

Arbeitsauftrag: Produktpolitik

Gruppe 1: Produktpolitik

Arbeitsauftrag:

Gruppenarbeit

1. Lesen Sie den nachfolgenden Informationstext gründlich und markieren Sie sich wichtige Merkmale der Produktpolitik.
 2. Nachdem Sie den Text gelesen haben, füllen Sie bitte **in übersichtlichen Stichpunkten** das beiliegende Plakat aus.
 3. Entwickeln Sie **im Rahmen der Produktpolitik** konkrete Vorschläge, um dem Absatzrückgang des „orangephone“ entgegen zu wirken und tragen Sie diese ebenfalls auf Ihrem Plakat ein. Verwenden Sie dabei auch die entsprechenden Fachbegriffe des Informationstextes.
- Stellen Sie sich darauf ein, Ihre Ergebnisse im Anschluss Ihren Mitschülern zu präsentieren. **Wer präsentiert, wird kurz vorher ausgelost!**
 - Berücksichtigen Sie bei Ihrer Präsentation: Eventuell auftretende Fachbegriffe sind Ihren Mitschülern noch unklar.

Zeit:30 Minuten

Informationsblatt: Produktpolitik



Die Produktpolitik gehört zum sogenannten Marketing-Mix, den ein Unternehmen zur Erreichung seiner Marketingziele einsetzt.

Unter **Produktpolitik** versteht man alle Entscheidungen eines Unternehmens, die im Zusammenhang mit dem Produkt stehen.

Vor der Markteinführung eines Produktes steht die Produktentwicklung. Sie umfasst alle Maßnahmen zur Festlegung von Produkteigenschaften, wie beispielsweise die Festlegung des Namens, der Verpackung und der Qualität.

Befindet sich ein Produkt auf dem Markt, kann es vorkommen, dass es den Anforderungen der Konsumenten nach einiger Zeit nicht mehr gerecht wird. Jedes Produkt unterliegt einem Produktlebenszyklus, welcher die Zeitdauer zwischen der Einführung eines Produktes und der Herausnahme aus dem Markt umfasst.

Es muss diesbezüglich vom Unternehmen entschieden werden, ob eine Produktinnovation, Produktvariation oder eine Produktelimination vorgenommen werden soll.

Produktinnovation:

Der Begriff der Innovation bedeutet, etwas Neues zu schaffen. Demzufolge kann eine Produktinnovation als ein komplett neu geschaffenes Produkt verstanden werden.

Produktvariation:

Bereits auf dem Markt befindliche Produkte werden in ihren Produktmerkmalen und -eigenschaften verändert (also variiert) und so den Bedürfnissen der Konsumenten angepasst (z.B. ein Laptop bekommt leistungsstärkere Akkus).

Produktelimination:

Bereits auf dem Markt befindliche Produkte werden vom Markt eliminiert, d.h. vom Markt entfernt.