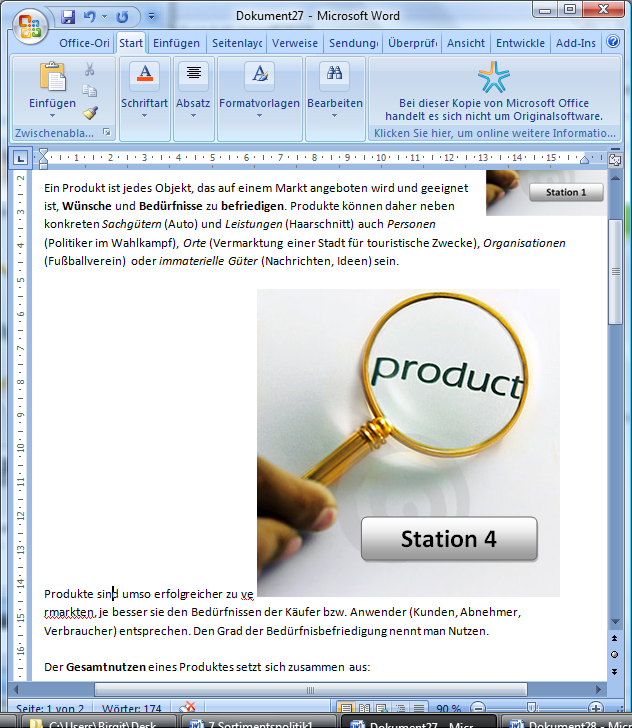
**Arten der Sortimentspolitik**

Ein \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (Produktprogramm, Produktpalette) ist die Gesamtheit der verschiedenen von einer Unternehmung angebotenen Sachgüter und Dienstleistungen.

Wesentliche **Kennzeichen** eines Sortiments sind:

* die **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**: Zahl der verschiedenen Produktgruppen

***Beispiel***:

C&A im Sillpark verkauft Herren, Damen und Kinderbekleidung (= \_\_\_\_\_\_\_\_ Sortiment) während Pimkie nur Damenbekleidung verkauft (= \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Sortiment)

* die **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**: Zahl der unterschiedlichen Artikel innerhalb der einzelnen Produktgruppen

***Beispiel***:

Peek & Cloppenburg im Kaufhaus Tyrol verkaufen Hemden, Anzüge, Hosen in verschiedenen Größen, Farben und Materialien in der Warengruppe „Herrnbekleidung“ (=\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Sortiment)

während H&M nur Anzüge in gängigen Größen und Farben verkauft (=\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Sortiment)

Die Sortimentspolitik umfasst alle planmäßig aufeinander abgestimmten unternehmerischen Entscheidungen und Maßnahmen zur Gestaltung der Sortimentsbreite und Sortimentstiefe.

Methoden der Sortimentspolitik

1. **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**: bedeutet eine Beschränkung des Sortiments.

Beispiele:

* Ein Bauunternehmer spezialisiert sich auf private Reihenhäuser und bietet sie in drei Ausbauvarianten an.
* Ein Fahrradhändler führt nur Rennräder eines Herstellers, hat aber davon 20 verschiedene Modelle in seinem Sortiment

Durch die \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (=weniger Produktgruppen werden angeboten) wächst bei der Spezialisierung jedoch die Gefahr von Umsatzeinbußen und damit das wirtschaftliche Risiko. Durch eine gleichzeitige \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (=mehr verschiedene Modelle pro Produktgruppe), kann man sich gegen dieses Risiko absichern.

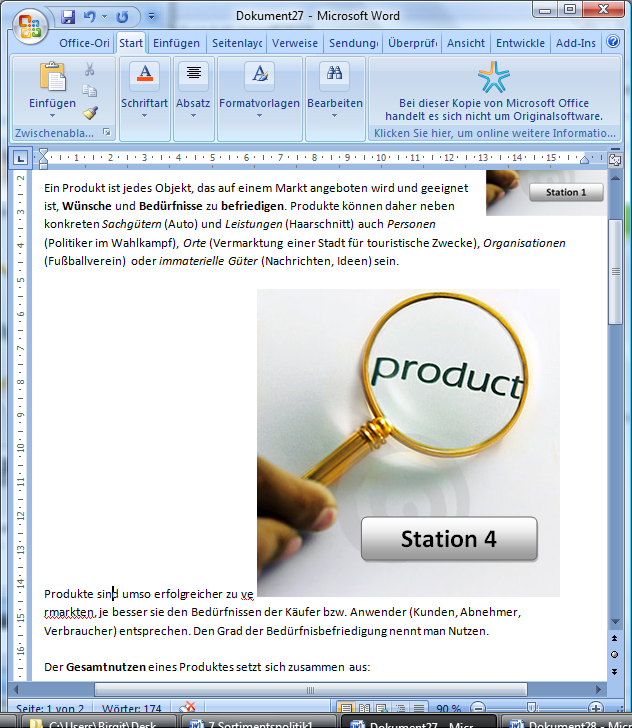
1. **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**: bedeutet eine Erweiterung oder Verbreiterung des Sortiments

Beispiele:

* Ein Hersteller elektrischer Bohrmaschinen verbreitet seine Produktpalette um Kreissägen. Damit will er nicht nur seine bisherige Zielgruppe Heimwerker verstärkt ansprechen, sondern auch neue Käufer aus dem Tischlereigewerbe finden.
* Ein Büromaschinenhändler bietet nicht nur Computerschreibsysteme, sondern auch Personal Computer, Computerschulungen und Programmierdienste an.

Zu verwendende Begriffe:

*breites, Diversifikation, enges, flaches, Sortiment, Sortimentsbreite, Sortimentstiefe, Sortimentsverengung, Spezialisierung, tiefes, Variation, Vertiefung des Sortiments*

**Aufgaben: Arten der Sortimentspolitik**

1. **Gruppenarbeit: Füllt obenstehenden Lückentext aus. Falls ihr nicht weiter wisst, sucht im Buch nach einer Lösung.**
2. **Gruppenarbeit: Versucht Beispiele zu finden für:**
   1. **Shops mit einem breiten und flachen Sortiment** (= viele verschiedene Artikelgruppen, aber pro Artikelgruppe nicht viele verschiedene Modelle)
   2. **Shops mit einem engen und tiefen Sortiment** (= nicht viele verschiedene Artikelgruppen, aber dafür sehr viel verschiedene Modelle in den vorhandenen wenigen Artikelgruppen)