



## Jeder Artikel ist anders

Ayse hat das Sortiment ihres Unternehmens nach dem Vier-Felder-Modell eingeteilt. Aber das ist nur der Anfang. Denn jeder Artikel benötigt je nach Marktpphase eine besondere Betrachtungsweise und Behandlung.

Ordnen Sie den jeweiligen Produktgruppen jeweils ein Beispiel zu und füllen Sie die Tabelle zu den entsprechenden Merkmalsbeschreibungen aus.

Diskutieren Sie über die Ergebnisse und entwickeln Sie Vorschläge über weitere wichtige Kriterien einer Sortimentsanalyse.

	Question Marks	Stars	Cashcows	Poor Dogs
Beispiel				
Bekanntheitsgrad/Image	noch gering	bei Zielgruppen bekannt	bei Zielgruppen sehr gut bekannt	schwindet stark
Marktgröße	noch eher klein	wachsend	beim Optimum	abnehmend
Preise				
Konkurrenz				
Kosten				
Erträge				
Investitionen				
Finanzierung				
Strategisches Ziel				
Strategie				