





















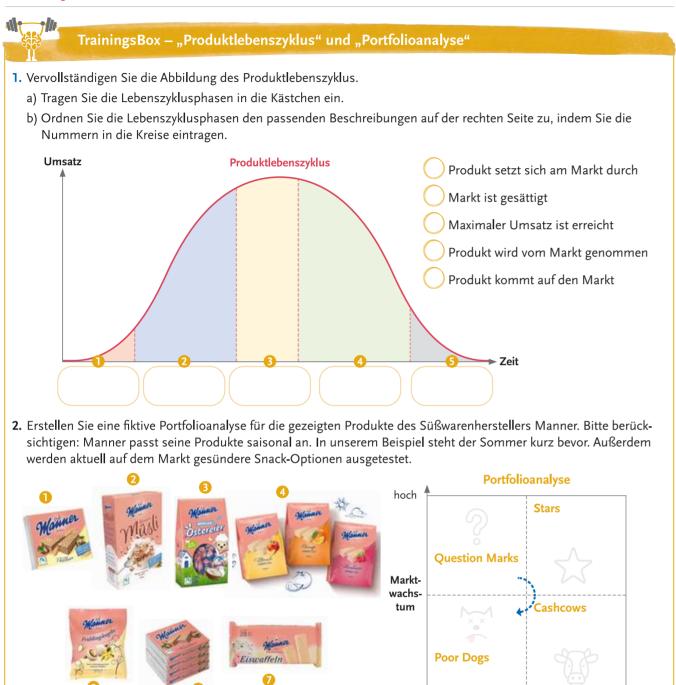






Instrumente des Marketings

IV Marketing



1.3 Instrumente der Produktpolitik

niedrig

Aufbauend auf den Erkenntnissen der Produktanalysen kommen die Instrumente der Produktpolitik zum Einsatz.

Relativer Marktanteil



DAS SOLLTEN SIE SPEICHERN

Im Mittelpunkt der Produktpolitik steht das Bemühen, das Produktprogramm am Kundennutzen und den Kundenbedürfnissen auszurichten.

Produktinnovation

Ein neues Produkt wird entwickelt:

- Dies kann entweder eine **echte Innovation**, d. h. etwas völlig Neuartiges, sein.
- Es kann aber auch ein vorhandenes Konkurrenzprodukt in ähnlicher Form dem eigenen Sortiment hinzugefügt werden.

Das neue Produkt kommt in die Einführungsphase.

Beispiel

Das Unternehmen OpenAI hat den auf künstlicher Intelligenz (KI) basierenden Chatbot ChatGPT auf den Markt gebracht.

Produktdifferenzierung

Zu einem bestehenden Produkt werden weitere Produkte mit ähnlichen Merkmalen entwickelt. So sollen neue Zielgruppen erreicht werden. Dieser Schritt findet in der Wachstums- oder Reifephase statt.

Beispiel

Das Brettspiel Activity gibt es u. a. in den Editionen Family, Junior und Party, um unterschiedliche Zielgruppen zu erreichen.

Produktvariation (Relaunch)

Eigenschaften von bestehenden Produkten (z. B. Inhaltsstoffe, Größe, Form) werden verändert. Damit wird auf neue Kundenwünsche, technologische Änderungen oder Konkurrenzangebote reagiert. Dieser Schritt findet in der Reife- oder Sättigungsphase statt.

Beispiel

Coca-Cola passt immer wieder die Rezeptur seines Getränks an, sodass sich der Geschmack leicht verändert.

Produkteliminierung

Ein Unternehmen eliminiert Produkte, die am Markt kaum mehr nachgefragt werden und keinen Umsatz bringen. Dies trifft auf Produkte in der Rückgangsphase zu.

Beispiel

Ein Verlag nimmt gedruckte Lexika aus dem Programm, weil sich die Menschen heute lieber online

Zusätzlich spricht man noch von Diversifikation, wenn neue Produktgruppen (Produktlinien) in das Sortiment aufgenommen werden, die bisher nicht Teil des Produktprogramms waren.

Beispiel: Diversifikation im Sporthandel

Ein Sporthändler, der bisher Fahrradausrüstung angeboten hat, bietet nun auch Wanderausrüstung und Skiausrüstung an. Er hat sein ursprüngliches Produktprogramm diversifiziert.









160

161