

Beispiel für Korrektur – Änderungen sichtbar:

zu definierende homogene Käuferfeld in mehrere Sektoren mit jeweils unterschiedlichen Präferenzen aufgeteilt. So ist der Anteil der Kompaktklasse am Gesamtmarkt seit 1990 von 31 auf unter 25 Prozent im ersten Halbjahr 2003 gesunken. Keine leichte Aufgabe also für den neuen Golf, auf diesem schrumpfenden und durch Individualansprüche geprägten Markt dem hohen Erfolgsanspruch gerecht zu werden. Rückrufaktionen oder schlecht durchdachte Werbestrategien kann man sich zum heutigen Zeitpunkt nicht mehr erlauben.

Gelöscht: ¶

Gelöscht: r

Gelöscht: L

Gelöscht: m

Gelöscht: A

Die Werbung für den Golf V hob die technischen Details hervor. Zu bezweifeln ist jedoch, ob dem potentiellen Käufer diese Innovationen den mit ihnen verbunden höheren Endpreis wert waren. Sollte VW zu dem Entschluss kommen, das neue Modell so zu konzipieren, dass es sich möglichst oft verkauft, wäre eine Reduzierung auf das Elementare ratsam, damit der Preis so niedrig wie möglich gehalten werden kann. Setzt VW die Positionierung des Golf VI höher an, so ergeben sich für die erfolgreiche Vermarktung ganz andere Gesichtspunkte. Hoher Komfort, spezielles Design und Liebe zum Detail bei geringerer Gewichtung des Preises bestimmen dann das Konzept.

Gelöscht: ¶

Gelöscht: ß

Gelöscht: e

Gelöscht: vom

Gleicher Text - Änderungen angenommen:

zu definierende homogene Käuferfeld in mehrere Sektoren mit jeweils unterschiedlichen Präferenzen aufgeteilt. So ist der Anteil der Kompaktklasse am Gesamtmarkt seit 1990 von 31 auf unter 25 Prozent im ersten Halbjahr 2003 gesunken. Keine leichte Aufgabe also für den neuen Golf, auf diesem schrumpfenden und durch Individualansprüche geprägten Markt dem hohen Erfolgsanspruch gerecht zu werden. Rückrufaktionen oder schlecht durchdachte Werbestrategien kann man sich zum heutigen Zeitpunkt nicht mehr erlauben.

Die Werbung für den Golf V hob die technischen Details hervor. Zu bezweifeln ist jedoch, ob dem potentiellen Käufer diese Innovationen den mit ihnen verbunden höheren Endpreis wert waren. Sollte VW zu dem Entschluss kommen, das neue Modell so zu konzipieren, dass es sich möglichst oft verkauft, wäre eine Reduzierung auf das Elementare ratsam, damit der Preis so niedrig wie möglich gehalten werden kann. Setzt VW die Positionierung des Golf VI höher an, so ergeben sich für die erfolgreiche Vermarktung ganz andere Gesichtspunkte. Hoher Komfort, spezielles Design und Liebe zum Detail bei geringerer Gewichtung des Preises bestimmen dann das Konzept.