

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>33</i>
2.4 <i>Marketingstrategien</i>	<i>35</i>
2.5 <i>Marktsegmentierung</i>	<i>38</i>
2.6 <i>Internationalisierung</i>	<i>40</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	134
Stichwortverzeichnis	147