

Inhaltsverzeichnis

1. Entwicklung Rahmenbedingungen	9
1.1 <i>Umfeldentwicklungen</i>	<i>10</i>
1.1.1 Gesellschaftliche Trends	10
1.1.2 Technologische Trends.....	11
1.1.3 Ökonomische Trends	12
1.1.4 Politisch-rechtliche Entwicklungen.....	13
1.1.5 Ökologie und Nachhaltigkeit	14
1.2 <i>Stakeholder</i>	<i>15</i>
1.3 <i>Betriebsformen</i>	<i>15</i>
1.4 <i>Kooperationen</i>	<i>19</i>
2. Analysen und Strategien.....	25
2.1 <i>Marktdaten.....</i>	<i>28</i>
2.2 <i>Marktforschung</i>	<i>29</i>
2.3 <i>Marktsituation</i>	<i>34</i>
2.4 <i>Marketingstrategien</i>	<i>36</i>
2.5 <i>Marktsegmentierung</i>	<i>39</i>
2.6 <i>Internationalisierung</i>	<i>41</i>
3. Marketinginstrumente	47
3.1 <i>Marketinginstrumente Handel.....</i>	<i>47</i>
3.2 <i>Marketinginstrumente Produktionsbetrieb</i>	<i>49</i>
3.3 <i>Positionierung und Profilierung</i>	<i>50</i>
3.4 <i>Standortmarketing.....</i>	<i>51</i>
3.5 <i>Markt- und Preismechanismen</i>	<i>57</i>
3.6 <i>Preispolitik</i>	<i>68</i>

3.7 Zielgruppenansprache	71
4. Sortimentsgestaltung	77
4.1 Struktur des Sortiments	77
4.2 Sortimentspolitik	79
4.3 Markenpolitik	81
4.4 Produktlebenszyklus	83
5. Verkaufsförderung und Service	89
5.1 Verkaufsförderung	89
5.2 Serviceangebote	90
5.3 CRM	91
5.4 Beschwerdemanagement	92
6. Visual Merchandising	95
6.1 Verkaufsflächen	96
6.2 Warenpräsentation	97
6.3 Zusammenarbeit	97
7. Werbekonzepte	99
7.1 Werbeplanung	99
7.2 Direktwerbung	102
8.1 + 8.2 Zielgruppen	103
8.3 PR im Krisenfall	104
8.4 Sonderinstrumente	105
9. E-commerce	111
10. Analysieren und Bewerten von Entwicklungen	115

<i>10.1 Wettbewerbssituationen.....</i>	<i>115</i>
<i>10.2 Konjunkturzyklen</i>	<i>119</i>
<i>10.3 Globalisierung.....</i>	<i>121</i>
<i>10.4 Europäische Union</i>	<i>123</i>
<i>10.5 Marketing-Mix</i>	<i>125</i>
<i>10.6 Marketing-Controlling.....</i>	<i>127</i>
Übungsaufgaben - Antworten	133
Stichwortverzeichnis	145