

Der Raisin AG, einem führenden Hersteller von Walliser Weinen, liegen Informationen darüber vor, dass auf Grund veränderter Verbrauchsgewohnheiten die Nachfrage nach leichten Weinen zunehmen wird. Sie nehmen deshalb leichten Wein in ihr Sortiment auf. Das neue Produkt wird über den Einzelhandel mit einem sog. Penetrationspreis eingeführt. Gleichzeitig soll für das Produkt mit geeigneten Werbeträgern und Werbemitteln geworben werden.

Aufgaben

1. Erklären Sie die Veränderungen der Verbrauchsgewohnheiten.
2. Erklären Sie die Bedeutung der genannten Preispolitik (Penetrationspreis). Halten Sie sie für sinnvoll?

Welche anderen Möglichkeiten der Preispolitik bei Einführung eines Produkts kennen Sie!

3. Wählen Sie Werbemittel/träger und Verkaufsförderungsmassnahmen aus, die für die Einführung des neuen Produkts in Frage kommen können! Begründen Sie Ihre Auswahl!