



Autor: Götz

Datum: 12.09.2012

IDEEN - VORLAGE 2012

Titel der Idee (Schlagwort)	Die Zukunft der Produktentwicklung
Kurze Beschreibung	<p>Das Ende des klassischen Geschäftsplans – die Schere zwischen Kundenerwartungen-/anforderungen einerseits und Marktvolatilität und Unsicherheit über Tragkraft des Business Case andererseits geht weiter auf – welche Antwort haben Unternehmen darauf ?</p> <p>Risiko des unsicheren Rol der Entwciklung durchintegrierte Lösungen nimmt zu – Desintegration der Produktentwicklung / Verteilung von Risiken als Antwort – wer trägt die Risiken der Produktentwicklung zukünftig ? Wie ändern sich dadurch Interessen, Positionen und Rollen ?</p> <p>Trend zum „Embedded Customer“ - neue Wege zur tiefen Integration von Kunden in Unternehmen - Kunden entwickeln Produkte – Iterative und „early beta“-Entwicklungsprozesse – Kundenintegration in den kompletten Lifecycle</p> <p>Trend zu „Prä-Produkten“ und/oder „Baukästen“ – Konzentration des Unternehmens auf Komponenten statt Lösungen – und von Komponenten zu „Fähigkeiten“ treibt die Bildung von Service Eco-Systems (Unternehmen offerieren "programmierbare" Funktionen/Bausteine statt Produkte/Dienstleistungen)</p> <p>Service-Eco-Systems ermöglichen leichtere “Digital Transformation” von Produkten – Stichwort „Software-defined Production“. Welche Auswirkung hat software defined production zukünftig ? Wie ändern sich Geschäftsmodelle ?</p> <p>Alternative des Outsourcings von Innovation – welche Potentiale bietet „Auftrags-F&E“ ? Was sind Erfolgsfaktoren ? Mit welchen Modellen kann eine faire Gewinn/Risiko-Verteilung erfolgen ? Welche Größenverhältnisse zwischen Partnern sind förderlich ?</p>
Konkrete Aktion (Projekt, Konferenz, Arbeitskreis, ...)	Konferenz ganztägig
Geschätzter Aufwand (Ressourcen, Kosten, ...)	
Ziel: „Was will der MK erreichen?“	
Adressaten: „Wen will der MK ansprechen?“	Geschäftsführer, Vorstände, Leiter F&E, Leiter Marketing, Strategie&Innovationsentscheider, Technologie-Entscheider