

Produktlebenszyklus

- Der Produktlebenszyklus beschreibt den zeitlichen Verlauf eines Produktes. Er zeigt, wie sich Absatz, Gewinn, Umsatz und Marketingmaßnahmen im Laufe der Zeit verändern. Mit dem Ziel, Produkte optimal zu steuern, rechtzeitig zu investieren und das Marketing/ die Wirtschaftlichkeit zu planen.

Phasen

- Einführung (Phase 1)
 - In der Einführungsphase wird das Produkt erstmals auf dem Markt angeboten und ist noch kaum bekannt.
 - Produkt bekannt machen
 - erste Käufer gewinnen
- Wachstum (Phase 2)
 - In der Wachstumsphase steigt der Absatz stark an, da das Produkt von immer mehr Kunden angenommen wird.
 - Marktanteile aufbauen
 - Produkt im Markt etablieren
- Reife (Phase 3)
 - In der Reifephase erreicht das Produkt seinen höchsten Absatz, der Markt wird zunehmend gesättigt und die Konkurrenz ist stark.
 - lange hohe Gewinne sichern
 - Produkt attraktiv halten
- Sättigung (Phase 4)
 - In der Sättigungsphase stagnieren Absatz und Umsatz, weil der Markt weitestgehend ausgeschöpft ist.
 - Absatzrückgang verlangsamen
 - Produkt rentabel halten
- Degeneration (Phase 5)
 - In der Degenerationsphase sinken Absatz und Umsatz deutlich, das Produkt verliert an Bedeutung oder wird technisch überholt.
 - Produkt kontrolliert aus Sortiment nehmen
 - Lagerbestände abbauen