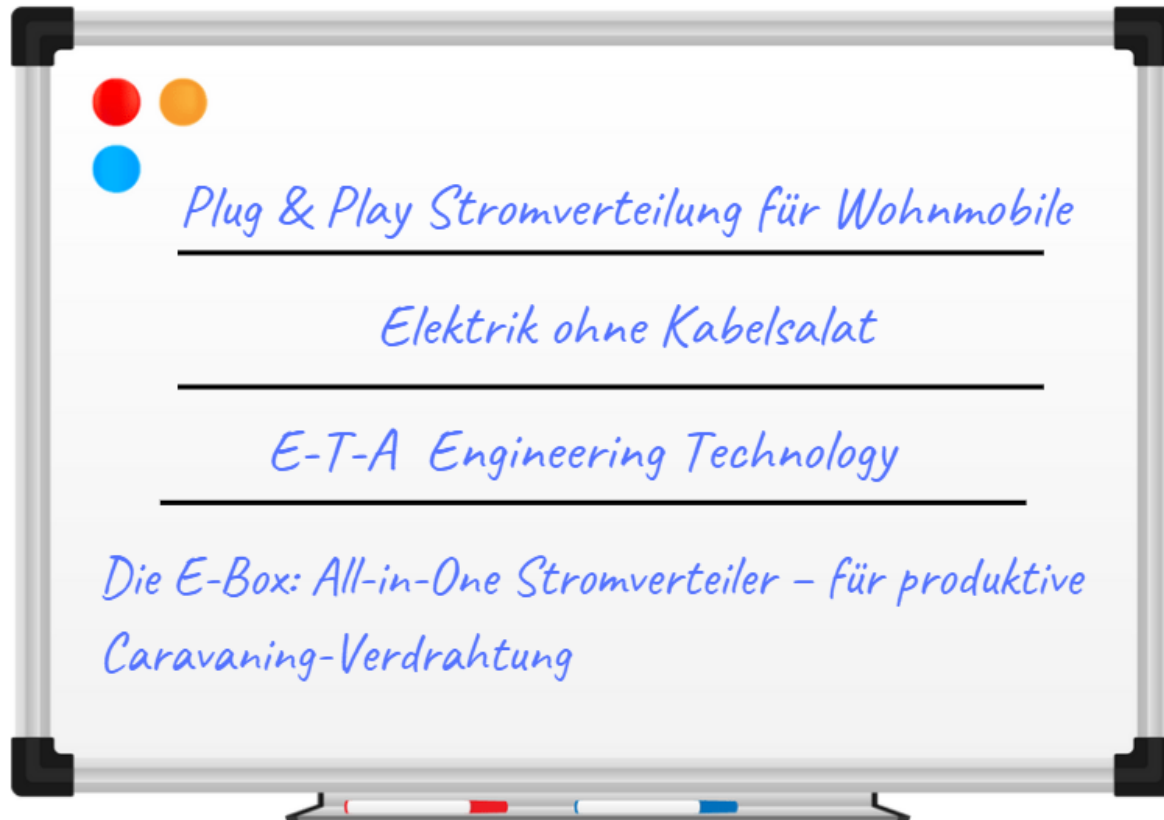


Bild: Canva

- 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

Let's connect!



Konrad Sörgel

B2B Marketer & Product Manager
Inspiring Leader 🎤 Keynote Speaker 🦉 S...



E-T-A
Elektrotechnische
Apparate GmbH

Industriestraße 2-8
90518 Altdorf



**VIELEN DANK FÜR EUER
INTERESSE!**