

# Die POINT-Analyse

## Block 8: Markt und Produkt



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 8: Markt und Produkt

In diesem Block soll das Produkt im Markt betrachtet werden. Dadurch soll eine kritische Auseinandersetzung mit dem eigenen Produkt und dem zu suchenden Marktsegment erreicht werden. Die *Produktqualität* stellt zudem einen weiteren kritischen Erfolgsfaktor dar, der unter anderem die Markteintrittsstrategie determinieren kann.

### **I. Marktkenntnis / Produktkenntnis**

- Gibt es vergleichbare Produkte auf dem heimischen Markt? Gibt es vergleichbare Produkte mit einem ähnlichen Preisniveau auf dem heimischen Markt? Gibt es vergleichbare Produkte in ähnlicher Qualität auf dem heimischen Markt?
- Sind Innovationen bisher kundengetrieben, strategisch geplant oder zufällig vorgenommen worden?
- Welche Besonderheiten birgt die eigene Branche, die bisher noch nicht erfasst wurden?

### **II. Bedeutung der Produktqualität**

- Wie hoch ist die Anforderung der Kunden an Produktqualität? Wie hoch ist die Anforderung der ausländischen Kunden an Produktqualität? Stimmen die Qualitätsniveaus überein?
- Ist eine hohe Produktqualität ein Wettbewerbsvorteil der unbedingt erhalten werden sollte?
- Sind neue Prüfvorrichtungen für Produktqualität notwendig? Wie hoch wären hierfür finanzielle Auslagen?

## Zusammenfassung Block 8

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

*Finanzielle Ressourcen*

Geschätzte notwendige Ausgaben für neue Qualitätsprüfungen o.ä.:

Kriterien für die *Marktauswahl*:

Kriterien für die *Markteintrittsstrategie*:

Chancen:

Risiken: