

Leistungsangebot

# Strategische Produktplanung



# Strategische Produktplanung

## Das Handlungsfeld

Mehr denn je zählt im globalen Wettbewerb Innovationskraft, d. h. Ideen für neue Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln und zum Markterfolg zu bringen. Strategische Produktplanung stellt die Weichen für den Geschäftserfolg von morgen.

Zur erfolgreichen Gestaltung des Geschäfts müssen zukünftige Entwicklungen antizipiert werden. Es gilt, die Erfolgspotentiale von morgen frühzeitig zu erkennen und mit neuen Produkten und Dienstleistungen rechtzeitig zu erschließen.

Auf der Suche nach erfolgreichen Produkten für die Märkte von morgen sind die Chancen aus den technologischen Entwicklungen (Technology Push) und den Entwicklungen von Märkten (Market Pull) zu erkennen und aufeinander abzustimmen.

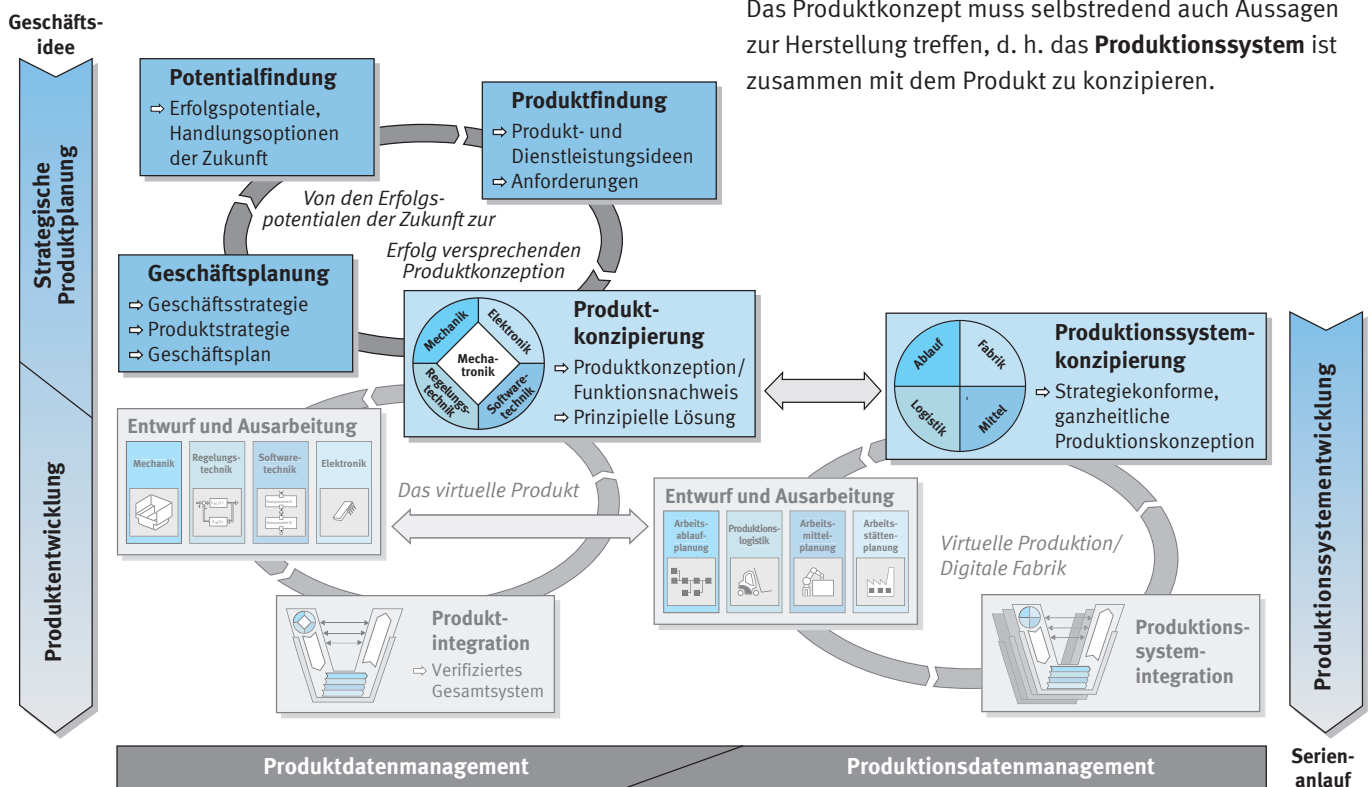
Der angestrebte Markterfolg erfordert eine ganzheitliche Sicht auf die Produktentstehung. Strategische Produktplanung ist der erste Aufgabenkomplex; ihm schließen sich die eigentliche Produktentwicklung und parallel dazu die Produktionssystementwicklung an.

## Die Lösung

Ziel der strategischen Produktplanung ist der Entwicklungsauftrag, spezifiziert durch Anforderungen und begründet durch einen Erfolg versprechenden Geschäftsplan. Dazu sind drei Aufgaben im Wechselspiel zu bearbeiten: Potentialfindung, Produktfindung und Geschäftsplanung.

Das Ziel der **Potentialfindung** ist das Erkennen der Erfolgspotentiale der Zukunft sowie die Ermittlung entsprechender Handlungsoptionen. Basierend auf den erkannten Erfolgspotentialen befasst sich die **Produktfindung** mit der Suche und der Auswahl neuer Produkt- und Dienstleistungsideen zu deren Erschließung. In der **Geschäftsplanung** geht es zunächst um die Geschäftsstrategie, d. h. um die Beantwortung der Frage, welche Marktsegmente wann und wie bearbeitet werden sollen. Auf dieser Grundlage erfolgt die Erarbeitung der Produktstrategie. Die Produktstrategie mündet in einen Geschäftsplan, der den Nachweis erbringt, ob mit dem neuen Produkt ein attraktiver Return on Investment zu erzielen ist.

Wir schließen die **Produktkonzipierung** in den Zyklus der strategischen Produktplanung bewusst ein, weil eine fundierte Geschäftsplanung ein Produktkonzept voraussetzt. Das Produktkonzept muss selbstredend auch Aussagen zur Herstellung treffen, d. h. das **Produktionssystem** ist zusammen mit dem Produkt zu konzipieren.



In den frühen Phasen der Produktentstehung werden die Weichen für den Unternehmenserfolg gestellt

# Unser Angebot

Sie wollen Ihr Unternehmen im Wettbewerb mit Innovationen vorteilhaft positionieren. Wir haben die Methodenkompetenz und die Erfahrungen aus vielen einschlägigen Industrieprojekten. Unser Methodenrepertoire gliedert sich in drei Bereiche.

## Analyse des Geschäfts

- Was sind die branchenspezifischen Erfolgsfaktoren und inwieweit werden wir diesen gerecht?
- Über welche Markt- und Technologieattraktivität verfügen unsere Produkte im Vergleich zum Wettbewerb?

## Vorausschau

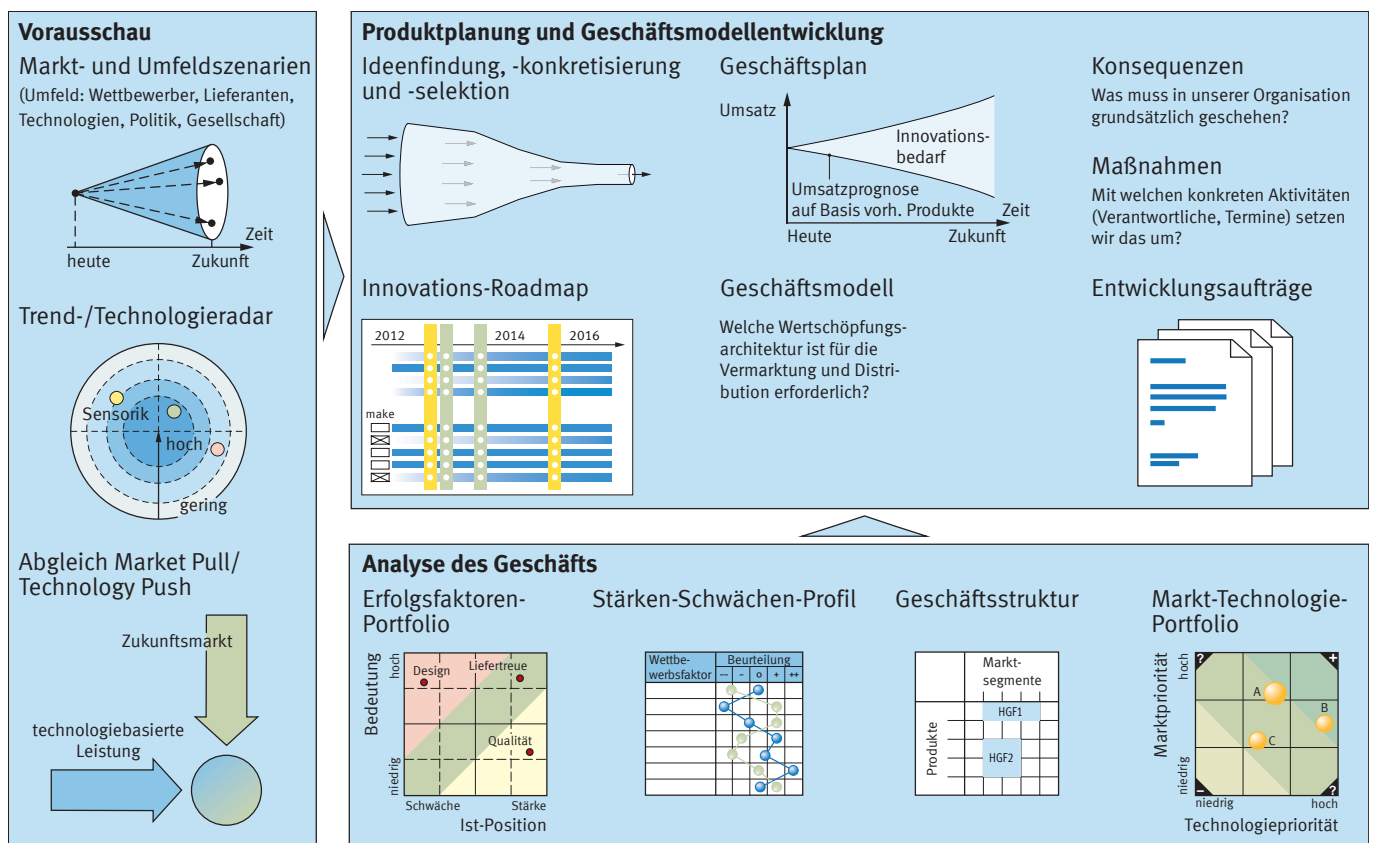
- Wie entwickelt sich unsere Branche bzw. unser Geschäft in der Zukunft?
- Welche Chancen, aber auch Bedrohungen für das etablierte Geschäft ergeben sich in der Zukunft?
- Wie werden sich Erfolg versprechende Technologien künftig entwickeln?

## Produktplanung und Geschäftsmodellentwicklung

- Welche Ideen sind wirklich Erfolg versprechend und sollten umgesetzt werden?
- Wann stehen die erforderlichen Technologien bereit?
- Welche Wertschöpfungsarchitektur ist erforderlich, um den Geschäftsplan zu realisieren?
- Was muss in welchen Bereichen grundsätzlich geschehen und welche konkreten Aktivitäten sind durchzuführen?
- Gibt es für das Produkt und das Produktionssystem einen präzisen Entwicklungsauftrag?

## Ihr Nutzen

Sie erhalten eine fundierte Konzeption zur Gestaltung des Geschäfts von morgen. Dazu gehört insbesondere ein präziser Auftrag an die Produktentwicklung und die Produktionssystementwicklung. So richten Sie Ihre Ressourcen auf das, was den größten Erfolg verspricht.



Beispiel für ein Angebot zur strategischen Produktplanung

# Das Heinz Nixdorf Institut

## Interdisziplinäres Forschungszentrum für Informatik und Technik

Das Heinz Nixdorf Institut ist ein Forschungszentrum der Universität Paderborn. Es entstand 1987 aus der Initiative und mit Förderung von Heinz Nixdorf. Damit wollte er Ingenieurwissenschaften und Informatik zusammenzuführen, um wesentliche Impulse für neue Produkte und Dienstleistungen zu erzeugen. Dies schließt auch die Wechselwirkungen mit dem gesellschaftlichen Umfeld ein.

Die Forschungsarbeit orientiert sich an dem Programm „Dynamik, Mobilität, Vernetzung: Eine neue Schule des Entwurfs der technischen Systeme von morgen“. In der Lehre engagiert sich das Heinz Nixdorf Institut in Studiengängen der Informatik, der Ingenieurwissenschaften und der Wirtschaftswissenschaften.

Heute wirken am Heinz Nixdorf Institut sieben Professoren mit insgesamt 200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Etwa ein Viertel der Forschungsprojekte der Universität Paderborn entfallen auf das Heinz Nixdorf Institut, und pro Jahr promovieren hier etwa 30 Nachwuchswissenschaftlerinnen und Nachwuchswissenschaftler.

## Der Lehrstuhl für Produktentstehung

### Erfolgspotentiale der Zukunft erkennen und erschließen

Produkt- und Produktionssysteminnovationen sind der entscheidende Hebel für Zukunftssicherung und Beschäftigung. Der Maschinenbau und verwandte Branchen, wie die Automobilindustrie, nehmen heute eine Schlüsselstellung ein. Diese Branchen weisen aber auch erhebliche Erfolgspotentiale der Zukunft auf. Diese gilt es, frühzeitig zu erkennen und rechtzeitig zu erschließen.

Informations- und Kommunikationstechnik führt nicht nur zu Produktivitätssteigerungen — es entstehen auch neue Produkte und neue Märkte. Unser Ziel ist die Steigerung der Innovationskraft von Industrieunternehmen. Dafür erarbeiten wir Methoden und Verfahren. Unsere Forschungsschwerpunkte sind:

- Strategische Produkt- und Technologieplanung
- Entwicklungsmethodik Mechatronik
- Produktionssystemplanung
- Virtual Reality, Augmented Reality und Simulation

### Heinz Nixdorf Institut

#### Lehrstuhl für Produktentstehung

Fürstenallee 11

33102 Paderborn

Telefon 0 52 51 | 60 62 67

Telefax 0 52 51 | 60 62 68

E-Mail [produktentstehung@hni.upb.de](mailto:produktentstehung@hni.upb.de)

[www.hni.uni-paderborn.de](http://www.hni.uni-paderborn.de)