

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Inhaltsverzeichnis	I
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	III
Abkürzungsverzeichnis	IV
1 Einführungskapitel	1
1.1 Ausgangssituation und Problemstellung	1
1.2 Ziel und Aufbau der Untersuchung	2
2 Konjunktur	4
2.1 Der Konjunkturbegriff und der Konjunkturzyklus	4
2.1.1 Expansion (Aufschwung)	5
2.1.2 Boom (Hochkonjunktur)	6
2.1.3 Rezession (Abschwung)	7
2.1.4 Depression (Krise)	8
2.2 Konjunkturindikatoren	10
2.2.1 Frühindikatoren	10
2.2.2 Präsenzindikatoren	13
2.2.3 Spätindikatoren	14
2.3 Erklärungsansätze für Konjunkturschwankungen	15
2.3.1 Exogene Ursachen	17
2.3.2 Endogene Ursachen	20
3 Absatzpolitische Maßnahmen	23
3.1 Marketing-Konzeption	23
3.2 Marketingmix	24
3.2.1 Produktpolitik	25
3.2.2 Preispolitik	26
3.2.3 Distributionspolitik	28
3.2.4 Kommunikationspolitik	31

4 Marktteilnehmerverhalten und absatzpolitische Maßnahmen in der Rezession.....	35
4.1 Strategische Verhaltensweisen der Unternehmen in der Rezession..	35
4.2 Ist-Analyse – Marktteilnehmerverhalten in der Rezession.....	37
4.2.1 Konsumentenverhalten in der Rezession	38
4.2.2 Unternehmensverhalten in der Rezession	43
4.3 Soll-Konzept – Absatzpolitische Maßnahmen in rezessiven Märkten	48
4.3.1 Anpassung der Produktpolitik	48
4.3.2 Anpassung der Preispolitik	51
4.3.3 Anpassung der Distributionspolitik	54
4.3.4 Anpassung der Kommunikationspolitik	55
5 Schlusskapitel.....	59
Literaturverzeichnis	62