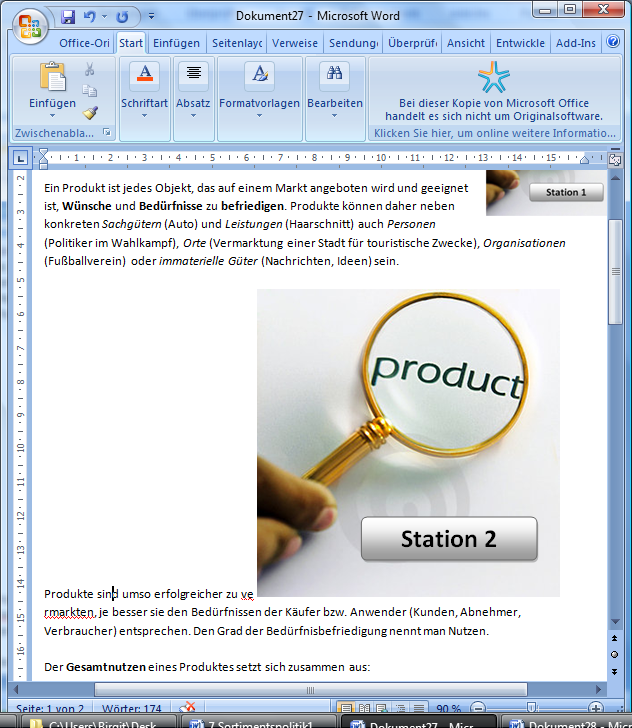
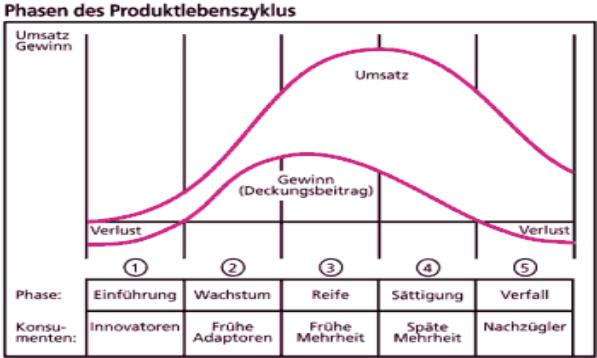
**Input: Produktlebenszyklus**

Ausgangspunkt der Betrachtungen der Produktpolitik ist der Produktlebenszyklus. Er stellt den Lebensweg eines Produktes gemessen an Umsatz oder Gewinn zwischen der Einführung und dem Ausscheiden am Markt dar.

Typischerweise teilt man ihn in fünf Phasen ein.



1. **Einführungsphase**

Das Produkt ist kaum bekannt und wird nur zögernd von einigen Verbrauchern gekauft. Um das Produkt auf dem Markt zu verankern, ist eine umfangreiche Werbung und Verkaufsförderung nötig. Aufgrund des nur langsam steigenden Umsatzes und der hohen Kosten erzielt man in dieser Phase kaum Gewinne.

1. **Wachstumsphase**

In der Wachstumsphase wird das Produkt nun verstärkt nachgefragt. Imitatorenkäufe

und erste Ersatzkäufe sorgen für wachsenden Absatz. Ein hohes Umsatzwachstum und das Erreichen der Gewinnschwelle (Break-Even-Point) kennzeichnen diese Phase.

1. **Reifephase**

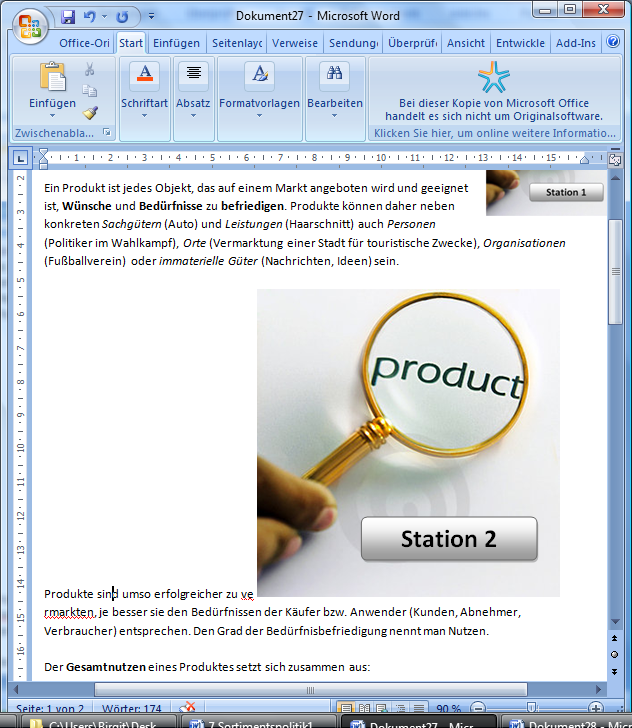
Das Produkt ist zur Selbstverständlichkeit geworden und wird stark nachgefragt. Allerdings bietet mittlerweile auch die Konkurrenz ähnliche Produkte an. Preissenkungen sind die Folge.

1. **Sättigungsphase**

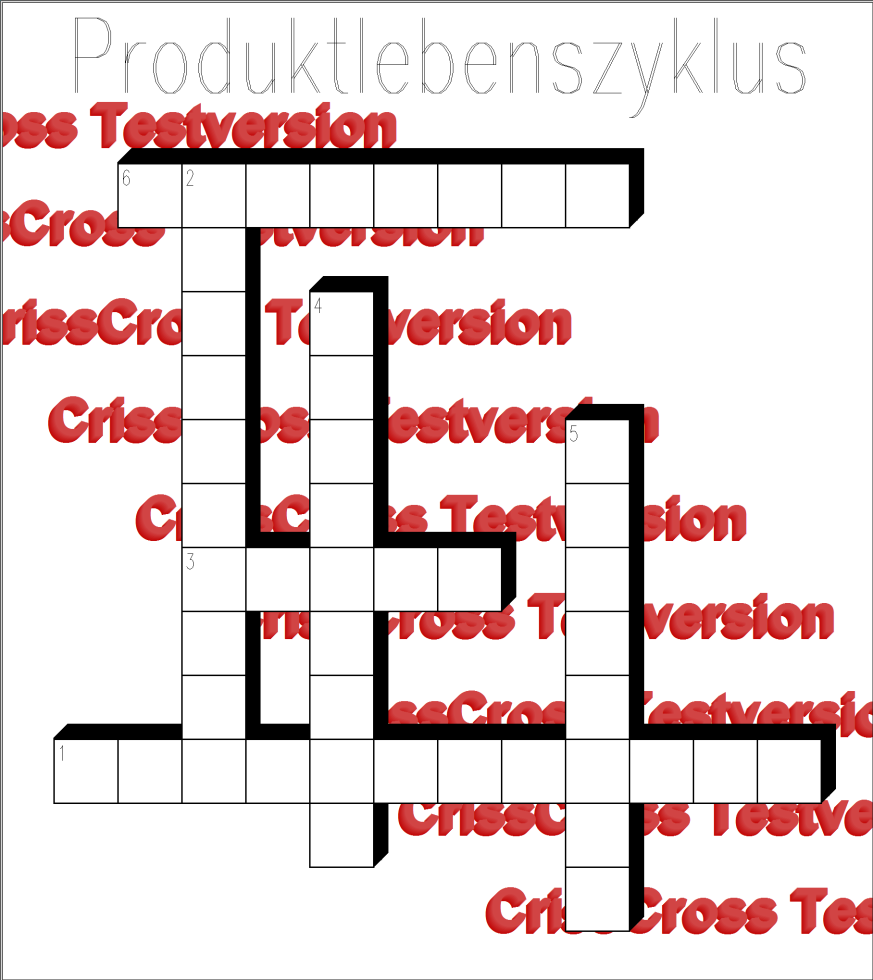
In der Sättigungsphase stagnieren die Umsätze. Das absolute Umsatzmaximum ist erreicht. Ein verstärkter Preiswettbewerb führt zu sinkenden Gewinnen. Die Unternehmen versuchen deshalb, durch Produktdifferenzierungen oder einen besonderen Service sich von der Konkurrenz abzuheben.

1. **Degenerationsphase**

Der Umsatz des Produktes geht stark zurück. Ein Grund für den Absatzrückgang kann z.B. sein, dass mittlerweile bessere und/oder billigere Produkte, die das gleiche Bedürfnis befriedigen, auf den Markt gekommen sind. Das Unternehmen muss sich nun entscheiden, ob es das Produkt vom Markt nimmt oder es überarbeitet. Durch eine erneute Überarbeitung (z.B. Änderung des Designs) der Produktes kann der Lebenszyklus verlängert werden, man nennt das **Relaunch** (=“Neustart“ des modifizierten Produktes). Mit Hilfe eines Relaunch kann man das ursprüngliche Umsatzmaximum wieder erreichen.

**Aufgaben: Produktlebenszyklus**

1. **Gruppenarbeit: Findet 5 Beispiele für Produkte, die ihr früher einmal gekauft habt, die ihr jetzt aber nicht mehr verwendet bzw. nicht nochmals in genau dieser Form kaufen würdet.**
2. **Einzelarbeit: Lies dir das Input-Merkblatt Input zum Thema „Produktlebenszyklus“ genau durch und löse folgendes Kreuzworträtsel:**

****

1. Der Umsatz sinkt. Es kann ein Relaunch versucht oder das Produkt vom Markt genommen werden.

2. Der Umsatz steigt langsam an.

3. Der relativ höchste Absatz im Leben eines Produktes wird erzielt.

4. Der Absatz des Produktes bleibt gleich oder sinkt leicht, weil die Nachfrage gesättigt ist.

5. Die Umsätze erreichen erstmals eine solche Höhe, dass ein Gewinn erwirtschaftet wird.

6. Versucht man den Lebenszyklus eines Produktes durch Variationen zu verlängern, nennt man das \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

1. **Gruppenarbeit: Nehmt zwei der unter 1. gefundenen Beispiele, und überlegt, wie der Produzent das Produkt so verändern könnte, das ihr das Produkt wieder kaufen würdet.**