

# Produktpolitik

Die Produktpolitik ist ein wichtiges Element des Marketings. Sie entscheidet über die wichtigen Eigenschaften und Umstände eines Produktes.

## 1. Strategien:

### 1.1. Leistungspolitik

Die Leistungspolitik umfasst die Gesamten Leistungen eines Produktes, und ist damit eigentlich nur ein Synonym für Produktpolitik.

### 1.2. Servicepolitik

Die Servicepolitik beinhaltet alle Leistungen die sich um den Service eines Produktes drehen. Zum Beispiel Gewährleistung, Inspektionen und Beratung beim Kauf.

	Vor dem Kauf	Nach dem Kauf
technisch	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ Technische Beratung</li><li>▶ Lieferung zur Probe</li><li>▶ Problemlösungsvorschläge</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ Montage</li><li>▶ Ersatzteilversorgung</li><li>▶ Reparatur</li><li>▶ Wartung</li><li>▶ Entsorgung</li></ul>
kaufmännisch	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ Parkplatz</li><li>▶ Beratung und Information</li><li>▶ Bestellservice</li><li>▶ Finanzierungsangebote</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ Verpackung</li><li>▶ Umtauschrecht</li><li>▶ Kundens Schulung</li></ul>

### 1.3. Produktvariation

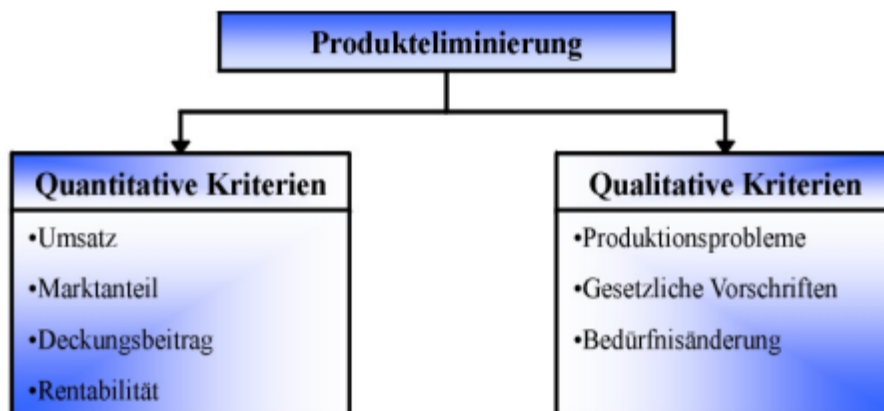
Die Variation von Produkten bezeichnet sowohl das technische als auch das ästhetische Ändern von Produkteigenschaften. Meistens finden solche Änderungen im Lauf der Zeit aufgrund von veränderten Erwartungen der Kunden statt. Zu erkennen sind diese Änderungen sehr stark in der Automobilbranche, da dort regelmäßig Kurven oder Kanten in der Beliebtheit steigen.

### 1.4. Produktinnovation

Das Entwickeln eines Vermarktungsfähiges Produktes/Angebotes, welches am Markt relativ neu ist, also um dem technischen Fortschritt gerecht zu werden, aber auch um den Bedarf der Nachfrager zu decken.

### 1.5. Produktelimitierung

Das Herausnehmen von Produkten aus dem Produktionsprogramm, damit das Sortiment nicht immer umfangreicher wird.



### 1.6. Differenzierung

Ein bereits existierendes Produkt wird auch in einer neuen Form angeboten, um weiteren Wünsche von Kunden zu entsprechen. Beispielsweise ein Auto in einer neuen Farbe.

### 1.7. Diversifikation

Ein neues Produkt wird auf dem Markt eingeführt.

Eine Diversifikation kann durch drei Formen entstehen:

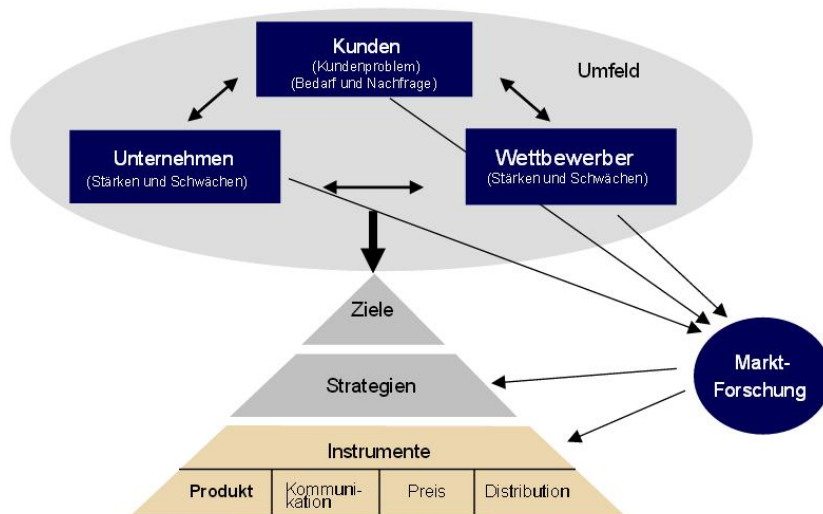
- Das Unternehmen entwickelt das Produkt selbst (Intern)
- Ein anderes Unternehmen wird samt den gewünschten Produkten hinzugekauft (Übernahme)
- Mit anderen Unternehmen gemeinsam werden neue Produkte entwickelt (Kooperation)

### 1.8 Distributionspolitik

Beinhaltet alle Entscheidungen und Vertriebsaktivitäten, die ein Produkt auf dem Weg zum Kunden oder Anwender durchlaufen muss.

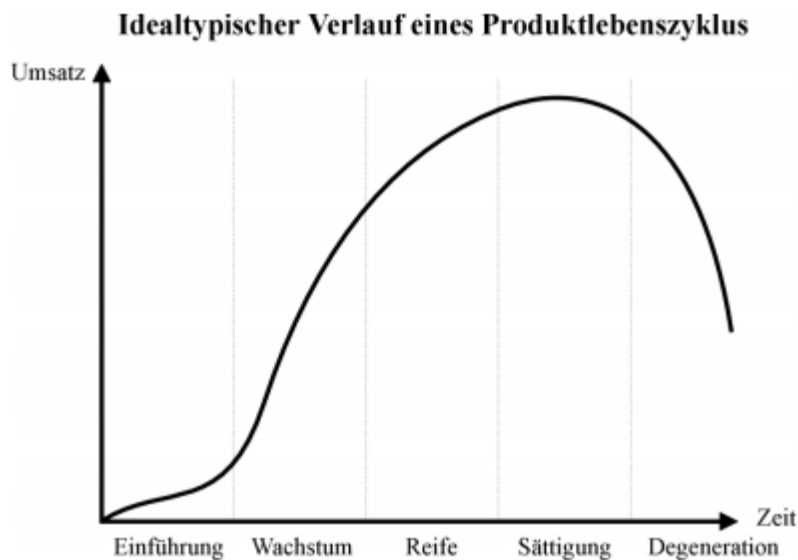
## 2. Ziele:

- Verbesserung der Wettbewerbsposition
- Erreichen der Marketingziele (z.B. Umsatzsteigerung, Erhöhung des Marktanteils etc.)
- Sicherstellung von Markt- / Preis- oder Qualitätsführerschaft des Unternehmens
- Erschließung neuer Kundensegmente
- Risikostreuung durch breiteres Sortiment



### 3. Produktlebenszyklus:

Der Produktlebenszyklus ist ein Konzept, was dazu dient den Lebenszyklus eines Produktes in den verschiedenen Phasen seiner Entwicklung darzustellen.



### 4. Quellen:

- <http://www.economics.phil.uni-erlangen.de/lehre/bwl-archiv/lehrbuch/kap2/prodpol/prodpol.PDF>
- <http://www.strategische-unternehmensplanung.alojado.de/der-produktlebenszyklus.html>
- [http://www.marketing.tu-berlin.de/fileadmin/fg44/download\\_gs/ss2011/20101118\\_ABWL\\_03 - Produktpolitik Vorlesung und UEbung final\\_public.pdf](http://www.marketing.tu-berlin.de/fileadmin/fg44/download_gs/ss2011/20101118_ABWL_03_-_Produktpolitik_Vorlesung_und_UEbung_final_public.pdf)
- [http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/marketingpolitische-instrumente.html?referenceKey\\_wordName=Leistungspolitik](http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/marketingpolitische-instrumente.html?referenceKey_wordName=Leistungspolitik)
- <http://make-it.fh-augsburg.de/lehre/marketing/Inst2>
- [http://www.marketing.tu-berlin.de/fileadmin/fg44/download\\_gs/ss2011/20101118\\_ABWL\\_03 - Produktpolitik Vorlesung und UEbung final\\_public.pdf](http://www.marketing.tu-berlin.de/fileadmin/fg44/download_gs/ss2011/20101118_ABWL_03_-_Produktpolitik_Vorlesung_und_UEbung_final_public.pdf)
- <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/marketingpolitische-instrumente.html?referenceKey>

→ [wordName=Leistungspolitik  
http://de.wikipedia.org/wiki/Produktpolitik](http://de.wikipedia.org/wiki/Produktpolitik)