**Exposé Bachelorthesis**

Studiengang: Social Media Systems Stand: 27.10.2020

Betreut durch: AW

# Effiziente Produktentwicklung in Zeiten konjunktureller Unsicherheit durch Krisen am Beispiel von „Quarantini Social Dry Gin“

## Motivation & Problemstellung

Anfang des Jahres 2020 veränderte der Eintritt der Corona-Pandemie das Leben von Menschen auf der ganzen Welt. Aber nicht nur gesundheitlich und gesellschaftlich hat der Virus Einfluss, auch die Wirtschaft hat mit den Folgen der Krise noch immer zu kämpfen (vgl. Europäische Kommission 2020). Gerade Branchen wie z.B. die Veranstaltungsbranche oder die Gastronomie sind stark betroffen. Aber auch in Unternehmen anderweitiger Bereiche kamen Prozessketten durch Kurzarbeit und Quarantäne ins Stocken (vgl. Hielscher 2020). Auch in punkto Produktentwicklung verursacht dies Hindernisse, die es schnellstmöglich und auf dem besten Wege zu bewältigen gilt.

Doch der Coronavirus ist nicht die einzige Ursache, durch die Unternehmen in der Entwicklung von Produkten unter Druck geraten können. Durch die Umwelt verursachte Krisen können dazu führen, dass die Einführung eines Produktes auf dem Markt in engen Zeitfenstern und anderen bestimmten Voraussetzungen durchgeführt werden muss (vgl. Oehmen 2016: 70). Viele eingesessene Unternehmen aber auch Start-Ups brauchen Monaten, manchmal sogar Jahre bis ein Produkt vollends fertig gestellt wird. Prozessketten werden häufig meist unbeabsichtigt in die Länge gezogen, gerade bei großen Unternehmen kann es

durch hohe Anzahlen von Mitarbeitern zu Verzögerungen z.B. aufgrund von zu vielen Feedbackschleifen kommen (vgl. Das Wirtschaftslexikon 2020).

Einige Firmen schaffen es auch in Zeiten wie diesen, die viele vor große Herausforderungen stellen, durch Optimierung ihrer Prozessketten ihr Produkt den Umständen angepasst und ohne Komplikationen auf den Markt zu bringen.

## Forschungsfrage

Welche Strategien und Prozessoptimierungen kann ein Unternehmen verfolgen, um ein Produkt effizient und mit einem positiven Ergebnis zu entwickeln und auf den Markt zu bringen, wenn es eine durch die Umwelt ausgelöste Krise zu bewältigen gilt?

## Ziel der Arbeit

Das Ziel dieser Arbeit ist es zu analysieren, wann und durch welche Krisen Unternehmen bei der Produktentwicklung beeinflusst werden und wie diese Krisen überwunden werden können. Hierbei soll gezeigt werden, wie in solchen Situationen zu handeln ist, wenn die Notwendigkeit besteht schnellstmöglich zu agieren.

Als Ergebnis soll durch Optimierung der Produktentwicklungsprozesse ein Konzeptvorschlag entstehen, an dem sich Unternehmen orientieren können, um ein Produkt auch unter Druck in kürzester Zeit mit dem bestmöglichen Ergebnis auf den Markt zu bringen.

## Methodisches Vorgehen

Anhand von Literatur werden Prozessketten in der Produktentwicklung analysiert, die darstellen, wie Produkte in der Regel ohne bestehende Krisen entwickelt und hergestellt werden. Ebenfalls mit Literatur und verschiedenen Beispielen wird sich mit entstehenden Unsicherheiten für Unternehmen beschäftigt und wie mit diesen umgegangen wird.

Als Praxisbeispiel wird „Quarantini Social Dry Gin“ herangezogen und anhand dessen betrachtet, wie schnelle Produktentwicklung von Statten gehen kann. Hier werden Abläufe beschrieben und durch Literatur ergänzt.

Aus Praxis und Theorie wird am Ende ein Konzept aufgestellt, dass die Thematik aufgreift und beschreibt, wie Unternehmen vorgehen können, um ein Produkt in Krisenzeiten, welche wirtschaftliche Unsicherheiten mit sich ziehen, möglichst effizient zu entwickeln und auf den Markt zu bringen, ohne einen Schaden davonzutragen.

## Vorläufige Gliederung

1. **Einleitung**
2. **Produktentwicklung in Unternehmen**
   1. **Abgrenzung der Bezeichnung Produkt**

Kurze Erläuterung des Begriffes und was darunter fällt



## Der Prozess der Produktentwicklung

Definition des Begriffes Produktentwicklung, Beschreibung von typischen Prozessketten und welche Unterschiede es hier gibt. Der Fokus soll hierbei auf der Dauer und Effizienz der Prozesse liegen.



* + 1. Produktentwicklungsprozesse in kleinen bis mittleren Unternehmen
    2. Produktentwicklungsprozesse in großen Unternehmen bzw. Konzernen Unterscheidung zwischen kleinen und großen Unternehmen,



hinsichtlich der Prozessketten.

## Produktentwicklung in der Spirituosenbranche

Abgrenzung der Produktentwicklung in der Spirituosenbranche zu anderen Entwicklungen. Beschreibung der essentiellen Schritte, die hierbei hinzukommen.



# Produktentwicklung in konjunkturellen Krisenzeiten

## Definition des Begriffs Krise

Erläuterung und Definition von Krisen und Einordnung in den wirtschaftlichen Kontext



## Ursachen für Krisen

Beleuchtung verschiedener Umwelteinflüsse, die vor allem zeitlichen Druck für Unternehmen hervorrufen können, wie z.B. gesellschaftliche oder politische Krisen und wann diese auftreten.



## Mögliche Folgen

Aufzählung möglicher Folgen, die solche Situationen auf ein Unternehmen und die Produktentwicklung haben können und erste grobe Einordnungen, wie mit diesen umgegangen werden kann



# Entwicklung des Quarantini Social Dry Gins während der Corona-Krise

## Eintritt der Corona-Krise

* + 1. Ursache der Pandemie
    2. Verlauf und Ausbreitung
    3. Folgen für verschiedene Branchen mit Fokus auf die Gastronomie Erläuterung der Coronasituation. Wie es dazu kam und was für Folgen für



verschiedene Branchen die Pandemie mit sich brachte.

## Idee und Mission des Quarantini Social Dry Gin

Beschreibung der Ideenfindung der Gründer und warum der Social Dry Gin existiert.



## Von der Entwicklung bis zum Launch während der Corona-Pandemie

In Unterkapiteln wird der Prozess der Entwicklung des Quarantini während einer globalen Krise in 3 Wochen erläutert.



## Ausblick auf die Zukunft des Quarantini

Betrachtung des weiterführenden Verlaufes anhand von Verkaufszahlen und weiteren Faktoren.



# Konzept zur Optimierung von Produktentwicklungsprozessen in Krisen

Ableitung, ob und wie eine Produktentwicklung unter Druck mit Erfolg stattfinden kann.



## Benötigte Rahmenbedingungen

Vorgaben, die für eine bestmögliche Entwicklung gegeben sein müssen, wie Kapital, Personal etc.



## Optimierung von Prozessen und Umgang mit Krisen in der Produktentwicklung

Beschreibung, wie Prozesse so optimiert werden können, dass möglichst schnell ein Ergebnis erzielt wird um so auch Krisenzeiten Stand halten zu können.



# Kritische Würdigung der Ergebnisse

1. **Fazit und Ausblick**

## Mögliche Literatur:

Breitenbücher, Dr. Bettina E. / Neußner, Prof. Dr. Anette (2020): Corona-Krise. Virus infiziert Wirtschaft, in: Mamp & Review. Heft 4/2020. S. 88-92.

https://www.wiso-

net.de/toc\_list/MAR/2020/MAR AR# (25.10.2020)

%3A2020%3A4/Heft%2B4%2B%252F%2B2020/M

Call, Guido (1997): Entstehung und Markteinführung von Produktneuheiten. Entwicklung eines prozessgenerierten Konzepts. Wiesbaden: Gabler.

Prozessketten bei einer Markteinführung



Das Wirtschaftslexikon (2020): Produkt- und Prozessentwicklung. [http://www.daswirtschaftslexikon.com/d/produkt-\_und\_prozessentwicklung/produkt-](http://www.daswirtschaftslexikon.com/d/produkt-_und_prozessentwicklung/produkt-_und_prozessentwicklung.htm)

[\_und\_prozessentwicklung.htm](http://www.daswirtschaftslexikon.com/d/produkt-_und_prozessentwicklung/produkt-_und_prozessentwicklung.htm) (10.10.2020) Definition von Produkt- und Prozessentwicklung



Engelen, Werner (2011): Methoden der Produktentwicklung. München: Oldenbourg Industrieverlag.

Erläuterung von Produktentwicklungsprozessen und dem Produkt an sich, zudem Einblicke in die Auswirkungen von inneren und äußeren Einflüssen auf die Entwicklung



Europäische Kommission (2020): Beschäftigung und Wirtschaft in der Corona-Krise. [https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/doing-business-eu/jobs-and-](https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/doing-business-eu/jobs-and-economy-during-coronavirus-pandemic_de)  [economy-during-coronavirus-pandemic\_de](https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/doing-business-eu/jobs-and-economy-during-coronavirus-pandemic_de) (10.10.2020)

Darstellung wie sich die Corona-Krise auf die aktuelle Wirtschaft auswirkt



Hielscher, Henryk (2020): In diesen vier Branchen wird es eng. [https://www.wiwo.de/unternehmen/handel/die-bitteren-folgen-des-coronaschocks-in-](https://www.wiwo.de/unternehmen/handel/die-bitteren-folgen-des-coronaschocks-in-diesen-vier-branchen-wird-es-eng/25667752.html)  [diesen-vier-branchen-wird-es-eng/25667752.html](https://www.wiwo.de/unternehmen/handel/die-bitteren-folgen-des-coronaschocks-in-diesen-vier-branchen-wird-es-eng/25667752.html) (10.10.2020)

Aufzählung, welche Branchen am meisten von der Coronapandemie betroffen sind



Janka, Marc (2020): Controlling in der Produktentwicklung, in: Horváth, Péter / Reichmann, Thomas / Baumöl, Ulrike / Hoffjan, Andreas / Möller, Klaus / Pedel, Burkhard (Hrsg.): Controlling. München: Verlag C.H.Beck. S. 45-50. [https://www.beck-elibrary.de/10.15358/0935-0381-2020-3-45/controlling-in-der-](https://www.beck-elibrary.de/10.15358/0935-0381-2020-3-45/controlling-in-der-produktentwicklung-jahrgang-32-2020-heft-3)  [produktentwicklung-jahrgang-32-2020-heft-3](https://www.beck-elibrary.de/10.15358/0935-0381-2020-3-45/controlling-in-der-produktentwicklung-jahrgang-32-2020-heft-3) (24.10.2020)

kurze Definition der Produktentwicklung und wie sich eine Umfeldunsicherheit auf diese auswirkt



Kern, Eva-Maria (2005): Verteilte Produktentwicklung. Rahmenkonzept und Vorgehensweise zur organisatorischen Gestaltung. Berlin: GITO-Verlag.

Einflussfaktoren, die sich auf die Produktentwicklung auswirken können



Kirchner, Eckhard (2020): Werkzeuge und Methoden der Produktentwicklung. Von der Idee bis zum erfolgreichen Produkt. Berlin: Springer Verlag.

Gesamtprozess von Idee bis zum Produkt. Erläuterung äußerer Einflüsse auf die Produktentwicklung



Kuhn, Jutta (2007): Markteinführung neuer Produkte. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag.

Untersuchung, wie Produkte in Markt eingeführt werden können



Lindemann, Udo (2016): Handbuch Produktentwicklung. Münster: Hanser.

Strategien und Methoden der Produktentwicklung, Risiken und Risikomanagement in der Produktenwicklung



Oehmen, Josef (2016): Risiko- und Chancenmanagement in der Produktentwicklung, in: Lindemann, Udo (Hrsg.): Handbuch Produktentwicklung. Münster: Hanser. S. 59- 98.

Darlegung von Risiken und Chancen in der Produktentwicklung



Rimbach, Gerald / Nagursky, Jennifer / Erbersdobler, Helmut F. (2015): Lebensmittel-Warenkunde für Einsteiger. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg. S. 359-371.

Einblicke in den Herstellungsprozess von Spirituosen

