

Relaunch

Unter einem Relaunch versteht man grundsätzlich jede Art der „**Neuaflage**“ eines Produkts, eines Logos oder einer Werbe-Kampagne. Nötig wird ein solcher Neustart oftmals in den Fällen, in denen es sich heraus stellt, dass ein Produkt bzw. eine Kampagne nicht mehr zeitgemäß ist und diese von daher von den Kunden nicht mehr als reizvoll wahrgenommen bzw. gekauft wird.

Ein Relaunch muss nicht mit einem übermäßig großen finanziellen Aufwand verbunden sein. Im Vorfeld des Relaunchs ist allerdings eine gründliche Recherche nötig. Mit Hilfe der Marktforschung kann ein Anbieter genau feststellen lassen, wie sein Produkt, sein Logo oder eine Werbekampagne von den Kunden wahrgenommen wird. Die dabei identifizierten Defizite können in der Folge gezielt bearbeitet, also verbessert werden.

Im nächsten Schritt erfolgt die Umsetzung der Schritte, die zu einer verbesserten Kampagne oder eines verbesserten Produkts erforderlich sind. **Am Ende dieses Prozesses steht der Relaunch** des Produkts, also eine neue Version desselben, die den modernen Erfordernissen genügt. In vielen Fällen wirkt ein solcher Neustart positiv, denn es ist klar, dass sich über die Zeit die Umweltgegebenheiten, somit sowohl der Geschmack der Kunden als auch das Konkurrenzumfeld ändert. Ein Neustart ist also in vielen Fällen sinnvoll und oft sogar die einzige Option, um ein Produkt wiederzubeleben.