

Alle Begriffe

4 P's	19
ABC-Analyse	19
Abholgroßhandel	20
Ablaufordnungsfrage	20
Ablenkungsfrage	20
Absatz	21
Absatz, direkter	21
Absatz, indirekter	21
Absatzmarkt	21
Absatzpotenzial	22
Absatzprognose	22
Absatzprogramm	22
Absatzvolumen	22
Absatzweg	22
Adoption	23
Affiliate-Marketing	23
Aggressivitätsgrad	23
AIDA-Formel	23
Aided Recall	24
Akquisition	24
Allgemeine Geschäftsbedingungen AGB	24
Ansoff-Matrix	24
Auktion	25
Banner	26
BCG-Matrix	26
Bedarf	26
Bedürfnispyramide nach Maslow	26
Benchmarking	27

Beobachtung	27
Beobachtungseffekte	27
Beschwerdemanagement	28
Bionik	28
Black-Box-Modell	28
Bonus	29
Brainstorming	29
Brand Equity	29
Branding.....	29
Break-even-Point	30
Briefing.....	30
Bruttoreichweite	30
Budget	30
Bundling.....	31
Business Intelligence	31
Businessplan.....	31
Business-to-Business B2B	31
Business-to-Consumer B2C.....	32
Buying Center	32
Call Center.....	33
Carry over Effekt.....	33
Clubgüter.....	33
Co-Branding.....	33
Community	34
Computer Assisted Personal Interviewing	
CAPI.....	34
Conjoint-Measurement	34
Consulting.....	35
Consumer Marketing	35
Copy Strategie	35
Copy Test	36
Corporate Culture.....	36

Corporate Identity	36
Corporate Mission	37
Cross-Selling	37
Customer Lifetime Value	37
Customer Relationship Management (CRM)	37
Customer Value	38
Customized Marketing.....	38
Dachmarke.....	39
Darlehen.....	39
Data Mining	39
Data Warehouse	40
Datenbank.....	40
Differenzierung	41
Diffusion	41
Direktmarketing.....	42
Direktvertrieb.....	42
Display	43
Dissonanz	43
Distanz, psychische	43
Distribution.....	44
Distributionshelfer.....	44
Diversifikation	44
Dumping	45
E-Business	46
E-Commerce	46
E-Commerce-Management-Prozess	46
eCRM	47
Einkauf.....	47
Einkommen	47
E-Market	47
E-Procurement.....	48
Erlöse	48

Erlöse, durchschnittliche	48
Ethik, angewandte	48
Experiment	49
Experimentalgruppe	49
Feldexperiment.....	51
Filterfrage.....	51
Framing-Effekte.....	51
Gebrauchsmuster.....	52
geozentrisch.....	52
Globalisierung.....	53
Grayware.....	53
Gruppendiskussion.....	53
Gut, Güter.....	53
Güter, homogene	54
Güter, superiore	54
Handel.....	55
Handelsfunktionen.....	55
Handelsgeschäfte.....	55
Handelsmarke.....	56
Handelsmarketing	56
Handelspanel	56
Handelsspanne	56
Handelsvertreter	57
Haushaltspanel	57
Hidden Champions.....	57
Home Use Test.....	57
Homo Oeconomicus	58
Ideenmanagement.....	59
Image	61
Impulskauf.....	61
Incentive	61
Industriegütermarketing	61

Ingredient Branding.....	62
Innovation	62
Innovationsmarketing.....	65
Intermediavergleich.....	65
Internet-Marketing	66
Intervallskala	66
Intramediavergleich	66
Involvement	66
Just-in-Time	67
Käufermarkt.....	67
Kaufkraft	67
Kaufkrafteffekt	68
Kennzahl	68
Key Performance Indicator KPI	68
Keyword-Advertising	68
Klumpenauswahlverfahren.....	69
Kommunikationspolitik	69
Konjunktur.....	69
Konsument	69
Konsumentenrente.....	70
Konsumentensouveränität.....	70
Konsumentenverhalten.....	70
Konsumgüter	70
Konsumgütermarkt	71
Konsumquote, durchschnittliche	71
Kontaktfrage	71
Kontaktmaßzahl	71
Kontrahierungspolitik.....	72
Kontraktmarketing, vertikales.....	72
Kontrollgruppe.....	72
Konzentrationsverfahren	73
Konzepttests	73

Kooperation	73
Kreativitätstechniken	73
Kreuzpreiselastizität	74
Kundenbeziehungsmanagement / Customer Relationship Management (CRM).....	74
Kundenbindung.....	75
Kundenlaufstudie	75
Kundenloyalität	76
Kundenwert	76
Kundenzufriedenheit.....	76
Laborexperiment	77
Längsschnittanalyse	77
Lasswell-Formel	77
Leasing	77
Lebensstil	78
Lebenszyklus-Modell.....	78
Licensing.....	78
Lichtschrankenmessung.....	78
Listung	79
Low-Involvement-Käufe	79
Luxusgüter	79
Makler	80
Marke	80
Marken.....	80
Marketing, internationales	81
Marketing, virales	81
Marketingmix	81
Marketingplan.....	82
Marketingstandardisierung	82
Marktabdeckung	83
Marktabgrenzung.....	83
Marktanalyse	83

Marktangebot.....	83
Marktanteil	83
Marktanteil, relativer	84
Marktattraktivität.....	84
Marktbeobachtung.....	84
Märkte, gesättigte	84
Märkte, heterogene.....	85
Markteintritt.....	85
Markteintrittsbarrieren	85
Marktfestlegung.....	85
Marktforschung	86
Marktimplantation	86
Marktlücken.....	86
Marktmacht	86
Marktnachfrage.....	87
Marktneuheit	87
Marktpotenzial.....	87
Marktprognose.....	87
Marktsättigung.....	88
Marktsegment.....	88
Marktsegmentierung	88
Marktsituation, externe	89
Marktverhältnisse.....	89
Marktvolumen	89
Marktwachstum.....	89
Mediaselektion	90
Medien, neue	90
Meinungsführer.....	90
Mengenrabatt.....	90
Mindmapping	91
Motiv.....	91
Motivationsfrage.....	91

Multi-Channel-Absatz	91
Nachfrageelastizität	93
Nachzügler	93
Nettoreichweite	93
Netzeffekt.....	93
Netzplan.....	94
Nielsen-Gebiete	94
No Name	94
Nominalskala.....	94
Obsoleszenz	96
Öffentlichkeitsarbeit	96
Omnibusbefragung.....	97
On Set Placement.....	97
ONE-Branding	97
One-to-One-Marketing	97
Online Shop	97
Online-Marken	98
Ordinalskala.....	98
Outbound.....	98
Panelcoverage	99
Paneleffekte	99
Panelrotation	99
Panelroutine	99
Partialmodelle.....	100
Permission Marketing.....	100
Personalisierung	100
PIMS-Projekt	100
Point of Sale PoS	101
polyzentrisch	101
Positionierung.....	101
Potenzialanalyse.....	102
Powershopping	102

Präferenz	102
Preis	102
Preis-Absatz-Funktion	103
Preisdifferenzierung	103
Preisfolgerschaft	103
Preisnachlass	103
Preisstrategie.....	104
Pre-Tests	104
Primärforschung	104
Primärprozesse	104
Product Placement.....	105
Produktdifferenzierung.....	105
Produkteliminierung	105
Produktfamilie	105
Produktlebenszyklus	106
Produktmanagement	106
Produkt-Markt-Kombination	106
Produktpolitik	107
Produkt-PR.....	107
Produkttests	107
Produktvariation.....	108
Prognose	108
Programmbreite.....	108
Prozess-Portfolio	108
Public Relations PR	108
Pull-Marketing.....	109
Push-Marketing	109
Quotenverfahren	110
Rack Jobber	110
Random-Route-Verfahren.....	111
Recognition-Test.....	111
Referenzgruppen.....	111

Reichweite.....	112
Reintermediation.....	112
Relationship-Marketing.....	112
Relaunch	113
Reliabilität	113
Rosenzweig-Test.....	113
Saccaden	114
Satzergänzungstest	114
Scanner-Panels	114
Schlüsselbedürfnisse	114
Schwellenressourcen, Schwellenfähigkeiten oder Schwellenkompetenzen	115
Segmentierung.....	115
Sekundärforschung.....	115
Servicepolitik	116
Signaling	116
Slogan	116
Social Media.....	116
Spill-over-Effekt	117
Sprinklerstrategie.....	117
Sprungwerbung	117
S-R-Modell.....	118
Stakeholder	118
Store-Test.....	119
Suchmaschinenmarketing.....	119
Tachistoskop	120
Technology Push Innovationen	120
Testimonials	120
Testmarkt.....	121
Tiefeninterview.....	121
Totalmodelle	121
Trend.....	121

Trendfunktion.....	122
Typographie	122
Umsatz	123
Unique Selling Proposition USP.....	123
Unlautere Werbung	123
Unternehmensgrundsätze	123
Verbrauchermarkt.....	125
Verbundeffekte	125
Verhältnisskala	125
Verkäufermarkt.....	126
Verkaufsorgane.....	126
Versandhandel.....	126
Vertragshändler	126
Vertriebsgesellschaft.....	127
Vollerhebung	127
Warenhaus.....	128
Warenzeichnung.....	128
Wear-out-Effekt.....	128
Werbeanteils-Marktanteils-Methode.....	129
Werbebotschaft.....	129
Werbebudget.....	129
Werbeerfolg	129
Werbeerfolgskontrolle	129
Werbekostenzuschüsse	130
Werbemittel	130
Werbestil.....	130
Werbestrategie	130
Werbetests	131
Werbetracking.....	131
Werbeträger	131
Werbeziel	131
Werbung	131

Werbung, vergleichende.....	132
Wettbewerb.....	132
Wettbewerbsintensität	132
Wettbewerbs-Paritäts-Methode	132
Wettbewerbsstrategie	133
Wettbewerbsvorteile.....	133
Word-of-mouth-Kommunikation	133
Wort-Assoziationstest.....	134
Zielgruppe	135
Zielhierarchie	135
Zielsystem.....	135
Zufallsfehler	136
Zusatznutzen	136
Zuschauerforschung	136
Zweitmarke	136