

Die Ökonomie der Komplexität

22/08/2025 Profitabler durch gezielte Straffung des Produktportfolios.

In den industriellen Zentren Europas – und insbesondere in Deutschland – war die Fähigkeit, Produkte auf die spezifischen und oft sehr unterschiedlichen Anforderungen der Kunden zuzuschneiden, lange ein zentraler Erfolgsfaktor. Im Laufe der Zeit wurde dieses Bekenntnis zur Individualisierung zum Standard in der Produktentwicklung: Jede Kundenanfrage, so klein sie auch sein mag, findet ihren Weg ins Portfolio. Neue Varianten werden hinzugefügt, aber nur wenige wieder entfernt. Das Ergebnis? Ein ausuferndes, überladenes Portfolio.

Dieses pfadabhängige Wachstum führt häufig zu Portfolios mit Hunderten – wenn nicht Tausenden – von Artikelnummern, die nur wenig Mehrwert schaffen. Viele davon werden in geringen Stückzahlen produziert, erzielen minimale Margen und erfordern einen unverhältnismäßig hohen internen Aufwand. Da sie über mehrere Abteilungen und Systeme hinweg existieren, bleiben ihre tatsächlichen Kosten und Auswirkungen oft verborgen. Erst durch eine systematische Überprüfung wird das Ausmaß des Problems deutlich.

Den Artikel in voller Länge lesen.

MEDIA ENQUIRIES



Jan Boris Wintzenburg

Director Communications and Marketing
Porsche Consulting GmbH
+49 (0) 152 3911 8663
jan_boris.wintzenburg@porsche-consulting.com

Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/2025/unternehmen/porsche-consulting-oekonomie-der-komplexitaet-40339.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/b77b44d0-6933-487c-a850-b0c69e0cb530.zip

Externe Links
https://www.porsche-consulting.com/de/home/