



Design Value: Die Messung des Wertbeitrags von Design

Dominik Hettich

 **Download**

 **Online Lesen**

Design Value: Die Messung des Wertbeitrags von Design Dominik Hettich

 [Download Design Value: Die Messung des Wertbeitrags von Design ...pdf](#)

 [Read Online Design Value: Die Messung des Wertbeitrags von Design ...pdf](#)

Design Value: Die Messung des Wertbeitrags von Design

Dominik Hettich

Design Value: Die Messung des Wertbeitrags von Design Dominik Hettich

Downloaden und kostenlos lesen Design Value: Die Messung des Wertbeitrags von Design Dominik Hettich

Format: Kindle eBook

Kurzbeschreibung

Bachelorarbeit aus dem Jahr 2013 im Fachbereich VWL - Innovationsökonomik, Note: 1,3, Universität Stuttgart (Betriebswirtschaftliches Institut), Sprache: Deutsch, Abstract: In der heutigen Zeit sind viele Märkte gesättigt, stark segmentiert und so gut wie alle Segmente besetzt. Eine zunehmende Informationsüberflutung führt dazu, dass Konsumenten ein sinkendes Involvement aufweisen. In der Wahrnehmung vieler Verbraucher sind zentrale Produktattribute, wie z. B. Qualität und Funktionalität, zwischen den Anbietern kaum noch zu unterscheiden. Aus diesen Gründen ist es für eine Positionierung auf dem Markt wichtig, dass sich die angebotenen Produkte von der Konkurrenz abheben. Besonderen Erfolg verzeichnen Anbieter, die ihren Kunden einen Zusatznutzen bieten können.

Design und Ästhetik von Produkten und Dienstleistungen gelten seit langem als wichtige Faktoren für den Verkaufserfolg. Dies spiegelt sich in der steigenden Bedeutung von Design in der deutschen Wirtschaft wider. Die Kultur- und Kreativwirtschaft hat im Jahr 2008 einen Anteil von 2,5 Prozent am Bruttoinlandsprodukt verzeichnet. Mit rund 16 Milliarden Euro hat allein die Designbranche ein Viertel davon erwirtschaftet. Sowohl der Umsatz als auch die Zahl der Beschäftigten steigt seit Jahren überproportional.

Um die Bedeutung und die Position von Design in der Wirtschaft umfassend begreifen zu können, ist eine Quantifizierung unumgänglich. Mit der Messung des Designwertes wird eine Kennzahl geschaffen, die für ein strategisches Designmanagement als Plan- und Zielgröße fungieren kann. Zugleich wird ein besseres Verständnis der Chancen und Risiken, die sich beim Einsatz von Design bieten, gefördert. Der Designwert ist ein latentes Konstrukt, daher kann er nicht direkt gemessen werden. Zu seiner Messung sind Indikatoren notwendig. Problematisch ist in diesem Zusammenhang das Fehlen einer allgemeingültigen Definition. Der Designwert wird im Rahmen dieser Arbeit als Konstrukt angesehen, das aus mehreren Wertdimensionen mit verschiedenen Komponenten besteht. Er kann sowohl aus Kundensicht als auch aus Unternehmenssicht erfasst werden. Kurzbeschreibung

Bachelorarbeit aus dem Jahr 2013 im Fachbereich VWL - Innovationsökonomik, Note: 1,3, Universität Stuttgart (Betriebswirtschaftliches Institut), Sprache: Deutsch, Abstract: In der heutigen Zeit sind viele Märkte gesättigt, stark segmentiert und so gut wie alle Segmente besetzt. Eine zunehmende Informationsüberflutung führt dazu, dass Konsumenten ein sinkendes Involvement aufweisen. In der Wahrnehmung vieler Verbraucher sind zentrale Produktattribute, wie z. B. Qualität und Funktionalität, zwischen den Anbietern kaum noch zu unterscheiden. Aus diesen Gründen ist es für eine Positionierung auf dem Markt wichtig, dass sich die angebotenen Produkte von der Konkurrenz abheben. Besonderen Erfolg verzeichnen Anbieter, die ihren Kunden einen Zusatznutzen bieten können.

Design und Ästhetik von Produkten und Dienstleistungen gelten seit langem als wichtige Faktoren für den Verkaufserfolg. Dies spiegelt sich in der steigenden Bedeutung von Design in der deutschen Wirtschaft wider. Die Kultur- und Kreativwirtschaft hat im Jahr 2008 einen Anteil von 2,5 Prozent am Bruttoinlandsprodukt verzeichnet. Mit rund 16 Milliarden Euro hat allein die Designbranche ein Viertel davon erwirtschaftet. Sowohl der Umsatz als auch die Zahl der Beschäftigten steigt seit Jahren überproportional.

Um die Bedeutung und die Position von Design in der Wirtschaft umfassend begreifen zu können, ist eine Quantifizierung unumgänglich. Mit der Messung des Designwertes wird eine Kennzahl geschaffen, die für ein strategisches Designmanagement als Plan- und Zielgröße fungieren kann. Zugleich wird ein besseres

Verständnis der Chancen und Risiken, die sich beim Einsatz von Design bieten, gefördert. Der Designwert ist ein latentes Konstrukt, daher kann er nicht direkt gemessen werden. Zu seiner Messung sind Indikatoren notwendig. Problematisch ist in diesem Zusammenhang das Fehlen einer allgemeingültigen Definition. Der Designwert wird im Rahmen dieser Arbeit als Konstrukt angesehen, das aus mehreren Wertdimensionen mit verschiedenen Komponenten besteht. Er kann sowohl aus Kundensicht als auch aus Unternehmenssicht erfasst werden.

Download and Read Online Design Value: Die Messung des Wertbeitrags von Design Dominik Hettich
#ZH683LO1IPS

Lesen Sie Design Value: Die Messung des Wertbeitrags von Design von Dominik Hettich für online
ebookDesign Value: Die Messung des Wertbeitrags von Design von Dominik Hettich Kostenlose PDF
d0wnl0ad, Hörbücher, Bücher zu lesen, gute Bücher zu lesen, billige Bücher, gute Bücher, Online-Bücher,
Bücher online, Buchbesprechungen epub, Bücher lesen online, Bücher online zu lesen, Online-Bibliothek,
greatbooks zu lesen, PDF Beste Bücher zu lesen, Top-Bücher zu lesen Design Value: Die Messung des
Wertbeitrags von Design von Dominik Hettich Bücher online zu lesen.Online Design Value: Die Messung
des Wertbeitrags von Design von Dominik Hettich ebook PDF herunterladenDesign Value: Die Messung des
Wertbeitrags von Design von Dominik Hettich DocDesign Value: Die Messung des Wertbeitrags von Design
von Dominik Hettich MobipocketDesign Value: Die Messung des Wertbeitrags von Design von Dominik
Hettich EPub