

Herr Gauß

Ihre Produkte und eine erfolgreiche Zukunft

Eine Frank Hornberg und Partner-Konzeption
für die erfolgreiche Suche nach

neuen Produkten
(Kurzversion)



Confidential © Herbst 2008

Wussten Sie schon?

- Auf einen Geistesblitz zu warten um ein Unternehmen in die Zukunft zu führen ist ein ziemlich waghalsiges Unterfangen.
- 99 % aller erfolgreichen Produkte sind das Ergebnis von:
 - gezielter Vorbereitung
 - gründlicher Analyse
 - wertfreier Selbsteinschätzung
 - Ausdauer und Teamgeist

Confidential ©



Statt einer Einführung

- „Trendscouting ist der moderne Ersatz von fehlender Kreativität“
- Zitat: Marketingleiter eines amerikanischen Foodunternehmens
- „Wenn du eine Marktlücke entdeckt hast, bist du eine Sekunde zu spät gekommen“
- Zitat: Aufsichtsrat eines japanischen Automobilkonzern
- „Wenn die Verbraucher wüssten, was technisch möglich ist und wenn sie wüssten was sie wollen, hätten wir den Walkman nie erfunden“
- Zitat: CEO eines japanischen Elektronikonzern

Confidential ©



Die Gaußsche Normalverteilung

Die Normal- oder Gauß-Verteilung (nach Carl Friedrich Gauß) ist ein wichtiger Typ kontinuierlicher Wahrscheinlichkeitsverteilungen.

Ihre Wahrscheinlichkeitsdichte wird auch Gauß-Funktion, Gauß-Kurve, Gauß-Glocke oder Glockenkurve genannt.

Viele natur-, wirtschafts- und ingenieurwissenschaftliche Vorgänge lassen sich durch die Normalverteilung entweder exakt oder wenigstens in sehr guter Näherung beschreiben (vor allem Prozesse, die in mehreren Faktoren unabhängig voneinander in verschiedene Richtungen wirken).

Confidential ©



Schritt 1 Standortbestimmung (Wo stehen Ihre Produkte?)

- Analysen
 - Wo stehen Sie, Ihre Mitarbeiter, das Unternehmen
 - mit ihren / seinen Produkten?
 - mit seinen Produktionsmaschinen?
 - mit seinem technischen Know-how?
- Ermittlung der Kernkompetenzen
 - über die gesamte Wertschöpfungskette
 - von der Beschaffung über die Arbeitsvorbereitung und Konfektionierung bis zur Logistik
- Analyse des Marktes
 - Mitbewerber (In- und Ausland)
 - bestehende Märkte - Potenziale
 - ausgeschöpft / nicht ausgeschöpft
 - zu erwartende Restriktionen
 - zu erwartende Umwelteinflüsse

Confidential ©



Schritt 1 Ergebnisse

- moderierte Workshops mit allen intern beteiligten Führungskräften beantworten die Fragen und werden schriftlich zu weiterführenden Analysen verarbeitet.
- Eine Ableitung daraus:
 - Die betriebswirtschaftliche Situation des Unternehmens
 - Welche finanziellen Ressourcen stehen in welchem Zeitraum zur Verfügung?
 - Wie können weitere Mittel durch Verlagerung - Straffung - Optimierung erwirtschaftet werden?

Confidential ©



Schritt 2 Grundlagenerarbeitung

- Erarbeitung eines vorläufigen Briefings auf der Basis der erarbeiteten Analysen
- Kontaktaufnahme mit Instituten, wissenschaftlichen Facheinrichtungen, Hochschulen, freien Beratern und Spezialisten
- Einzelbriefing und individuelle Aufgabenstellungen
 - vertikal - horizontal
 - je nach zu Verfügung stehender Zeitachse

Confidential ©



Schritt 3 Potenzialanalyse

- Schaffung des Kreativpools
- Analyse der Briefingergebnisse
- Machbarkeitsbewertung (extern / intern)
 - technisch
 - zeitlich
 - finanziell
 - politisch
- Produktdefinition und Auswahl
- Zielvorgaben
 - zeitlich
 - monetär

Confidential ©



Schritt 4 Projektentwicklung

- Prüfung möglicher Fördermittel
- Entscheidung zur wissenschaftlichen, technischen Begleitung
- Projektbeschreibung mit
 - Aufgabendefinition und Zuordnung von Zuständigkeiten
 - Lastenheft
- Kostenschätzung

Confidential ©



Schritt 5 Projektdurchführung

- Projektprioritäten setzen
- Entwicklung des Lastenheftes
 - Ableitung der daraus folgenden Einzel-Roadmaps
- Definition von Soll-Bruch-Stellen
- Entwicklung begleitendes Marketing
- Vorbereitung des Vertriebs
- Testmarkt
- Markteinführung

Confidential ©



