

POSITIONIERUNGSKREUZ

Eine Positionierung erfolgt in Abgrenzung zum Wettbewerb. Mit Hilfe eines Positionierungskreuzes werden Ballungsräume und Nischen im Wettbewerb identifiziert. Die Variablen werden mit für den entsprechenden Markt relevanten Merkmalen definiert. Anschließend werden die Mitstreiter:innen im Positionierungskreuz gesetzt. Je nach Zielsetzung kann die eigene Position erstmals definiert oder adaptiert werden.

- Beispielsweise
- Produktauswahl
 - Märkte
 - Produkteigenschaften