

Die POINT-Analyse

Block 5: Produkteigenschaften



Prof. Dr. Cornelius Herstatt, Dr. Stephan Buse, Rajnish Tiwari, Solveigh Hieber

Projekt „Regionale Innovationsstrategien“ (RIS) Hamburg
im Auftrag der Behörde für Wirtschaft und Arbeit,
Freie und Hansestadt Hamburg
sowie der Innovationsstiftung Hamburg

Block 5 : Produkteigenschaften

Dieser Block erfasst die spezifischen Eigenschaften des Leistungsangebotes. Dazu gehören die Technologieintensität, Serviceintensität und die Transportkosten des Produktes. Manche Fragen mögen aufgrund fehlender Informationen (Zahlenwerte) nicht zu beantworten sein. In diesem Fall ist zu überdenken, wie dieser Faktor objektiv beleuchtet werden kann, oder es muss auf die rein subjektive Fragestellung zurückgegriffen werden.

I. Technologieintensivität des Produkts

Der technologische Standard determiniert Märkte und Markteintrittsstrategie. Märkte die technologisch noch weit unterentwickelt sind, sind für ein Hightechprodukt beispielsweise uninteressant und ein möglicher Abfluss von Know-how sollte durch die Wahl einer geeigneten Markteintrittsstrategie vermieden werden. Daher stellen sich zur Einschätzung der Technologieintensität des Produktes folgende Fragen:

- Findet der Wettbewerb mit Konkurrenten eher im Preis oder in der Funktionalität und Qualität statt?
- Was für Produkte derselben Kategorie gibt es auf dem deutschen Markt? Sind diese auf demselben technischen Stand?
- Wie hoch ist der technologische Stand im Vergleich auf dem internationalen Markt?
- Wie hoch ist die Know-how-Intensität des Produkts (*subjektive Einschätzung*)? Wie hoch sind die immateriellen Entwicklungskosten im Verhältnis zu den Gesamtentwicklungskosten? Wie hoch sind die immateriellen Entwicklungskosten der im Verhältnis zu den Produktkosten (*objektive Einschätzungen*)?
- Welche Kriterien ergeben sich daraus für die Markteintrittsstrategie?
- Welche Kriterien ergeben sich daraus für die Marktauswahl?

II. Serviceintensität des Produktes

Die Serviceintensität eines Produktes beschreibt den Serviceaufwand (Wartung etc), der mit dem Produkt einhergeht.

- Gibt es einen After Sales Service? Umfasst das Leistungsangebot ihres Unternehmens eine Kombination aus Dienstleistung und Produkt?
- Wenn ja, wie hoch ist der Aufwand der Dienstleistung oder des After Sale Services (*subjektiv*)? Wie hoch ist der Anteil der Dienstleistung am Produktpreis (*objektiv*)?
- Wie hoch sind die durchschnittlichen Servicekosten pro Produktlebenszyklus (*objektiv*)? Wie hoch sind die durchschnittlichen Servicekosten im Verhältnis zum Produktpreis (*objektiv*)?
- Besteht die Möglichkeit die Dienstleistung oder den Service fremd zu vergeben? Wie kritisch wäre der damit einhergehende Abfluss von Know-how?
- Wenn eine Fremdvergabe nicht in Frage kommt, wie hoch wären eventuell zusätzlich benötigte Personalkapazitäten?
- Welche Kriterien ergeben sich daraus für die Markteintrittsstrategie?

III. Transportkosten des Produktes

Die Transportierbarkeit und Transportkosten determinieren vor allem den Zielmarkt.

Daher sind folgende Fragen zu stellen:

- Sind Transportmöglichkeiten durch einen der folgenden Faktoren stark eingeschränkt?
 - Größe, Gewicht, Form
 - Haltbarkeit, Zerbrechlichkeit
 - Service

- Wenn ja, welche Begrenzungen ergeben sich aus? Welche Transportarten kommen in Frage? Wie groß ist die Reichweite dieser Transportmittel?
- Wie hoch sind in etwa die Transportkosten pro Kilometer der in Frage kommenden Transportmittel? Können die Transportkosten an den Kunden weiter gegeben werden?
- Welche Kriterien ergeben sich daraus für die Marktauswahl?

Zusammenfassung Block 5

Sind in diesem Block weitere Fragen aufgetreten? Sollten weitere Fragen gestellt werden?

Kriterien für die *Marktauswahl*:

Kriterien für die *Markteintrittsstrategie/Marktbearbeitungsstrategie*:

Personelle Ressourcen

Geschätzte Anzahl benötigter neuer Mitarbeiter:

Benötigte Qualifikationen in Bezug auf den Service im Auslandsmarkt:

Chancen:

Risiken:

! Kritischer Faktor !

Bei einer hohen Technologieintensität und Know-how als Wettbewerbsvorteil, der unbedingt erhalten werden muss, ist dies ein kritischer Faktor.