



TCW-Pressinformation
Nr. 160-3
Juni 2007

**Neuerscheinung: Produkte und Services entwickeln und managen
Horst Wildemann**

Eine Vielzahl der Industrieunternehmen sieht sich gegenwärtig mit immer härter werdenden Konkurrenz- und Wettbewerbsbedingungen konfrontiert. Die Globalisierung der Märkte und die sich immer stärker angleichenden Produkte auf der einen sowie eine wachsende Markttransparenz als Folge des hohen Produktwissens vor allem jüngerer Zielgruppen auf der anderen Seite führen zu einem Anstieg der Homogenität des Wettbewerbs. Die damit verbundene, vom Kunden wahrgenommene Austauschbarkeit der angebotenen Produkte stellt eine zentrale Herausforderung für die Profilierung der Unternehmen dar. Der Angleichung ihrer Leistungsprogramme versuchen viele Unternehmen dadurch zu begegnen, dass sie sich gegenüber Wettbewerbern durch neue innovative Serviceleistungen differenzieren. Durch das Hinzufügen von Serviceleistungen können die angebotenen Produkte individualisiert und mit einem Alleinstellungsmerkmal versehen werden. Ein Leistungsbündel aus Produkt und Service eröffnet für die Unternehmen dabei nicht nur Wachstumschancen, sondern ermöglicht auch eine stärkere Kundenbindung.

Gemeinhin gilt der gestiegene Problemlösungswunsch der Kunden als Ausgangspunkt für die klare Differenzierung vom Wettbewerb. Nur Unternehmen, die die neuen Kundenbedürfnisse als Herausforderung annehmen und kombinierte Leistungsprogramme aus innovativen Produkten und kundenorientierten Serviceleistungen anbieten, werden langfristig im Markt bestehen können. Neben den Produktinnovationen wird zukünftig im zunehmenden Maße der zusätzliche Serviceanteil vom Kunden als echter Wertbeitrag und damit als deutlich erkennbarer und nachhaltiger Zusatznutzen erachtet. Folglich müssen Unternehmen ihr Produkt- und Servicemanagement kontinuierlich verbessern, um im Kosten-, Zeit- und Qualitätswettbewerb bestehen zu können.

Vor diesem Hintergrund besteht das Anliegen des Buchs darin, dem Leser aus einer managementorientierten Perspektive Methoden und Vorgehensweisen zur Ausgestaltung von Produkten und Serviceleistungen bereitzustellen. Es erfolgt eine Auseinandersetzung mit grundlegenden Strategien des Servicemanagements, also mit aktuellen Servicekonzepten, zukünftigen Entwicklungstrends und nachhaltigen Instrumenten. Zudem werden Konzepte und empirische Befunde dargestellt, die in konsequente Handlungsanleitungen zur Gestaltung der Produkt- und Serviceentwicklung münden. Die Handlungsanleitungen zeigen auf, wie bezahlbare und einen Kundennutzen erzeugende Produkte und Serviceleistungen entwickelt und produziert werden können. Es schließen sich Vorschläge zur Wertgestaltung von Service- und Produktnetzwerken an. Neben den Ansätzen zur flexiblen Ausgestaltung von Unternehmensnetzwerken sowie zur Stärkung der Innovationsfähigkeit des fokalen Unternehmens werden für die zeit-, komplexitäts- und wissensorientierten

Aufgaben des Produkt- und Servicemanagements zahlreiche Konzepte, Instrumente und Methoden erarbeitet, die durch Fallbeispiele und Unternehmensstudien verdeutlicht werden. Hierbei liegt der Fokus im Besonderen auf der Steigerung der Zeiteffizienz in F&E durch Just-In-Time-Prinzipien und Simultaneous Engineering, der Beherrschung von Komplexität durch Variantenmanagement und Produktordnungssysteme, die Nutzung von Kundenwissen sowie dem nachhaltige Absicherung geistigen Eigentums vor Produktpiraterie durch Strategien des Imitationsschutzes.

Die in dem Buch vorgestellten Inhalte bauen auf Forschungsvorhaben und Industrieprojekten auf, die in den letzten Jahren vom Verfasser durchgeführt wurden.

(Zeichen mit Leerzeichen: 3.512)

Produkte und Services entwickeln und managen

Horst Wildemann

1. Auflage

München: TCW Transfer-Centrum GmbH & Co. KG, 2007

ISBN 978-3-937236-66-7

Preis: 98 EUR inkl. MwSt., zzgl. Versandkosten

Weitere Informationen sind erhältlich unter:

www.tcw.de