

D8 Produktpolitik – Lösungen

1

- a Grundnutzen: objektiv messbare Produkteigenschaften (z.B. Grösse, Material)
Zusatznutzen: subjektive Zuschreibungen von Eigenschaften (z.B. Image, Marke)
- b Individuelle Lösung. Lösungsvorschlag:
Produkt: iPhone
Grundnutzen: Programme, grosse Display, Material, Benutzerfreundlichkeit
Zusatznutzen: modernes Design, Marke Apple, Prestige

2

Individuelle Lösung. Lösungsvorschlag:
Die Sortimentsbreite der Unternehmen Migros und Aldi sind ähnlich. Die Sortimentstiefe ist bei Migros jedoch ausgeprägter, d.h. es werden unterschiedliche Artikel und Sorten einer Produktart angeboten.

3

Produkt: Milch

Funktion	Beschreibung
Transport- und Schutzfunktion	Die Milch muss vor Verunreinigungen geschützt und sinnvoll gelagert werden können.
Informationsfunktion	Die Milchverpackung informiert die Kundschaft über Preis, Inhaltsstoffe, Haltbarkeit usw., wobei der Barcode zum schnellen einscannen an der Ladenkasse aufgedruckt wird und gleichzeitig dem Unternehmen die Verkaufszahlen liefert.

Produkt: Medikamente

Funktion	Beschreibung
Transport- und Schutzfunktion	Die Verpackung von Medikamenten muss so ausgestaltet sein, dass die Produkte gegen aussen steril und vor Temperaturschwankungen geschützt sind.
Informationsfunktion	Die Verpackung von Medikamenten muss die Kundschaft über deren Anwendung, den Verwendungszweck sowie mögliche Gefahren aufklären. Ausserdem müssen Wirkstoffe und das Haltbarkeitsdatum ersichtlich sein.

4

- a Produktgestaltung M-Budget:
- Design/Form: Grün-Weiss, grosses oranges M, Gestaltung soll schlicht gestaltet werden, aber die Billigprodukte sollen jederzeit von der Kundschaft wieder erkannt werden
 - Verpackung: sie soll schlicht gestaltet sein, Migros hat sich für einen gewissen Stil entschieden und damit einen Kult ausgelöst
 - Markierung: Eigenmarke

- b Der Migroskunde soll die Billig-Produkte jederzeit leicht wieder erkennen. Dadurch versucht die Migros ihre Kunden an sich und ihre Eigenmarke zu binden. Die Schlichtheit der Verpackung wird von der Kundschaft mit „preiswert“ assoziiert. Eine solche Assoziation steht allenfalls in Verbindung mit einer weniger ausgeprägten Erwartungshaltung der Kundschaft.
- c Angesprochene Marktsegmente: Untere Einkommensschichten, Studenten, Schnäppchenjäger, preisbewusste Käufer.

Quelle: www.migros.ch

5

a

Kern	Erweiterte Ausgestaltung der DL	Zusatzleistungen
<ul style="list-style-type: none"> - Zugfahrt von A nach B - Taktfahrplan - Anschlusszüge 	<ul style="list-style-type: none"> - Gestaltung des Zuges und der Abteile - Sitzbezüge - Raumaufteilung - Klimaanlage - Bildschirmanzeige (Stationen, Anschlusszüge, Verspätungen, weitere Informationen) 	<ul style="list-style-type: none"> - Spezielle Abteile wie Kinderabteile, Speisewagens, Ruheabteile, etc. - Möglichkeit den Laptop am Strom anzuschliessen - W-Lan - Gepäckaufgabe - Behindertentransport - Auskunftsdienste

- b Grundnutzen: Befriedigung des Mobilitätsbedürfnisses
Zusatznutzen: Anerkennung durch ökologisches Mobilitätsverhalten, bei Fahrt in der 1. Klasse Prestige, Ruhe und Platz