

## **Gliederung:**

|                                                  |           |
|--------------------------------------------------|-----------|
| <b>A. Marktsituation</b>                         | <b>6</b>  |
| <b>B. Unternehmens- und Marketing-Konzeption</b> | <b>9</b>  |
| <b>C. Marketing-Strategie</b>                    | <b>13</b> |
| I.    Externes Marketing                         | 13        |
| II.   Internes Marketing                         | 13        |
| 1. Unternehmensleitbild                          | 14        |
| 2. Marktforschung                                | 14        |
| 3. Qualitäts-Standards                           | 14        |
| 4. KVP-Forum                                     | 15        |
| 5. Beschwerdemanagement                          | 15        |
| 6. Produktinnovation                             | 15        |
| III.  Marketing-Controlling                      | 20        |

|                                             |           |
|---------------------------------------------|-----------|
| <b>D. Marketing-Programm</b>                | <b>22</b> |
| I.    Produktpolitik                        | 24        |
| 1. Geschäftskunden-Service                  | 25        |
| 2. Privatkunden-Service                     | 25        |
| 3. Wärmeservice                             | 27        |
| II.   Preis-, Tarif- und Konditionenpolitik | 31        |
| III.  Vertriebspolitik                      | 34        |
| IV.  Branding                               | 36        |
| 1. Branding-Strategie                       | 36        |
| 2. Branding-Instrumente                     | 37        |