Objekttyp: **Advertising**

Zeitschrift: **Mittex : die Fachzeitschrift für textile Garn- und Flächenherstellung im deutschsprachigen Europa**

Band (Jahr): **117 (2010)**

Heft 3

PDF erstellt am: **25.05.2024**

**Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

**Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

**http://www.e-periodica.ch**

# Umfrage zu innovativen Produktideen

Im Rahmen der Ausbildung zur Produktmanagerin an der STF hat Marta Miszkowicz 2008 eine Diplomarbeit mit dem Titel «Ableitung innovativer Produktideen aus einer Trendrecherche» verfasst. Ziel der Arbeit war die Entwicklung einer zukunftsfähigen Produktpalette. Basierend auf ausgewiesenen Trends wurden ideelle Produkte entworfen, beschrieben, illustriert und in einem Angebotskatalog dargestellt. Die Hälfte der Produktideen sind textiler Natur.

Die Arbeit wird von der STF für eine Marktanalyse weiterverwendet, die in Form einer unterhaltsamen Webumfrage auf **www.produktideen.ch** zu finden ist. Die Umfrage kann auf zwei Arten durchgeführt werden:

- 5 Lieblingsprodukte: Wählen Sie aus den 20 vorgestellten Produkten Ihre 5 Lieblingsprodukte aus.
- Einkaufen: Sie haben ein Budget von Fr. 2'000.-. Kaufen Sie damit virtuell die Produkte ein, die Ihnen am besten gefallen, bis Ihr Budget aufgebraucht ist.

Das Ziel dieser Umfrage ist es, herauszufinden, welche Produkte in Zukunft bei den Kunden erwünscht wären und welche nicht. Die Entwicklung neuer Produkte ist entscheidend für die Konkurrenzfähigkeit der Unternehmen. Ungefähr 75 % des Umsatzzuwachses und sogar 90 % des Gewinnzuwachses stammen von neuen Produkten[1]. Die Umfrage soll dabei helfen, mögliche Trendprodukte zu eruieren. Durch die Freigabe der Resultate der Umfrage für Unternehmen kann das hohe Floprisiko bei neuen Produkten reduziert werden. Die Umfrage ist noch bis Ende Juni am Laufen. Die Auswertung wird danach separat publiziert werden.

## Hintergrundinformationen zur Diplomarbeit

Jedes Zeitalter ist geprägt von den jeweils aktuellen Technologien. Dabei ist die Weltwirtschaft ein ständiges Auf und Ab mit Phasen eines stärkeren und schwächeren Wachstums. Am Anfang eines Wirtschaftsbooms stehen innovative Unternehmer, welche die Chancen neuer Technologien erkennen und diese umsetzen.

Der Technische Fortschritt wird spätestens seit der Erfindung der Atombombe nicht mehr nur mit naiver Begeisterung begrüsst. Ressourcenknappheit, Umweltschäden und die Gefahr von Kriegen zwingen uns, gegenüber neuen Technologien skeptisch zu sein. Man fragt sich zwangsläufig, wo die Menschheit in fünfzig Jahren sein wird. Werden wir durch Fortschritte in der Medizin alle 120 Jahre alt werden? Werden Indien und China die wirtschaftliche und kulturelle Führerrolle der Welt einnehmen? Oder wird auf Grund von Ressourcenknappheit die Entwicklung stagnieren, rückläufig oder gar zum grossen Kollaps führen? Ist es überhaupt möglich eine um 2050 erwartete Weltbevölkerung von ca. 10 Milliarden mit Konsumgütern zu versorgen oder nur schon zu ernähren? Wird die demographische Entwicklung der Industrieländer zum Zusammenbruch von deren Sozialsysteme und Arbeitsmärkte führen?

Alle diese Fragen stellen hohe Anforderungen an die Produkte der nächsten Generation, bei deren Entwicklung viel Hintergrundwissen und Kreativität gefragt ist. Was ist ein gutes Produkt? Welche Produkte braucht unsere Gesellschaft noch? Ist es sinnvoll, den Markt mit immer neuen Produkten zu überschwemmen, obwohl wir schon alles haben, was wir brauchen? Wo führt uns unser übersteigertes Konsumverhalten hin?

In dieser Arbeit wurde die Auseinandersetzung mit diesen Fragen im Auge behalten. Die erfundenen Produkte sind nicht immer ganz ernst gemeint, werden aber ernst genommen. Sie sollen sich im Rahmen des technisch Möglichen bewegen und doch futuristisch sein, sodass man sich fragt: Ja, ist denn so etwas überhaupt vorstellbar? Die Umfrage, die aus dieser Diplomarbeit entwickelt wurde, soll schliesslich auch Spass machen und zum Überdenken unseres Konsumverhaltens anregen.

Die Umfrage findet sich auf **www.produktideen.ch**.

[1] Quelle: Marketing; Vom klassischen Marketing zu Customer Relationship Management, Rudolf Ergenzinger / Jean-Paul Thommen

Produktidee 9: Anti Animal Sportswear