

Business Case – „Instrumente der Produktpolitik“



■ Lesen Sie die folgenden Situationen des Unternehmens Waterdrop durch und ordnen Sie zu, welches Instrument der Produktpolitik am besten zu der jeweiligen Beschreibung passt.

- 1 Produktinnovation 2 Produktdifferenzierung 3 Produktvariation 4 Produkteliminierung

| Produktpolitik bei Waterdrop | Instrument der Produktpolitik |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|
| Die bestehenden Microdrink-Sorten werden laufend um neue ergänzt, um die Vorlieben der Kunden abzudecken (z. B. EISTEE-Set, Limited Editions). | <input type="radio"/> |
| Die Markteinführung der ersten Microdrink-Sorten aus verschiedenen Frucht- & Pflanzenextrakten fand 2017 statt. | <input type="radio"/> |
| Die Farben des bestehenden Trinkflaschen-Sortiments werden regelmäßig an aktuelle Kundenwünsche sowie an die Saison angepasst. | <input type="radio"/> |
| Im Zuge dieser Farbanpassung werden auch Trinkflaschen vom Markt genommen, deren Farben/Designs kaum mehr nachgefragt werden. | <input type="radio"/> |



TrainingsBox – „Instrumente der Produktpolitik“

1. Geben Sie an, welches Instrument der Produktpolitik in den folgenden Beispielen zum Einsatz kam. Begründen Sie Ihre Antwort.

Gasteiner Fruity wird in verschiedenen Geschmacksrichtungen angeboten



Die Rezeptur der Limonade Fanta wird verändert



2. Notieren Sie für die folgenden Beispiele, welches produktpolitische Instrument jeweils angewendet wurde.

| Beispiele | Produktpolitische Instrument |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| a) Ein Bekleidungsunternehmen verzichtet zukünftig auf die Produktion von Echtfellmänteln, da die Nachfrage massiv gesunken ist. | |
| b) Ein Pkw-Hersteller investiert viel Geld in die Forschung, um als Erster ein Auto mit Brennstoffzelle auf den Markt zu bringen. | |
| c) Ein Anbieter für Multiplayer-Onlinerspiels bringt jährlich ein umfangreiches Update mit einer verbesserten Grafik auf den Markt. | |
| d) Eine Pizzeria erweitert die Speisekarte um vegane Alternativen. | |

1.4 Gestaltung des Produktprogramms (Sortiments)



DAS SOLLTEN SIE SPEICHERN

Durch die **Sortimentspolitik** wird festgelegt, **welche Produkte und Produktgruppen in wie vielen Varianten** auf dem Markt angeboten werden.

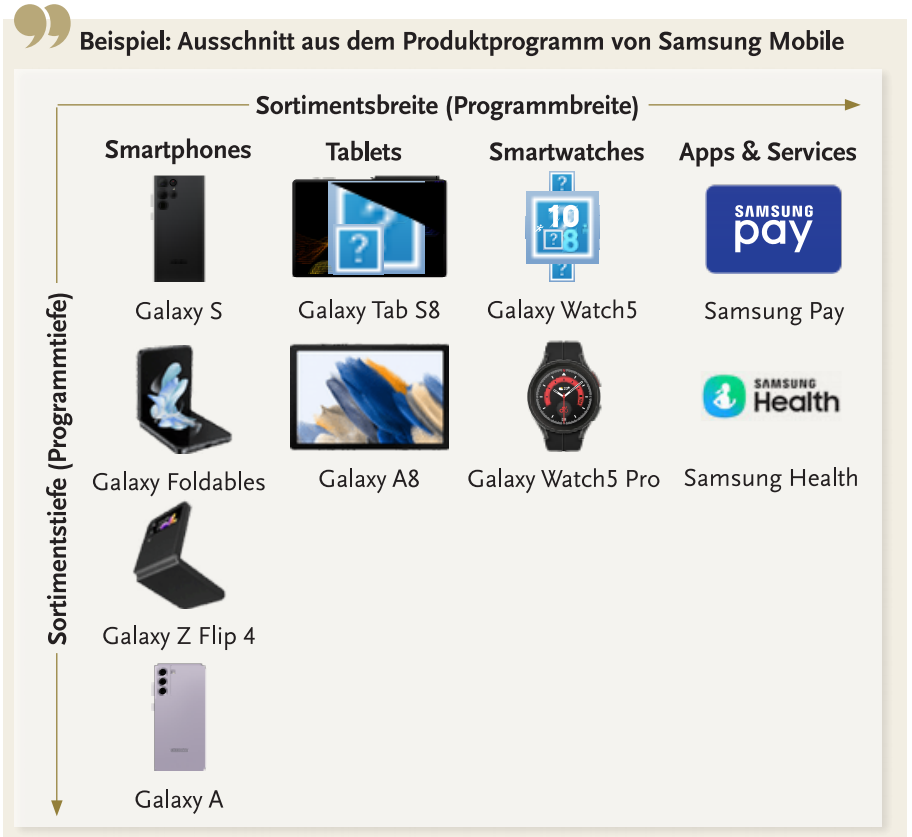
Diese Entscheidungen betreffen die **Sortimentsbreite und -tiefe**.



Produktgruppe (Produktlinie) = Produkte, die der Kunde in einem Verwendungszusammenhang sieht, werden zu einer Gruppe zusammengefasst.

Sortimentsbreite und Sortimentstiefe gestalten

Jedes Unternehmen muss ein für sich **stimmiges Verhältnis von Sortimentsbreite und -tiefe** festlegen. Eine geringe Breite ermöglicht eine höhere Spezialisierung, wodurch die Produktion kostengünstiger wird. Jedoch kann ein sehr schmales Produktprogramm gefährlich werden, wenn der Absatz bei dieser Produktgruppe sinkt.



Aha!

Die Instrumente der Produktpolitik beeinflussen die Sortimentstiefe und -breite:

- Die **Produktdifferenzierung** erhöht die Sortimentstiefe.
- Die **Produkteliminierung** reduziert das Sortiment an Breite bzw. Tiefe.
- Die **Produktvariation** ändert Breite bzw. Tiefe des Sortiments nicht, da nur Eigenschaften von bestehenden Produkten verändert werden.
- Die **Diversifikation** erhöht die Sortimentsbreite.