

Begriffsklärung

- » Marktanalyse
- » Übersicht von am Markt erhältlichen Produkten
- » Produktanalyse/Medienanalyse

Bevor Produkte, Printmedien und digitale Medien analysiert werden können, muss neben den Analysekriterien eine Übersicht der am Markt erhältlichen Produkte oder eine Übersicht der zu analysierenden Produkte erstellt werden. Dabei sind wichtige Eigenschaften festzuhalten, wie z. B.: Name des Produkts, Hersteller, Preis, Größe, Werkstoffe, Oberflächen, Ausstattung, Zubehör...

In diesem Zusammenhang wird immer wieder auch von Marktanalyse gesprochen. Im Sinne einer Eindeutigkeit für die Lernenden wird hiervon abgeraten, da unter einer Marktanalyse auch die Analyse ökonomischer Faktoren verstanden wird, wie z. B.: Angebot, Nachfrage, Marktlücke, Marktsättigung, Konkurrenzsituation, Marktanteile, Marktaufteilung...

Tafelanschrieb oder Folie

Differenzierung Marktanalyse – Produktanalyse/Medienanalyse	
<p>Marktanalyse</p> <p>Der Markt für ein bestimmtes Produkt oder eine Produktgruppe wird analysiert in Bezug auf: Angebot, Nachfrage, Marktlücke, Marktsättigung, Konkurrenzsituation, Marktanteile, Marktaufteilung...</p>	<p>Produktanalyse/Medienanalyse</p> <p>Ein oder mehrere Produkte werden nach bestimmten Kriterien analysiert in Bezug auf: Syntaktik, Semantik, Pragmatik, Funktion, Zweck, Benutzerführung, Bedienung, Ergonomie, Zielgruppe(n)...</p>

Checkliste für Produkt- und Medienanalysen

Übersicht der am Markt erhältlichen Produkte, Printmedien oder digitale Medien

- » falls nicht in Aufgabenstellung bereits gegeben
- » Tabellenform incl. Abbildungen und den wichtigsten (technischen) Daten

Zielgruppe

- » Definition der Zielgruppe nach Aufgabenstellung
oder
- » Präzisierung der Zielgruppe und deren Bedürfnisse

Festlegung von Anforderungen

anhand der

- » Produkte, Printmedien oder digitale Medien
- » Zielgruppe(n)

Produkt-/Medienanalyse

- » eigentliche schriftliche Produktanalysen anhand der Zielgruppe(n) und deren Anforderungen
- » in Tabellenform (bessere Übersichtlichkeit) oder als Fließtext
- » wenn bewertende Analyse verlangt
 - » Bewertungssystem erläutern (Index) – Schulnoten, Punkte oder „+/-“
 - » Ergebnis ermitteln und im Fazit interpretieren

Fazit

- » Zusammenfassung der Ergebnisse
- » nicht nur Testsieger sondern auch die anderen Produkte/Medien erwähnen

Optimierungen (fakultativ)

- » Vorschläge für Optimierung der analysierten Produkte/Medien
- » Ideenskizzen/Scribbles mit erklärendem Text incl. Begründung