



# Strategie-Kit – 10 Produkt-Markt-Matrix (nach Ansoff)

Anwendungen im Strategischen Marketing



# Produkt-Markt-Matrix nach Ansoff

## (Konzept)

Wie können Unternehmen **neue Marktchancen systematisch identifizieren und entwickeln**?  
Eines der bekanntesten Werkzeuge des strategischen Managements ist die so genannte **Produkt-Markt-Matrix** oder auch **Ansoff-Matrix**.

	Bestehende Produkte	Neue Produkte
Bestehende Märkte	<b>Marktdurchdringung</b> Marktanteil bestehender Produkte erhöhen	<b>Produktentwicklung</b> Produktinnovation für neue Markt- und Kundenanforderungen
Neue Märkte	<b>Marktentwicklung</b> Erschließung neuer Marktsegmente oder geografischer Regionen	<b>Diversifikation</b> Produktinnovation und / oder -variation für neue Markt- und Zielgruppen

# Produkt-Markt-Matrix nach Ansoff (Beispiele)

Produkt Markt	bestehend	neu
bestehend	<b>Marktdurchdringung</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Höhere Kaufraten bei den Kunden</li> <li>• Kunden der Konkurrenz abwerben</li> <li>• Neukunden gewinnen</li> <li>• Neue Vertriebskanäle gewinnen</li> </ul>	<b>Produktentwicklung</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entwicklung völliger neuer Produkte</li> <li>• Erweiterung des Leistungsspektrums bestehender Produkte</li> <li>• Integration neuer Funktionen</li> <li>• Nachbau von Konkurrenzprodukten</li> </ul>
neu	<b>Marktentwicklung</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gewinnung neuer Anwendungsbereiche</li> <li>• Erschließung neuer Teilmärkte durch Variation der Produkte</li> <li>• Erschließung neuer regionaler Märkte</li> </ul>	<b>Diversifikation</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Horizontal:</b> Ausweitung der Aktivitäten auf gleicher Wertschöpfungsstufe</li> <li>• <b>Vertikal:</b> Integration vor- oder nachgelagerter Wertschöpfungsstufen</li> <li>• <b>Lateral:</b> Neue Tätigkeitsbereiche</li> </ul>

# Produkt-Markt-Matrix nach Ansoff (Formatvorlage)

Pro- dukt / Markt	bestehend	neu
bestehend	<b>Marktdurchdringung</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• MD-1</li> <li>• MD-2</li> <li>• MD-3</li> <li>• MD-4</li> <li>• MD-5</li> </ul>	<b>Produktentwicklung</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• PE-1</li> <li>• PE-2</li> <li>• PE-3</li> <li>• PE-4</li> <li>• PE-5</li> </ul>
neu	<b>Marktentwicklung</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ME-1</li> <li>• ME-2</li> <li>• ME-3</li> <li>• ME-4</li> <li>• ME-5</li> </ul>	<b>Diversifikation</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Div-1</li> <li>• Div-2</li> <li>• Div-3</li> <li>• Div-4</li> <li>• Div-5</li> </ul>

# Produkt-Markt-Matrix, incl. Services (Konzept / Beispiel)

Pro- dukt / Markt	bestehend	neu
bestehend	<p>Marktdurchdringung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> </ul>	<p>Produktentwicklung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
neu	<p>Markte</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> </ul>	

## Synergetischer Mix aus Produkten und Services

- **Ergänzung um produktbezogene Dienstleistungen**  
(z.B. Installation, Wartung, Training)
- **Kundenbezogene Problemlösungen**  
(orientiert am ganzheitlichen Nutzungsprozess des Kunden)
- **Kompetenzinduzierte Dienstleistungen**  
(eigenständige Vermarktung vorhandener Kompetenzen)

# Produkt-Markt-Matrix, incl. Services (Formatvorlage)

Pro- dukt / Markt	bestehend	neu
bestehend	<b>Marktdurchdringung</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● MD-1</li> <li>● MD-2</li> <li>● MD-3</li> <li>● MD-4</li> <li>● MD-5</li> </ul>	<b>Produktentwicklung</b>
	<b>Markte</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ME-1</li> <li>● ME-2</li> <li>● ME-3</li> <li>● ME-4</li> <li>● ME-5</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Div-5</li> </ul>

**Synergetischer Mix aus Produkten und Services**

- Produktbezogene DL-1
- Produktbezogene DL-2
- Produktbezogene DL-3
- Kundenbezogene PL-1
- Kundenbezogene PL-2
- Kundenbezogene PL-3
- Kompetenzinduzierte DL-1
- Kompetenzinduzierte DL-2
- Kompetenzinduzierte DL-3

# Produkt-Markt-Matrix nach Ansoff (Editierbare PowerPoint-Datei)

**Eine bearbeitbare PowerPoint-Version dieses Tools, in der Sie auf einfache Art und Weise Änderungen oder Anpassungen vornehmen sowie individuelle Firmendaten eingeben können, erhalten Sie auf Anfrage.**

**Bitte verwenden Sie hierzu das Bestellformular unter <http://www.strategie-und-planung.de/tools-strategie.html>**

***Hinweis:***

Die PowerPoint-Version ist für den kommerziellen Einsatz im strategischen Marketing von Firmen konzipiert und ist aus diesem Grunde und wegen ihres Mehrwerts gegenüber der pdf-Version lizenzkostenpflichtig. Die aktuellen Preise der Tools entnehmen Sie bitte dieser Seite:

[http://www.strategie-und-planung.de/mediapool/92/922449/data/Preise/preisliste\\_tools.pdf](http://www.strategie-und-planung.de/mediapool/92/922449/data/Preise/preisliste_tools.pdf)

# Weitere Tools aus dem Strategie-Kit

Nr.	Name	Link
ST-01	<u>Branchenstrukturanalyse (Porter´s Five Forces)</u>	<a href="http://tinyurl.com/6pg3fjw">http://tinyurl.com/6pg3fjw</a>
ST-02	<u>SWOT-Analyse</u>	<a href="http://tinyurl.com/7z7hkwf">http://tinyurl.com/7z7hkwf</a>
ST-03	<u>ABC-Analysen</u>	<a href="http://tinyurl.com/7s75kzv">http://tinyurl.com/7s75kzv</a>
ST-04	<u>Erfahrungskurven-Konzept</u>	<a href="http://tinyurl.com/6r8zutu">http://tinyurl.com/6r8zutu</a>
ST-05	<u>Lebenszyklus-Analysen</u>	<a href="http://tinyurl.com/6ucg7jq">http://tinyurl.com/6ucg7jq</a>
ST-06	<u>Portfolioanalyse BCG (Marktanteil-Marktwachstum)</u>	<a href="http://tinyurl.com/6pfdgnz">http://tinyurl.com/6pfdgnz</a>
ST-07	<u>Portfolionalyse McK (Marktattraktivität-Wettbewerbsst.)</u>	<a href="http://tinyurl.com/6ttkrv6">http://tinyurl.com/6ttkrv6</a>
ST-08	<u>Business-Mix vs. Marktstruktur</u>	<a href="http://tinyurl.com/7rxp4nu">http://tinyurl.com/7rxp4nu</a>
ST-09	<u>Kundenstrukturanalysen</u>	<a href="http://tinyurl.com/79sz5kt">http://tinyurl.com/79sz5kt</a>
ST-10	<u>Produkt-Markt-Matrix (nach Ansoff)</u>	<a href="http://tinyurl.com/75ypszx">http://tinyurl.com/75ypszx</a>
ST-11	<u>Balanced Scorecards</u>	<a href="http://tinyurl.com/7etgz3t">http://tinyurl.com/7etgz3t</a>
ST-12	<u>Risikoanalyse</u>	<a href="http://tinyurl.com/86dsh48">http://tinyurl.com/86dsh48</a>