



# M&P Übung - Produktpolitik

**Tom Windheim**

[t.windheim@campus.tu-berlin.de](mailto:t.windheim@campus.tu-berlin.de)

# Produktlebenszyklus

## Aufgabe 1: Produktlebenszyklus

### Aufgabenstellung:

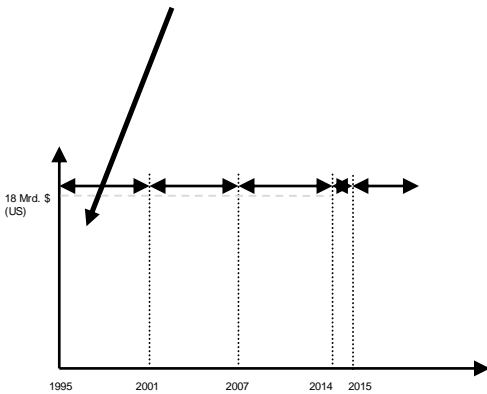
Der Produktlebenszyklus beschreibt, wie sich die Nachfrage nach einem konkreten Produkt am Markt, und damit auch sein Umsatz, über die Zeit verändert. Das Lebenszyklusmodell kann ebenso auf Produktlinien/Modellreihen, Marken oder Hersteller angewendet werden. Der Produktlebenszyklus kann z.B. je nachdem welches Produkt betrachtet wird, sehr unterschiedlich verlaufen.

- a) **eBay:** Wie könnte der Verlauf des Produktlebenszyklus für die Plattform eBay in den verschiedenen Phasen aussehen? Welche sinnvollen strategischen Entscheidungen könnte eBay in den verschiedenen Phasen getroffen haben?
- b) **Apple:** Wie könnte der Verlauf des Produktlebenszyklus für das iPhone X in den verschiedenen Phasen aussehen? Welche sinnvollen produktpolitischen Entscheidungen könnte Apple in den einzelnen Phasen getroffen haben und welche Maßnahmen könnten sich daraus für die Preis-/ Promotions-/ Distributionspolitik ergeben?

# Produktlebenszyklus

## Lösung Aufgabe 1a: eBay Plattform

**Auction Web**



PEZ-Spender



Erster Kunde

Quellen: handelsblatt, heise, ebay, wikipedia, docshare,

# Produktlebenszyklus

## Lösung Aufgabe 1a: eBay Plattform

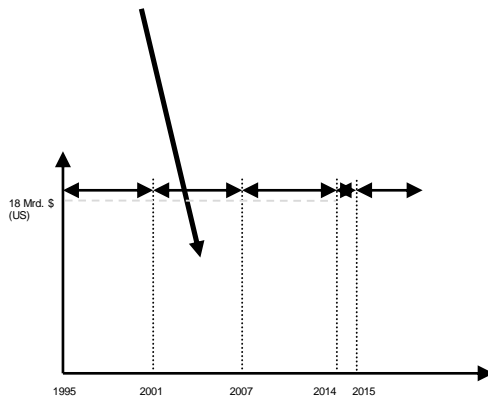


### Detailed seller ratings (last 12 months)

Criteria	Average rating	Number of ratings
Item as described	★★★★★	90190
Communication	★★★★★	97385
Shipping time	★★★★★	95280
Shipping and handling charges	★★★★★	98037

ebay MONEY BACK GUARANTEE

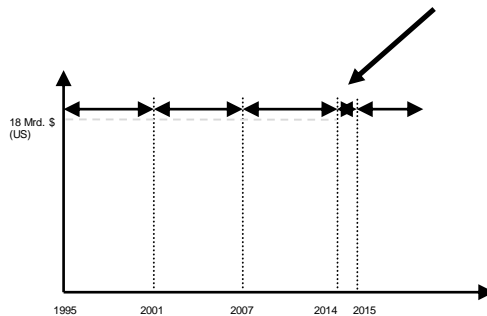
Get the item you ordered or get your money back. Learn what's included



Quellen: handelsblatt, heise, ebay, wikipedia, docshare,

# Produktlebenszyklus

## Lösung Aufgabe 1a: eBay Plattform



Quellen: handelsblatt, heise, ebay, wikipedia, docshare,

# Produktlebenszyklus

## Aufgabe 1: Produktlebenszyklus

### Aufgabenstellung:

Der Produktlebenszyklus beschreibt, wie sich die Nachfrage nach einem konkreten Produkt am Markt, und damit auch sein Umsatz, über die Zeit verändert. Das Lebenszyklusmodell kann ebenso auf Produktlinien/Modellreihen, Marken oder Hersteller angewendet werden. Der Produktlebenszyklus kann z.B. je nachdem welches Produkt betrachtet wird, sehr unterschiedlich verlaufen.

- a) **eBay:** Wie könnte der Verlauf des Produktlebenszyklus für die Plattform eBay in den verschiedenen Phasen aussehen? Welche sinnvollen strategischen Entscheidungen könnte eBay in den verschiedenen Phasen getroffen haben?
- b) **Apple:** Wie könnte der Verlauf des Produktlebenszyklus für das iPhone X in den verschiedenen Phasen aussehen? Welche sinnvollen produktpolitischen Entscheidungen könnte Apple in den einzelnen Phasen getroffen haben und welche Maßnahmen könnten sich daraus für die Preis-/ Promotions-/ Distributionspolitik ergeben?

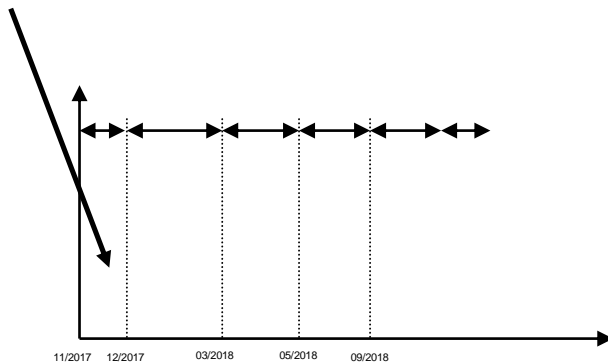
# Produktlebenszyklus

## Lösung Aufgabe 1b: Apple iPhone

Wee (2017)

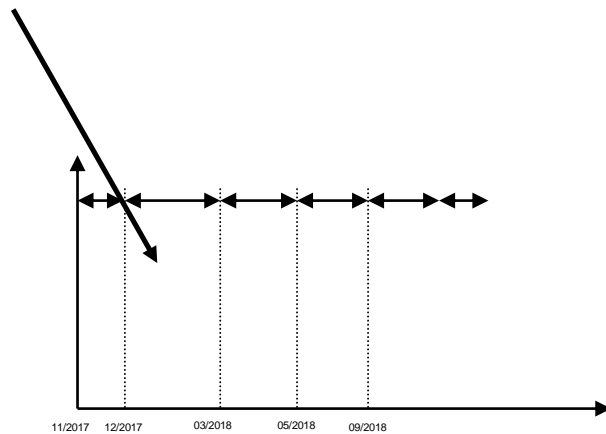
# Produktlebenszyklus

## Lösung Aufgabe 1b: Apple iPhone X



# Produktlebenszyklus

## Lösung Aufgabe 1b: Apple iPhone X



XR



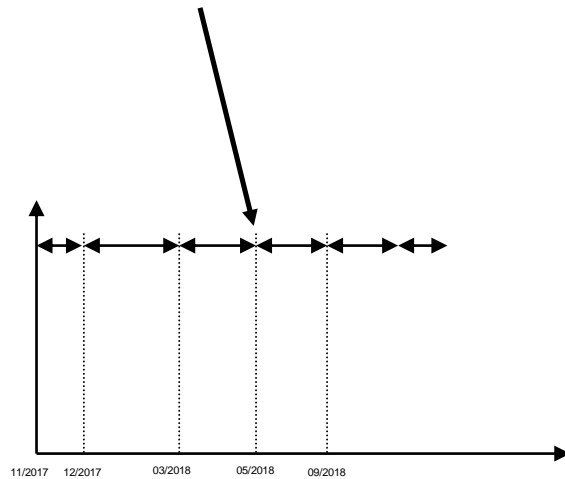
XS



XS Max

# Produktlebenszyklus

## Lösung Aufgabe 1b: Apple iPhone X



X



XR



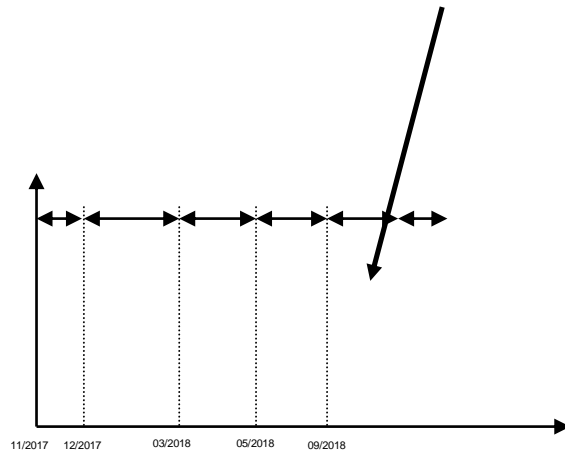
XS Max



XS

# Produktlebenszyklus

## Lösung Aufgabe 1b: Apple iPhone X



iPhone 11

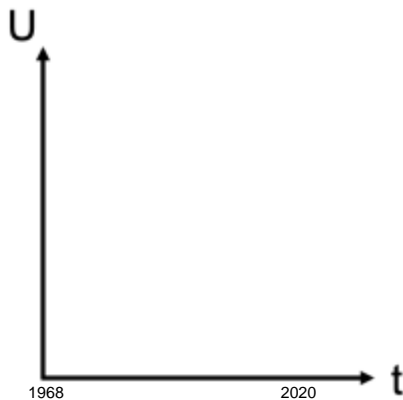
# Produktlebenszyklus

## Aufgabe 2: Verschiedene Lebenszyklen

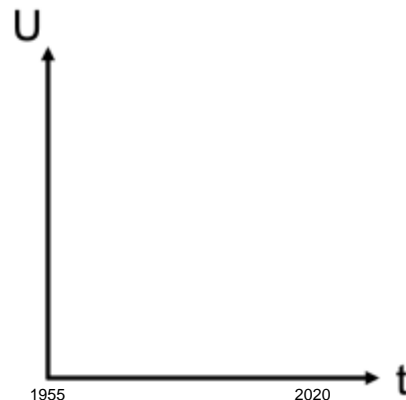
### Aufgabenstellung:

Diskutieren Sie kritisch den Aussagewert der Lebenszyklen anhand der gegebenen vier Beispielen:

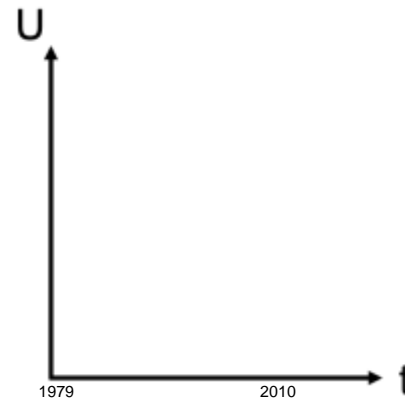
I Kinderschokolade



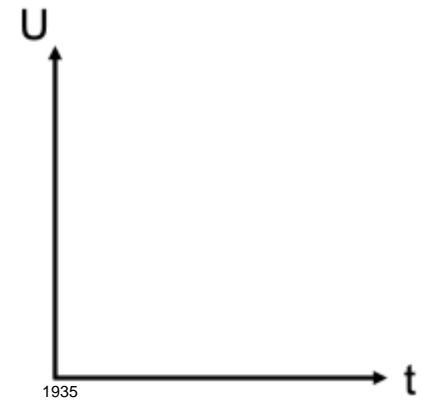
II Marlboro  
(Zigarettenmarke)



III Walkman

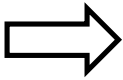


IV Nylon (Kunststofffaser)



# Produktlebenszyklus

## Lösung Aufgabe 2: Verschiedene Lebenszyklen



# Produktentscheidungen

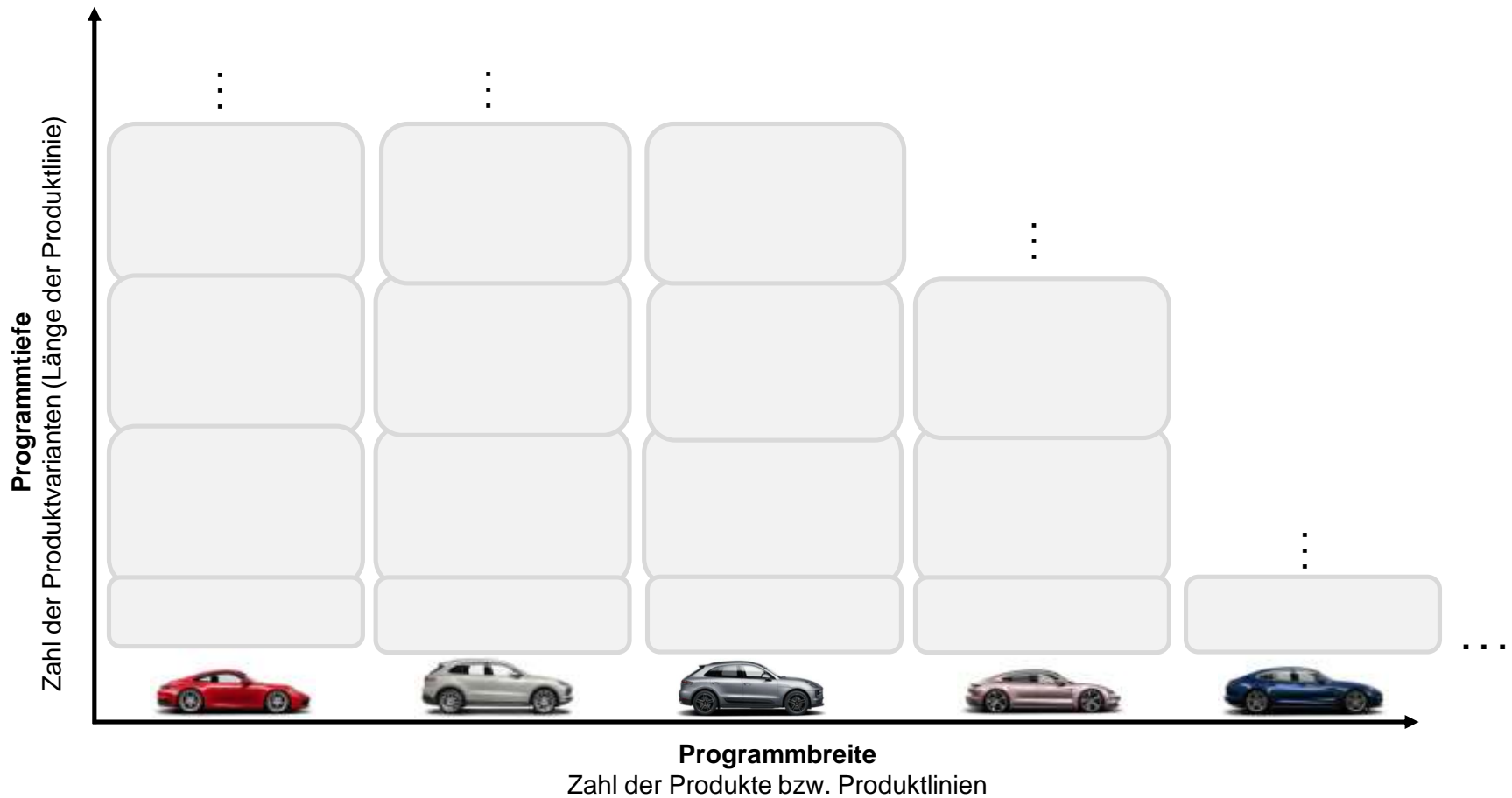
## Aufgabe 3: Produktprogramm am Beispiel Porsche

### Aufgabenstellung:

Bitte überlegen Sie, wie das aktuelle Produktprogramm von Porsche aussieht.

# Produktentscheidungen

## Lösung Aufgabe 3: Produktprogramm am Beispiel Porsche



[www.porsche.com](http://www.porsche.com)

# Produktentscheidungen

## Aufgabe 4: Produktentscheidungen

### Aufgabenstellung:

Nennen Sie für Porsche Beispiele für Produktvariation, Innovation (Differenzierung, Diversifikation), Eliminierung.

# Produktentscheidungen

## Lösung Aufgabe 4: Produktentscheidungen

<https://www.autobild.de/marken-modelle/porsche/>

# Diversifikation bei Porsche

# Produktkonzeption

## Aufgabe 5: Conjoint-Analyse

### Aufgabenstellung:

Porsche hat für die Entwicklung des Macan eine Conjoint-Analyse eingesetzt. Dafür wurden ausgewählte Vertreter der Zielkunden zunächst gebeten anzugeben, welche der realistischen Eigenschaftsbündel sie präferieren würden. Bitte berechnen Sie basierend auf deren Angaben die Teilnutzenwerte (partial utility) und anschließend die Nutzenspannweite (span of utility) der Nutzenmerkmale Größe des Kofferraums, des Tanks, sowie Preis.

Kofferraumgröße:	klein, mittel, groß
Tankgröße:	30-40 Liter, 40-50 Liter, 50-60 Liter
Preis:	50.000 €, 60.000 €, 70.000€



<https://www.porsche.com/germany/models/macan/macan-models/>

# Produktkonzeption

## Aufgabe 5: Conjoint-Analyse

Neun Angebote, bewertet von 1 (sehr schlecht) bis 9 (sehr gut)

Kofferraumgröße	Tankgröße	Preis	Ranking
Groß	30-40 Liter	70.000 €	__6.__
Mittel	30-40 Liter	60.000 €	__2.__
Klein	40-50 Liter	60.000 €	__5.__
Mittel	50-60 Liter	50.000 €	__9.__
Groß	40-50 Liter	50.000 €	__8.__
Groß	50-60 Liter	60.000 €	__7.__
Klein	50-60 Liter	70.000 €	__1.__
Mittel	40-50 Liter	70.000 €	__3.__
Klein	30-40 Liter	50.000 €	__4.__

# Produktkonzeption

## Lösung Aufgabe 5: Conjoint-Analyse

### Berechnung der Teilnutzenwerte

Kofferraumgröße	Wert 1	Wert 2	Wert 3	Summe/Anzahl der Werte (partial utility)
Groß				
Mittel				
Klein				

Tankgröße	Wert 1	Wert 2	Wert 3	Summe/Anzahl der Werte (partial utility)
30-40Liter				
40-50 Liter				
50-60 Liter				

Preis	Wert 1	Wert 2	Wert 3	Summe/Anzahl der Werte (partial utility)
50.000 €				
60.000 €				
70.000 €				

# Produktkonzeption

## Lösung Aufgabe 5: Conjoint-Analyse

### Berechnung der relativen Wichtigkeit

Kofferraumgröße	Summe/Anzahl der Werte (partial utility)	Tankgröße	Summe/Anzahl der Werte (partial utility)	Preis	Summe/Anzahl der Werte (partial utility)
Groß		30-40 Liter		50.000 €	
Mittel		40-50 Liter		60.000 €	
Klein		50-60 Liter		70.000 €	

	Span of utility (Nutzenspannweite)	Relative importance
Kofferraumgröße		
Tankgröße		
Preis		
Summe		

# Marken

## Aufgabe 6: Funktionen von Marken

### Aufgabenstellung:

Für diese Aufgabe hören Sie sich bitte zunächst den NPR Podcast „Hidden Brain“, und zwar die Folge „Snooki and the Handbag“ an:

<https://www.npr.org/2018/07/09/627403187/snooki-and-the-handbag?t=1606738133220>

Überlegen Sie sich, welche Funktionen bestimmte Marken für Menschen erfüllen und warum es sinnvoll sein kann, bestimmten Influencern Produkte zu schenken und/oder sie dafür zu bezahlen, diese zu nutzen.

Beschreiben Sie, warum manche Marken entscheiden, ähnliches zu tun, jedoch mit der Absicht, dass Personen die Marke nicht (mehr) nutzen.

# Marken

## Lösung Aufgabe 6: Funktionen von Marken

<https://www.npr.org/2018/07/09/627403187/snooki-and-the-handbag?t=1606738133220>

# Marken

## Aufgabe 7: Markenstrategien

Smart ist eine 1994 gegründete Automobilmarke der Daimler-Benz AG. Die Idee stammte vom Gründer der Swatch-Gruppe, welchem insbesondere die Umweltfreundlichkeit der kleinen Autos wichtig war.

### Aufgabenstellung:

Überlegen Sie sich, aus welchen Gründen Mercedes sich dazu entschieden haben könnte, Smart nicht unter der Dachmarke zu führen, sondern eine Einzel-/Familienmarke zu etablieren.

# Marken

## Lösung Aufgabe 7: Markenstrategien



<https://media.daimler.com/marsMediaSite/de/instance/ko/Kurzfassung-smart-feiert-Geburtstag.xhtml?oid=40593232>