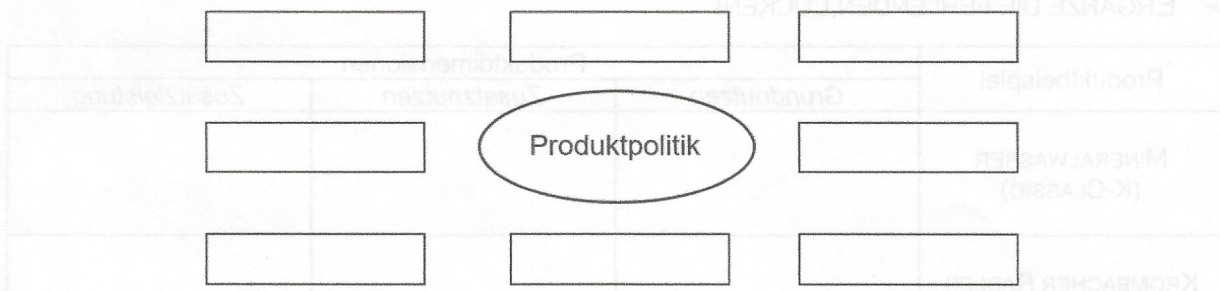


## EINFÜHRUNG



### ➤ Definition:

## BEREICHE DER PRODUKTPOLITIK

### ➤ ORDNE DEN RICHTIGEN BEREICH ZU! BEACHTE DIE LEGENDE UNTER DER TABELLE!

Bereich	Inhalt
	Durch Verwendung von Markenzeichen wird eine eindeutige Abhebung von der Konkurrenz versucht.
	Behandelt die Festlegung von u. a. Eigenschaften, Qualität, Geschmack, Farbe und Formen von Produkten.
	Die äußere Gestaltung des Produkts spielt eine wichtige Rolle.
	Es kommt auf den richtigen Zeitpunkt an, veraltete Produkte aus dem Markt zu nehmen bzw. neue Produkte einzuführen.

Bereich	Beispiel
	„Wir verwenden hochwertige Inhaltsstoffe, die sich aufgrund des ökologischen Anbaus deutlich von der Konkurrenz abheben.“
	„Nur für kurze Zeit mit personalisiertem Geschenkekarton!“
	<b>REWE</b>
	„Nach 5 Jahren müssen wir das Produkt vom Markt nehmen!“
	„Hip, modern, kräftige Farben, erfrischend.“
	<b>ZEISS</b>
	„Haltbar bis 21.09.2018!“
	„Neu – ab 1.7.2018 im Handel erhältlich!“

Bereiche: 1 = Produktgestaltung; 2 = Produktlebenszyklus; 3 = Markenpolitik; 4 = Verpackungspolitik

## PRODUKTGESTALTUNG



Grundnutzen =  
(Produktkern)

Zusatznutzen =  
(Produkt-Design)

Zusatzleistung =  
(Produkt Service)



## PRODUKTDIMENSIONEN

➤ ERGÄNZE DIE FEHLENDEN LÜCKEN!

Produktbeispiel	Produktdimensionen		
	Grundnutzen	Zusatznutzen	Zusatzleistung
MINERALWASSER (K-CLASSIC)			
KROMBACHER RADLER			
	Transportfunktion	edles Aussehen (Prestige, Statussymbol)	kostenlose ADAC- Mitgliedschaft für die ersten 24 Monate
	Körperliche Fitness	Austausch mit anderen Sportlern	Ernährungsberatung

### BEISPIEL:

Kernnutzen: Cola  
löscht den Durst und  
schmeckt gut!

Produkt Design von  
Carl Lagerfeld auf  
weitberühmter Cola  
Flasche

Produkt Service  
Leistung: Hotline auf  
der Etikette