

Welche Primärziel muss durch die Produktion erreicht werden?

→ Bedarfsgerichtete Produktion zeitgemäßer und innovativer Produkte mit großem Absatz- und Gewinnpotential.

Welche Sekundärziele bestehen im Produktionsbereich?

- a) Effiziente Produktion: Rohstoffverbrauch minimieren
- b) Entwicklungsaufwand minimieren → Normung (Bauteile)
→ Unterschied Typung (Endprodukte)
- c) Lagermengen an Rohstoffen und Endprodukten minimieren
(Kapitalbindung minimieren) → Kontrollmechanismen
→ Lagerkennzahlen
aber Produktionsstillstand vermeiden
- d) Leistungsgerechte und leistungsfördernde Entlohnungsmethoden etablieren

Elemente (Funktionen) eines Produktes

Beispielprodukt: „Porsche Boxter S“

- **Grundfunktion:**
→ befördern
- **Zusatzfunktionen**
 - a) physikalische/ funktionale Eigenschaften → Schnelligkeit....
 - b) ästhetische Eigenschaften → Design/Farbe/...
 - c) symbolische Eigenschaft → Markenassoziat.
 - d) produktverbundene Zusatzleistungen → Kundendienst..

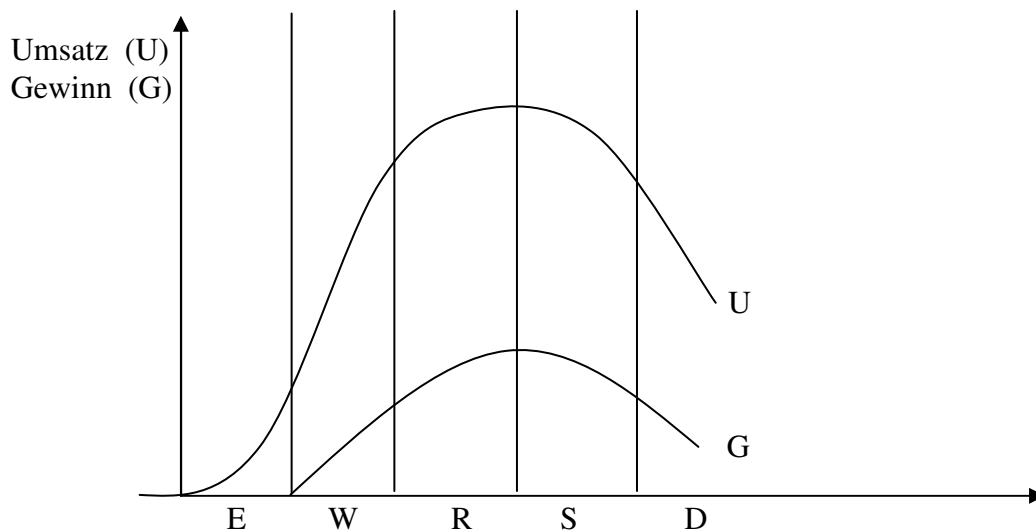
Aufgabe: Suchen und beschreiben Sie für alternative Produkte die Grund- und Zusatzfunktionen.

Ist die Produktionsentscheidung operativer, taktischer oder strategischer Natur?

Laden Sie das Dokument „Unternehmenplanung“ und informieren Sie sich über die Planungszusammenhänge in einer Unternehmung!

Die Produktportfolio-Analyse und das Lebenszyklusmodell der Boston Consulting Group (BCG):

a) Produktlebenszyklus-Modell nach BCG

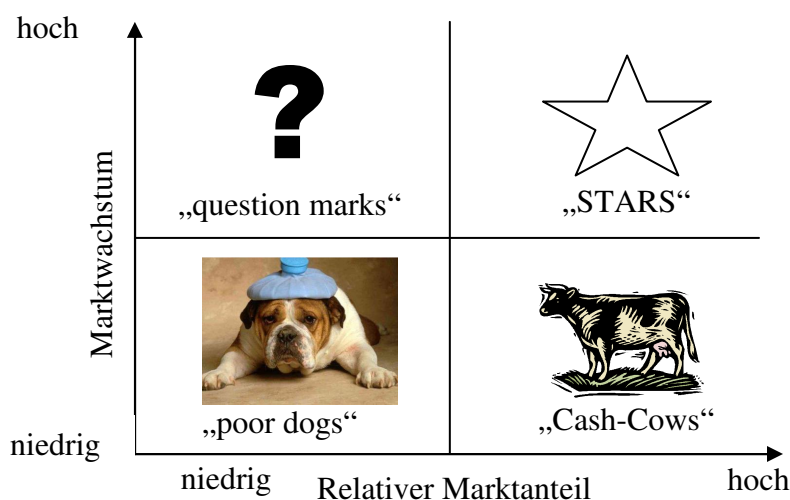


Phasen: (E)inführung (W)achstum (R)eife (S)ättigung (D)egeneration

Fragen:

- 1) Suchen Sie Produktbeispiele der Lebenszyklus dem BCG Produktlebenszyklus entsprechen. Gibt es Produkte die dem Modell trotzen?
- 2) Begründen Sie mit wirtschaftlichen Bezug den Verlauf der Kurven (U und G)!
- 3) Recherchieren Sie welche Psychologie die Käufer haben die in den verschiedenen Phasen ein Produkt zum ersten Mal kaufen.

b) Produktportfolio-Analyse



Relativer Marktanteil = $(\text{Eigener Marktanteil} * 100) / (\text{Marktanteil der größten Konkurrenten})$

Fragen zur Portfolio-Analyse:

- 1) Wo sollten sich die Produkte eines Unternehmens im Produktportfolio befinden, um auch zukünftig erfolgreich zu sein. Begründung?

2) Lesen Sie den „Welt“ Artikel zum „Kurs der TUI“ vom 2.09.06. Begründen Sie die Strategie des TUI Vorstands!

Neuer Kurs der TUI löst Verwunderung aus

Börsengang oder Verkauf von Hapag-Lloyd möglich

Hamburg – Der neue Kurs des Tourismuskonzerns TUI für die Schifffahrtstochter Hapag-Lloyd sorgt in der Branche und bei Bankanalysten für Irritationen. TUI hatte nach einer Strategiesitzung am Donnerstag wegen des „zyklischen Branchentiefs“ derzeit nicht abgeben zu wollen. Bei veränderten Rahmenbedingungen wolle der Vorstand jedoch dem Aufsichtsrat „alle Aspekte einer Portfolio-Veränderung“ darlegen. Dies wird von Kennern des Unternehmens als Ankündigung eines Börsengangs oder Verkaufs der Hapag-Lloyd gewertet.

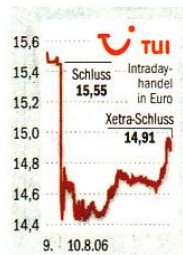
„Das ist höchst überraschend, zumal TUI bislang die Schifffahrt als substanziellen Bestandteil des Konzerns bezeichnet hat“, sagte Eggert Kuls, Aktienanalyst von M.M. Warburg. TUI-Chef Michael Frenzel fehle offensichtlich eine klar definierte Langzeitstrategie.

Der Konzern hatte vor genau zwei Jahren schon einmal den Börsengang von Hapag-Lloyd vorbereitet, ihn dann aber kurzfristig

wieder abgeblasen. Damals wurde dies mit der zu niedrigen Unternehmensbewertung von rund drei Mrd. Euro begründet.

Ein Jahr später stärkte TUI die Containerlinie mit dem Zukauf des kanadischen Konkurrenten CP Ships und gab dafür 1,8 Mrd. Euro aus. „Mit dem Ausbau der Schifffahrt nehmen wir Volatilität aus unserem Ergebnis“, hatte Frenzel die Konzernstruktur aus Tourismus und Schifffahrt erklärt.

Laut Analysten wäre der Kurs der TUI-Aktie noch viel niedriger, wenn der Markt nicht noch auf eine bevorstehende Zerschlagung spekuliere. Neben einem Börsengang kommt sicherlich auch ein Verkauf der Hapag-Lloyd in Frage. Sowohl der Branchenführer Maersk aus Dänemark als auch die Nummer zwei, MSC aus der Schweiz, sollen Interesse zeigen. Bei Hapag-Lloyd wird dies zwar „ausgeschlossen“. Die Entscheidung über die Zukunft der Hamburger Reederei dürfte aber nicht bei Hapag-Lloyd-Chef Michael Behrendt liegen. *nic*



Quelle: „Die Welt“ (02.09.2006)