

# SCHOOL-SCOUT.DE

Unterrichtsmaterialien in digitaler und in gedruckter Form

## Auszug aus:

*Produktlebenszyklustheorie und Butlers TALC-Modell*

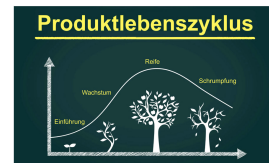
Das komplette Material finden Sie hier:

[School-Scout.de](http://School-Scout.de)



Konzepte der Wirtschaftsgeographie 1:  
Produktlebenszyklustheorie und Butlers  
TALC-Modell

Dr. Klaus Zehner



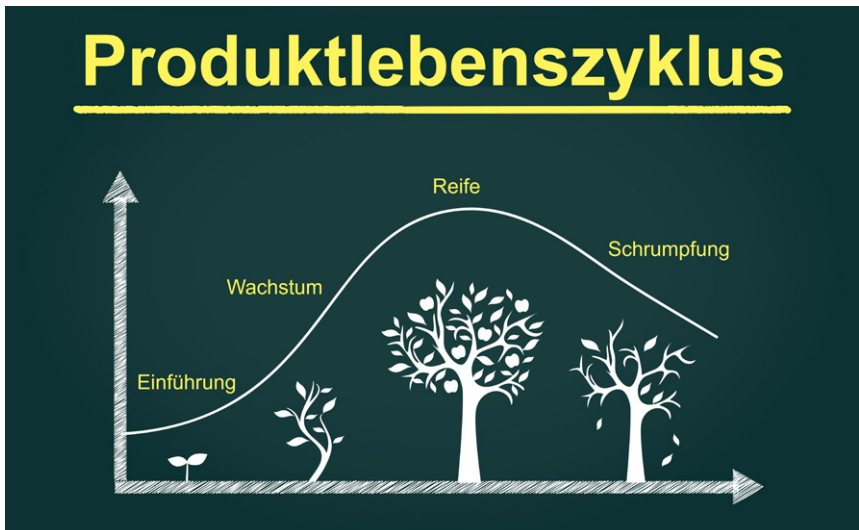
verändert nach: © clauderoktagawa/stock/Getty Images Plus

Jedes industriell hergestellte Produkt durchläuft von seiner Entwicklung und Platzierung am Markt bis zu seinem Marktaustritt vier typische Phasen. Diese werden als Entwicklungs-, Wachstums-, Reife- und Schrumpfungphase bezeichnet. Die Produktlebenszyklustheorie analysiert aus wirtschaftlicher Perspektive die Prozesse innerhalb dieser Phasen. Im vorliegenden Beitrag wird nach einer kurzen Einführung in die Grundlagen zunächst die Produktlebenszyklustheorie auf die Musikindustrie angewandt. Anschließend wird für den Fall Mallorca verdeutlicht, dass sie auch auf Tourismusangeboten übertragen werden kann. Die Produktlebenszyklustheorie wird dann zum Tourism Area Life Cycle-Modell, kurz TALC-Modell. Mit diesem Ansatz kann der Aufstieg und Niedergang touristisch geprägter Regionen nachvollzogen und erklärt werden.

RAABE

# Konzepte der Wirtschaftsgeographie 1: Produktlebenszyklustheorie und Butlers TALC-Modell

Dr. Klaus Zehner



verändert nach: © claudenakagawa/Stock/Getty Images Plus

Jedes industriell hergestellte Produkt durchläuft von seiner Entwicklung und Platzierung am Markt bis zu seinem Marktaustritt vier typische Phasen. Diese werden als Entwicklungs-, Wachstums-, Reife- und Schrumpfungphase bezeichnet. Die Produktlebenszyklustheorie analysiert aus wirtschaftlicher Perspektive die Prozesse innerhalb dieser Phasen. Im vorliegenden Beitrag wird nach einer kurzen Einführung in die Grundlagen zunächst die Produktlebenszyklustheorie auf die Musikindustrie angewandt. Anschließend wird für den Fall Mallorcas verdeutlicht, dass sie auch auf Tourismusgebiete bezogen werden kann. Die Produktlebenszyklustheorie wird dann zum Tourism Area Life Cycle-Modell, kurz TALC-Modell. Mit diesem Ansatz kann der Aufstieg und Niedergang touristisch geprägter Regionen nachvollzogen und erklärt werden.

# Konzepte der Wirtschaftsgeographie. 1: Produktlebenszyklustheorie und Butlers TALC- Modell

## Oberstufe

Ein Beitrag von Dr. Klaus Zehner

<b>Hinweise</b>	<b>1</b>
<b>Das Produktlebenszyklusmodell</b>	<b>7</b>
<b>Butlers TALC-Modell: Tourismus auf Mallorca</b>	<b>14</b>
<b>Lösungsvorschläge</b>	<b>35</b>

## Die Schülerinnen und Schüler lernen:

- die Produktlebenszyklustheorie als bewährten Ansatz aus den Wirtschaftswissenschaften kennen und erfahren, dass sie auch in der Wirtschaftsgeographie große Bedeutung erlangt hat.
- dass die Produktlebenszyklustheorie neben ihrer ökonomischen Kernaussage auch klare geographische Bezüge aufweist.
- am Beispiel von Mallorca, dass die Produktlebenszyklustheorie in angepasster Form auch auf Tourismusregionen angewendet werden kann. Sie wird in dieser Variante als *Tourism Area Life Cycle*-Modell, kurz TALC-Modell, bezeichnet.
- dass der sogenannte Qualitätstourismus nur bedingt geeignet ist, um Mallorcas Eintritt in die Schrumpfungphase des TALC abzuwenden.
- durch ein Rollenspiel, dass insbesondere der Golftourismus ernste Schäden in Natur und Gesellschaft anrichten kann.

## Kompetenzprofil:

<b>Sachkompetenz</b>	Erwerb von Fachwissen und Kennenlernen von wichtigen Fachbegriffen zum ökonomischen Konzept der Produktlebenszyklustheorie und zu seiner geographischen Variante, dem TALC-Modell.
<b>Methodenkompetenz</b>	Erlernen von Fähigkeiten im Hinblick auf Tabellen-, Daten-, Karten-, Bild- und Textanalyse; Vorbereitung und Durchführung eines Rollenspiels zum Verstehen, Aushandeln und Lösen raum- und gesellschaftsbezogener Konflikte.
<b>Urteilskompetenz</b>	Erwerb bzw. Stärkung des Vermögens zur Bewertung und Beurteilung unterschiedlicher Tourismusarten aus wirtschaftlicher, gesellschaftlicher und umweltbezogener Perspektive.
<b>Handlungskompetenz</b>	Entwicklung des Bewusstseins für mögliche Folgen von Entscheidungen und Handlungen, die von Politikern, Planern und Investoren in bzw. für Tourismusregionen getroffen werden.

## Fachübergreifende Aspekte:

*Wirtschaftswissenschaften:* Kennenlernen und Verstehen der Produktlebenszyklustheorie als klassischen mikroökonomischen Ansatz der Volkswirtschaftslehre

*Tourismuswissenschaften:* Kennenlernen verschiedener Tourismusarten und Beurteilung ihrer Wirkung auf Mensch-Umwelt-Systeme

*Politik:* Verstehen und Beurteilen von politischem Handeln für Mensch-Umwelt-Systeme

*Planungswissenschaften* Bewusstsein für die Bedeutung von Regionalplanung als relevante Einflussgröße innerhalb des TALC-Modells

**Überblick:**

Legende der Abkürzungen:

**BA** Bildanalyse**DA** Datenauswertung**DIA** Diagrammerstellung**I** Interpretation**IR** Internetrecherche**KA** Kartenarbeit**RS** Rollenspiel**TA** Textarbeit

einfaches Niveau



mittleres Niveau



schwieriges Niveau

Thema	Material	Methode
Das Produktlebenszyklusmodell	M1–M6	DIA, I, TA
Tourismus auf Mallorca	M7–M17	BA, DA, I, IR, KA, RS, TA

## Fachwissenschaftlicher Teil

Der vorliegende Beitrag bildet den Auftakt zu einer kleinen Reihe, die sich wichtigen wirtschaftsgeographischen Konzepten, Modellen und Theorien widmet. Im Mittelpunkt des ersten Teils steht die Produktlebenszyklustheorie. Sie zählt zur Gruppe der mikroökonomischen Ansätze in der Volkswirtschaftslehre. Die Produktlebenszyklustheorie wurde von dem amerikanischen Ökonomen Raymond Vernon (Harvard University) Mitte der 1960er Jahre entwickelt. Sie stellt einen klassischen, gleichwohl immer noch bedeutenden und didaktisch wertvollen Ansatz dar, der zudem vielfältige Bezüge zur Geographie aufweist und daher hier behandelt wird. Von besonderer Bedeutung ist der Transfer des Konzepts auf den Raum, den der kanadische Geograf Richard Butler mit seinem Tourist Area Life Cycle (TALC) Modell vorgenommen hat. Daher werden im zweiten Teil an ausgewählten Beispielen Bezüge zur Tourismusgeographie hergestellt.

### Produktlebenszyklustheorie: Grundidee und Phasen

Ausgangspunkt der Überlegungen von Vernon ist die Annahme, dass ein (industriell hergestelltes) Produkt grundsätzlich nur eine begrenzte Lebensdauer besitzt. Während dieser Zeit durchläuft das Produktmanagement vier Phasen, die im Folgenden näher beschrieben werden. Während dieser Phasen ändern sich die Produktmengen, der Produktpreis, die Innovationsarten, die involvierten Regionen und Akteure.

### Entwicklungs- und Einführungsphase

Im ersten Abschnitt des Produktlebenszyklus, der Entwicklungs- und Einführungsphase, muss zunächst Forschungs- und Entwicklungsarbeit geleistet werden. Kreativität und Innovationen sind gefragt. Sie sind notwendige Voraussetzungen für die Etablierung eines Produkts am Markt. In dieser Phase ist die im Zusammenhang mit der Produktentwicklung anfallende Arbeit überwiegend humankapitalintensiv. Liegt schließlich ein Produkt vor, dem seitens des Produzenten gute Marktchancen eingeräumt werden, muss sich das Produkt am Markt bewähren. Insbesondere muss der Bekanntheitsgrad des Produkts möglichst rasch gesteigert werden. Dazu sind besondere Anstrengungen im Bereich von Marketing und Werbung notwendig. Forschung, Entwicklung, Marketing und Werbung sind ausnahmslos Arbeiten, die nur von hochqualifizierten, gut ausgebildeten Spezialisten ausgeführt werden können. Arbeitskräfte mit entsprechenden Qualifikationen sind vor allem in der Nähe von hochrangigen Bildungseinrichtungen zu finden. Diese wiederum befinden sich überwiegend in Metropolen des Globalen Nordens. Selbst wenn im Idealfall ein Produkt rasch Marktanteile gewinnen kann, können in der Entwicklungs- und Einführungsphase noch keine Gewinne erzielt werden, weil sich erst die Ausgaben für Produktentwicklung, Werbung und Marketing amortisieren müssen.

## Wachstumsphase

Wird das Produkt vom Markt dauerhaft angenommen, steigen die verkauften Stückzahlen und die Umsatzerlöse. Das Produkt befindet sich nun in seiner Wachstumsphase. In diesem Zeitabschnitt liegt auch der sogenannte Break-Even-Point, ab dem Gewinne gemacht werden. Durch weitere Preissenkungen müssen in der Folge zusätzliche Kaufanreize geschaffen und neue Käuferkreise erschlossen werden. Die Darstellbarkeit von Preis- bzw. Kostensenkungen setzt einen möglichst hohen Grad an Standardisierungen in der Produktion voraus. In dieser Phase sind somit vor allem Innovationen im Bereich der Produktionsprozesse und -abläufe notwendig. Um Kosten zu senken, wird die Produktion oft in Teilen oder ganz in Regionen bzw. Ländern mit niedrigem Lohnniveau und geringer Regulationsdichte ausgelagert. Ein gutes Beispiel liefert hierfür der US-amerikanische Technologiekonzern Apple, der schon in der frühen Wachstumsphase die Produktion seines Spitzenprodukts iPhone nach China auslagerte und dort von dem chinesischen Unternehmen Foxconn seine Mobiltelefone produzieren ließ.

## Reifephase

Als Folge einer weitgehenden oder sogar vollständigen Marktdurchdringung tritt ein Produkt in die sogenannte Reifephase ein. Der Markt ist gesättigt und die verkauften Stückzahlen nehmen zunächst geringfügig zu, die Zuwachsraten sinken jedoch bereits erkennbar. In der Reifephase liegt auch das absolute Maximum der verkauften Stückzahlen. Nach dessen Erreichen sinken Umsätze und Gewinne. Hierfür kann auch die zunehmende Marktpräsenz ähnlicher Produkte von Konkurrenten verantwortlich sein. Lässt das Interesse potenzieller Kunden weiter nach, kann unter Umständen ein Produkt sein Endstadium erreichen und seine Marktfähigkeit vollständig verlieren.

## Schrumpfungsphase

Das Durchlaufen der Schrumpfungsphase wird durch nun schnell sinkende Umsatz- und verkaufte Stückzahlen gespiegelt. Dieser Prozess kann noch beschleunigt werden, wenn neue Technologien bzw. Produktinnovationen ein Produkt zunehmend straukeln und als obsolet erscheinen lassen.

Ein eindrucksvolles Beispiel hierfür liefert die Musikindustrie. Die im Jahre 1983 auf den Markt gebrachte Compact Disc (Audio-CD) revolutionierte innerhalb weniger Jahre den Markt der Tonträger komplett. Ihre im Vergleich zur Vinyl-Schallplatte bessere Klangqualität, deutlich längere Abspieldauer, ihre größere Robustheit gegenüber Beschädigungen, Verschmutzungen und Stößen sowie ein einfacheres Handling ließen die Absatzzahlen von Schallplatten in den folgenden Jahren dramatisch einbrechen. Ab dem Jahre 2003, mit dem Aufkommen von digitalen Audioformaten und neuen, überwiegend mobilen Abspielgeräten, geriet ihrerseits die CD unter Druck und trat in eine Schrumpfungsphase ein.

Grundsätzlich kann der Eintritt in die Schrumpfungsphase jedoch verhindert werden, wenn rechtzeitig Produktverbesserungen durch technische Neuerungen vorgenommen werden und auf diese Weise das Interesse der Kunden an diesem Produkt erneut geweckt wird. Seit einigen Jahren ist beispielsweise zu beobachten, dass sich die Vinyl-LP wieder neue Käuferschichten erschließt, wenngleich sich der erneute Zuwachs der Absatzzahlen noch in übersichtlichem Rahmen bewegt. Ein von Experten oft genannter Grund hierfür ist, dass viele Hörer die Musik der LP als authentischer bewerten.

### **Räumliche Bedeutung**

Zu Recht kann an dieser Stelle die Frage gestellt werden, welche Bedeutung die bisher dargelegten Betrachtungen, die eher wirtschaftlicher Natur sind, aus Perspektive der Geographie haben. Hierauf können drei verschiedene Antworten gegeben werden.

Erstens zeigt die Produktlebenszyklustheorie, dass einzelne Zyklusphasen bestimmten Ländergruppen zugeordnet werden können. So findet etwa die Forschungs- und Entwicklungsarbeit ganz überwiegend in Ländern des Globalen Nordens statt. Dort befinden sich überwiegend die hochkarätigen Universitäten und auch die meisten sonstigen privaten und staatlichen Forschungseinrichtungen. Zudem hat in den Weltstädten des Globalen Nordens die Mehrzahl der global agierenden Konzerne und Unternehmen ihren Hauptsitz mit den entsprechenden Forschungs- und Entwicklungsabteilungen. Mit zunehmender Standardisierung der Produktion werden in stärkerem Maße Länder des Globalen Südens involviert, da hier die Produktionskosten wegen geringerer Löhne und Auflagen günstiger sind.

Zweitens können bestimmte Produkte bzw. Produktgruppen die wirtschaftliche Situation von Regionen erheblich beeinflussen. So war der wirtschaftliche Aufstieg bestimmter Altindustrieregionen, wie etwa das Ruhrgebiet oder das Saarland, eng an die Marktfähigkeit von Produkten der eisen- und stahlerzeugenden bzw. -verarbeitenden Industrie gekoppelt. Als diese Güter jedoch ihre Schrumpfungsphase erreichten, stellten sich rasch auch regionale Entwicklungsprobleme ein. Hierzu zählten beispielsweise hohe Arbeitslosenzahlen, Abwanderungstendenzen der erwerbsfähigen Bevölkerung, die Meidung solcher Regionen als künftige Investitionsstandorte und aus räumlicher sowie ökologischer Perspektive die Zunahme von Industriebrachflächen.

Ein dritter Aspekt ist die konzeptionelle Übertragbarkeit des Modells von Produkten auf Regionen. Dieser Gedanke wird im folgenden Abschnitt näher ausgeführt.

### **Übertragbarkeit auf Regionen: Butlers TALC-Modell**

Der kanadische Geograf Richard Butler hat Anfang der 1980er Jahre die These aufgestellt, dass auch Wirtschaftsregionen verschiedene Stadien durchlaufen, die durch unterschiedliche Entwicklungszustände geprägt werden. Die Grundidee von Butler besteht



demnach darin, das Konzept der Produktlebenszyklustheorie auf Tourismusdestinationen zu übertragen. Damit ist er in der Lage, den Werdegang touristisch geprägter Orte und Regionen plausibel erklären und prognostizieren zu können.

*Butler's Tourism Area Life Cycle-Modell*, kurz TALC-Modell, beschreibt die aus verschiedenen Motiven und von unterschiedlichen Akteuren vollzogene Entwicklung einer vom Menschen zunächst nur wenig beeinflussten Natur- bzw. Kulturlandschaft in eine touristisch geprägte Region. Deren Qualität und Attraktivität durch Überlastungserscheinungen allmählich zu sinken beginnt und in eine Phase des Niedergangs eintritt.

Das TALC-Modell beginnt mit der sogenannten Erkundungsphase. In dieser frühen Phase ist die Zahl der Besucher eines Tourismusgebiets noch klein, die typische Tourismusform ist der Individualtourismus. Angelockt werden Gäste in diesem Zeitabschnitt durch besondere landschaftliche Attraktionen und Schönheiten sowie durch kulturelle Sehenswürdigkeiten, die in vielen Fällen Alleinstellungsmerkmale aufweisen. Der aufkeimende Tourismus beeinflusst die lokale Ökonomie in dieser Phase nur marginal.

Die Wirtschaft vor Ort erfährt erst in der zweiten Phase, die Butler als Erschließungsphase bezeichnet, eine Stimulation. Steigende Touristenzahlen führen nun zu einer Stärkung der Angebote in den Bereichen von Gastronomie, Hotellerie, Mobilität und Information (z. B. Reiseführer). Die Entwicklungen des privaten Sektors werden in dieser Phase auch durch Investitionen seitens der öffentlichen Hand unterstützt. Als Beispiel können hierfür Investitionen in die Verkehrsinfrastruktur genannt werden.

In der dritten Phase, der Wachstumsphase, beginnen externe Akteure, zum Beispiel international tätige Tourismusorganisationen und transnational agierende Investoren bzw. Konzerne, die Kontrolle über die Entwicklung einer Tourismusregion zu übernehmen. Ihre Entscheidungen und Handlungen werden überwiegend von finanziellen Interessen geleitet. Ihr Interesse an Entwicklungszielen der einheimischen Bevölkerung, regionalen Befindlichkeiten, an Nachhaltigkeitszielen sowie am Erhalt intakter Ökosysteme ist naturgemäß gering.

Die auf die Wachstumsphase folgende Konsolidierungsphase ist für die künftige Entwicklung einer Region entscheidend. Sie ist geprägt durch aufkeimende und an Intensität zunehmende Konflikte zwischen externen Tourismusakteuren und Investoren einerseits und lokalen Akteuren andererseits. Diese Konflikte entzünden sich an verschiedenen Vorstellungen im Hinblick auf raumbezogene und soziokulturelle Entwicklungsziele der Region.

In der fünften Phase, der Stagnationsphase, zeigen sich bereits deutlich die Schattenseiten der Tourismuswirtschaft: Umweltbelastungen und Umweltschäden werden nun sehr deutlich sichtbar. Sie beeinflussen nicht nur das ökologische Gefüge (z. B. Fauna und Flora) einer Region, sondern wirken sich auch negativ auf das Image einer Destination aus. Diese tritt nun in eine Phase des Niedergangs ein. Ein äußeres Anzeichen dafür ist,

# SCHOOL-SCOUT.DE

Unterrichtsmaterialien in digitaler und in gedruckter Form

## Auszug aus:

*Produktlebenszyklustheorie und Butlers TALC-Modell*

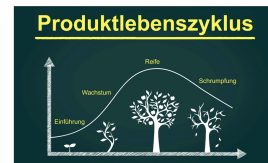
Das komplette Material finden Sie hier:

[School-Scout.de](http://School-Scout.de)



### Konzepte der Wirtschaftsgeographie 1: Produktlebenszyklustheorie und Butlers TALC-Modell

Dr. Klaus Zehner



verändert nach: © clauderoktagawa/stock/Getty Images Plus

Jedes industriell hergestellte Produkt durchläuft von seiner Entwicklung und Platzierung am Markt bis zu seinem Marktaustritt vier typische Phasen. Diese werden als Entwicklungs-, Wachstums-, Reife- und Schrumpfungphase bezeichnet. Die Produktlebenszyklustheorie analysiert aus wirtschaftlicher Perspektive die Prozesse innerhalb dieser Phasen. Im vorliegenden Beitrag wird nach einer kurzen Einführung in die Grundlagen zunächst die Produktlebenszyklustheorie auf die Musikindustrie angewandt. Anschließend wird für den Fall Mallorca verdeutlicht, dass sie auch auf Tourismusangeboten übertragen werden kann. Die Produktlebenszyklustheorie wird dann zum Tourism Area Life Cycle-Modell, kurz TALC-Modell. Mit diesem Ansatz kann der Aufstieg und Niedergang touristisch geprägter Regionen nachvollzogen und erklärt werden.

RAABE