

# Produkt- und Preiskonzept für Raumklimamessungen in Alters- und Pflegeheimen

Diplomand



Nick Diethelm

**Problemstellung:** Die Raumluft und dessen Qualität hat durch das SARS-COVID-19 Virus stark an Wichtigkeit gewonnen. Deshalb möchte die Condair Group AG ein Produkt im Bereich Raumklimamessungen für Alters- und Pflegeheime in der Schweiz entwickeln. Die Idee des Unternehmens ist ein Produkt, welches die Messung des Raumklimas und einen anschließenden Messbericht mit einer Handlungsempfehlung beinhaltet. Im Rahmen dieser Arbeit soll die Produktidee anhand der Bedürfnisse des Zielmarktes zu einem richtigen Konzept ausgearbeitet werden. Neben dem Produktkonzept soll auch ein Preiskonzept erstellt werden.

**Vorgehen:** In einem ersten Schritt wurde der Zielmarkt genauer analysiert, um zu überprüfen, ob eine weitere Segmentierung möglich ist und um dessen Eigenheiten besser zu verstehen. Danach wurde die Produktidee anhand eines Value Proposition Canvas ausgearbeitet. Dafür wurden zuerst verschiedene Heimleiter/innen von Alters- und Pflegeheimen befragt, um ein Kundenprofil erstellen zu können. In einem weiteren Schritt konnte dann der Leistungsumfang des Produkts anhand der ermittelten Bedürfnisse angepasst werden. Basierend auf den Ergebnissen des Value Proposition Canvas konnten dann mittels Requirement Engineering die Produkthanforderungen in einem Anforderungskatalog zusammengefasst werden.

Für die Preisbildung wurde ein nutzenorientierter Ansatz verfolgt. So konnte der Preis anhand des Mehrwerts, den das definierte Produkt für den Zielmarkt generiert, festgelegt werden. In einem weiteren Schritt wurden die Herstellungskosten mit einer Zielkostenrechnung ermittelt. Abschliessend wurde anhand verschiedener Szenarien aufgezeigt, welche Gewinne mit dem Produkt in Alters- und Pflegeheimen der Schweiz erzielt werden können.

**Ergebnis:** Anhand der Analyse der Alters- und Pflegeheime und deren Bedürfnisse konnte ein Produktkonzept für Raumklimamessungen im vom Auftraggeber festgelegten Zielmarkt erstellt werden. Unter Berücksichtigung des Mehrwerts, der das Produkt für den Zielmarkt generiert, konnte eine mögliche Preisspanne für das Produkt sowie die davon abgeleiteten maximalen Herstellungskosten bestimmt werden. Ausserdem konnte anhand von Abschätzungen des möglichen Marktvolumens aufgezeigt werden, wieviel Gewinn pro Jahr mit dem Produkt erzielt werden kann.

Examinator

Prof. Dr. Daniel Patrick Politz

Expertin

Dr. Noelle Jufer, Dr. Acél & Partner AG, Zürich, ZH

Themengebiet

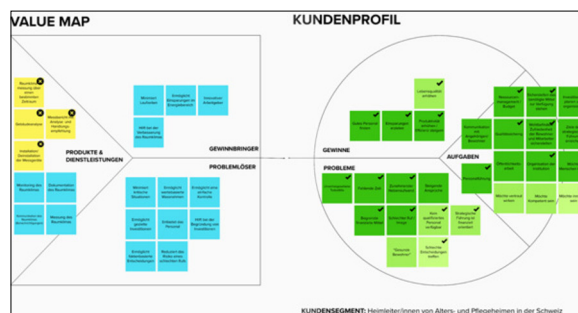
Produktmanagement

Projektpartner

Condair Group AG, Pfäffikon, SZ

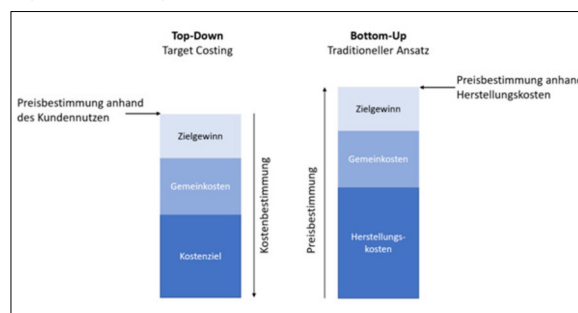
## Value Proposition Canvas

Eigene Darstellung



## Vorgehen Zielkostenrechnung

Eigene Darstellung



## Mögliche jährliche Umsätze

Eigene Darstellung

