

I) Überprüfung des Produktionsprogramms

Modellen der Boston-Consulting-Group (BCG)

→ Aussagen zu Marktstrategien

a) Produktlebenszyklusmodell

- ex post Feststellung (Vergangenheitsbezug)
- nur theoretischer, „normaler“ Lebenszyklus eines Produktes
- keine Aussage zu Phasenlängen möglich
- keine Aussagen zu Konkurrenzprodukten (Schwächen/Stärken ???)

b) Portfolioanalyse

- IST Analyse (Gegenwartsbezug)
- Positionierungsmodell zur optischen Veranschaulichung der Ist Situation (Innovationsnotwendigkeiten)
- keine Aussagen zu Konkurrenzprodukten

II) Produktbezogene Maßnahmen

Produktbezogene Maßnahmen

Produktinnovationen → Einführung neuer, bedarfsgerechter, innov. Produkte vgl. DVBT Technik (Dig. Vid. Broadcasting – terrestrisch)

Produktvariation → Produktvarianten (Verbesserung eines Produkts mit der **Zeit**)
Veränderung der physikalischen und ästhetischen Eigensch.
→ vgl. Veränderung des Golfes I-VI; Windows 3.11-XP; etc.

Marktbezogene Maßnahmen

Produktdifferenzierung → Segmentierung (Unterteilung) eines Marktes
Ziel: Unterschiedliche Kaufkraft abschöpfen
Bsp.: Mercedes SLK mit 4,6 und 8 Zylinder Motor
Wagen mit und ohne Navigationssystem
(→ Was liegt vor wenn zuk. alle Fahrzeuge ein Navi haben?)
= dann ist es eine Produktvariation!

Produktdiversifikation → Aktivitäten auf neuen Märkten durch zusätzliche Produkte
Ziel: Risiko Streuung

- Arten:**
- horizontale:** Aufnahme artverwandter Produkte in das Absatzprogramm (Zahnbürsten + Zahnpasta)
 - vertikale:** Aufnahme von vor- und nachgelagerten Produkten in das Programm (Bsp.: Henkel stellt Rohstoffe für Waschmittel selber her)
 - laterale:** Ganz neue Märkte werden betreten (Backwaren & Zeitungen)

Produktselektion (-elimination):

Produkte werden aus wirtschaftliche, rechtlichen oder technischen Gründen aus dem Programm gestrichen.