**Exposé Bachelorthesis**

Studiengang: Social Media Systems Stand: 13.10.2020

Betreut durch: AW

# Die Entwicklung eines Produktes in Drucksituationen 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 bzw. gesellschaftlich hat der Virus Einfluss, auch die Wirtschaft hat mit dessen Folgen 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. Äußere, sowie auch innere Einflüsse 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, das Möglichste aus der Situation zu machen und ihr Produkt den Umständen angepasst auf den Markt zu bringen.

## Forschungsfrage

Welche Strategien und Prozessoptimierungen kann ein Unternehmen verfolgen, um

ein Produkt effizient und mit dem bestmöglichen Ergebnis zu entwickeln und auf den

Markt zu bringen, wenn es unter einem durch internen oder durch die Umwelt

ausgelösten Druck steht?

## Ziel der Arbeit

Das Ziel dieser Arbeit ist es zu erkennen, wann und durch welche Umwelteinflüsse Unternehmen in Drucksituationen bei der Produktentwicklung geraten und wie diese überwunden werden können. Hierbei soll analysiert werden, wie in solchen Situationen zu handeln ist, wenn die Notwendigkeit besteht schnellstmöglich zu agieren.

Als Ergebnis soll durch Optimierung der Produktentwicklungsprozesse der Ansatz eines Konzeptes 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 bestehender Literatur werden Prozessketten in der Produktentwicklung analysiert, die in „Normalsituationen“ entstehen. Das bedeutet, wenn Produkte ohne durch die Umwelt verursachten Druck entwickelt und hergestellt werden. Ebenfalls mit Literatur und bestehenden Beispielen wird sich mit entstehenden Drucksituationen beschäftigt und wie mit diesen umgegangen wird.

Als Praxisbeispiel wird „Quarantini Social Dry Gin“ herangezogen und anhand dessen beobachtet, wie schnelle Unternehmensgründung und vor allem Produktentwicklung von Statten gehen kann. Hier werden Abläufe genau beschrieben und mit bestehender Literatur ergänzt.

Aus Praxis und Theorie wird am Ende ein Konzept aufgestellt, dass die Thematik aufgreift und beschreibt, wie Unternehmen vorgehen um ein Produkt schnellstmöglich auf den Markt zu bringen.

## 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

Beschreibung der typischen Prozessketten einer Produktentwicklung 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.



# Drucksituationen in der Produktentwicklung

## Ursache

Beleuchtung verschiedener Umwelteinflüsse, die vor allem zeitliche Drucksituationen für Unternehmen hervorrufen können, wie z.B. gesellschaftliche oder politische Einflüsse. Neben äußeren Einflüssen wird auch durch das Unternehmen selbst entstehender Druck hier erläutert



## Mögliche Folgen

Aufzählung möglicher Folgen, die solche Situationen auf ein Unternehmen haben können.



## Umgang mit Drucksituationen

Theoretische Ansätze, die Unternehmen verfolgen (können) um sich Druck entgegenzusetzen oder ihm auszuweichen.



# Gründung des Unternehmens Social Dry Gin/Social Destillery und Entwicklung des Quarantini

## Eintritt der Corona-Krise

* + 1. Ursache der Pandemie
    2. Verlauf und Ausbreitung
    3. Folgen für die Gastronomie und den lokalen Handel

Erläuterung der Coronasituation. Wie es dazu kam und was für Folgen die Pandemie mit sich brachte.



## Idee und Mission des Social Dry Gin

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



## Von der Entwicklung bis zum Launch

In Unterkapiteln wird der Prozess der Entwicklung des „Quarantini“ in 3 Wochen erläutert.



## Ausblick auf die Zukunft des Quarantini

Betrachtung des weiterführenden Verlaufes anhand von Verkaufszahlen und weiteren Faktoren.



# Konzept zur Optimierung von Prozessen in der Produktentwicklung

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

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



# Kritische Würdigung der Ergebnisse

1. **Fazit und Ausblick**

## Mögliche Literatur:

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

Prozessketten bei einer Markteinführung



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



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



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



## Quellen Exposé

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)

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)

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)

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