

Produktpolitik

Produktpolitik

Die Produktpolitik ist eines der Instrumente des Marketing-Mix. Hier werden Entscheidungen gefällt, die das Produktangebot eines Unternehmens in Gegenwart und Zukunft beeinflussen. Dazu gehören Markteinführung, Produktpflege, Modifizierung oder Eliminierung.

Zu den Schwerpunkten der Produktpolitik gehören Produktaufbau, Produktinnovation, Produktverbesserung und Produktdifferenzierung, sowie Markenpolitik und die Entscheidung über Serviceleistungen, Verpackungen und Sortiment. Zu den Zielsetzungen gehören der Aufbau einer Marke, Produktverpackungen, Verpackungsgröße und -layout. Die Produktpolitik überprüft, ob das Produkt oder die Dienstleistung des Unternehmens den nachgefragten Bedürfnissen der Kunden gerecht wird und wie das Produkt gegebenenfalls angepasst werden muss.

Sie entscheiden als Unternehmen, welche Produkte bzw. Dienstleistungen Sie dem Markt präsentieren:

- Wie gestaltet sich Ihre Produktpalette?
- Welche Produktinnovationen sind geplant?
- Welche Variationen?
- Welche Produkte werden vom Markt genommen?
- Welche Strategien verfolgen Sie?
- Wie gestalten Sie das Produkt?
- Wie wird die Verpackung aussehen?
- Welche Eigenschaften muss ein Produkt haben, um relevante Kundenbedürfnisse zu befriedigen?
- Soll ein uniformes Produkt für alle Segmente hergestellt und angeboten werden?
- Inwieweit müssen Produkt oder Dienstleistungen den

Anforderungen einzelner Segmente angepasst werden.

- Entscheidend sind:
 - Stil
 - Qualität
 - Verpackung
 - Größe
 - Markenname
 - Programm- und Sortimentsplanung
 - Service und Dienstleistungen
 - Garantien
 - Produktausstattung

Quellen:

Springer Gabler Verlag (Herausgeber), Gabler Wirtschaftslexikon, Stichwort: marketingpolitische Instrumente, online im Internet: <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/1493/marketingpolitische-instrumente-v7.html> (19.10.2017)

Springer Gabler Verlag (Herausgeber), Gabler Wirtschaftslexikon, Stichwort: Produktpolitik, online im Internet: <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/57697/produktpolitik-v7.html> (23.10.2017)

<https://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/standortpolitik.html> (23.10.2017)

Wikipedia-Artikel über Marketinginstrumente (Letzter Aufruf: 23.10.2017)

www.fuer-gruender.de (Letzter Aufruf: 23.10.2017)

Onpulson (Letzter Aufruf: 23.10.2017)

Selbststaendigkeit.de (Letzter Aufruf: 23.10.2017)

Wirtschaftslexikon 24 (Letzter Aufruf: 23.10.2017)

Ledvinka, Martin: Erfolgsfaktor im Dienstleistungsmarketing, https://www.business-on.de/nds-ost/dienstleistungsmarketing-personalpolitik-erfolgsfaktor-unternehmen-marketing-mix-_id1555.html (Letzter Aufruf: 13.10.2017)