

IV Marketing

Instrumente des Marketings

3. Um welche Markenarten handelt es sich? Kreuzen Sie bei allen Unterscheidungsmerkmalen an, wie Sie die Marke zuordnen würden und nehmen Sie bei Bedarf das Internet zur Hilfe.

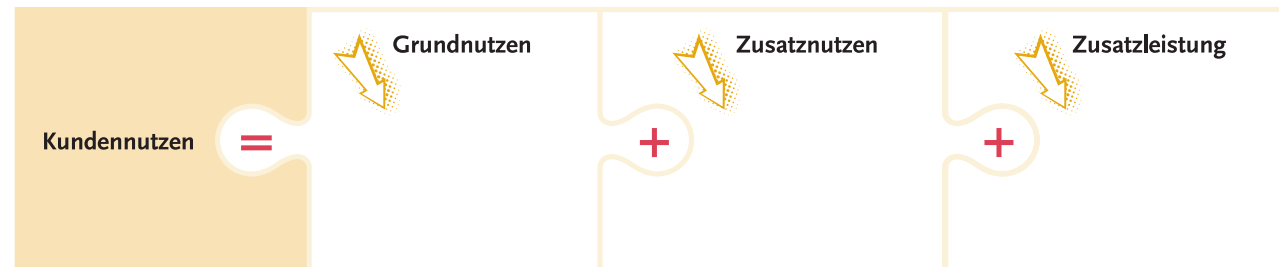
	Unterscheidung nach den Unternehmen, die die Marke führen		Unterscheidung nach den verwendeten Zeichen			Unterscheidung nach dem Geltungsbereich		
	Hersteller-marke	Handels-marke	Wort- bzw. Zahlenmarke	Bild-marke	Kombinierte Marke	Einzel-marke	Familien-marke	Dach-marke
SAMSUNG								
Milka								
Starbucks								
Natur+pur								

Business Case – „Nutzen und Gestaltung eines Produktes“



Ja, unsere Microdrinks sollen in erster Linie den Durst stillen. Aber der Nutzen unserer Produkte geht weit darüber hinaus! Unsere Microdrinks sind keine einfachen Brausetabletten, sondern ein Lifestyleprodukt. Unser gesamtes Produktsortiment und all unsere Zusatzangebote unterstützen einen gesunden, nachhaltigen Lebensstil.

1. Tragen Sie den Grund- und den Zusatznutzen der Waterdrop-Microdrinks in die Grafik ein. Überlegen Sie auch, welche Zusatzleistungen Waterdrop bietet. Tipp: Recherchieren Sie dazu unter www.waterdrop.at.



2. Kreuzen Sie alle Markenarten an, die aus Ihrer Sicht auf Waterdrop zutreffen.

- ☐ Herstellermarke
- ☐ Handelsmarke
- ☐ Dachmarke
- ☐ Familienmarke
- ☐ Einzelmarke



- ☐ Wort- bzw. Zahlenmarke
- ☐ Bildmarke
- ☐ Kombinierte Marke

1.2 Produktlebenszyklus und Portfolioanalyse

Um zukunftsfit zu bleiben, sollten Unternehmen regelmäßig ihre Produkte bzw. ihr gesamtes Sortiment analysieren. Wichtige Hilfsmittel dafür sind der **Produktlebenszyklus** und die **Portfolioanalyse**.

1.2.1 Produktlebenszyklus



DAS SOLLTEN SIE SPEICHERN

Beim **Produktlebenszyklus** geht man davon aus, dass Produkte, ähnlich wie Lebewesen, einem Lebenszyklus unterliegen. Die Lebensdauer von Produkten ist u. a. begrenzt durch technische Neuerungen, verändertes Kaufverhalten oder kurzlebige Trends.

Einige Produkte haben einen sehr kurzen Lebenszyklus (sogenannte Flops), während andere Produkte über Jahre oder sogar Jahrzehnte erfolgreich sein können (z. B. Waschmittel, Grundnahrungsmittel).



Beispiele: Lebensdauer von Produkten



Fotoapparate mit Filmen wurden durch Digitalkameras ersetzt. Heute ersetzen fortschrittliche Smartphone-Kameras die klassischen Digitalkameras.



Der Videorekorder und die VHS-Kassette wurden durch den DVD-Player ersetzt, die DVD wiederum durch Streaminganbieter.

Aha!

Wird die Lebensdauer von Produkten bewusst reduziert, spricht man von **geplanter Obsoleszenz** (= Alterung). Ziel ist es, dass die Produkte dadurch früher als notwendig durch neue ersetzt werden.



Beispiel: Geplante Obsoleszenz bei Smartphones

Smartphones weisen oft schon nach kurzer Zeit erste technische Defekte auf und werden dann in der Regel rasch durch neuere Modelle ersetzt.



Die Lebensdauer von Kleidung ist meist begrenzt. Modetrends ändern sich laufend.



Wussten Sie, dass Netflix bei seiner Gründung 1997 eine DVD-Vermietung per Post anbot? Die Streamingplattform wurde erst zehn Jahre später angeboten und verdrängte den DVD-Versand vollständig.