

## Inhaltsverzeichnis

	Seite
<b>Inhaltsverzeichnis .....</b>	<b>I</b>
<b>Abbildungs- und Tabellenverzeichnis .....</b>	<b>III</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>	<b>IV</b>
<b>1 Einführungskapitel .....</b>	<b>1</b>
1.1 Ausgangssituation und Problemstellung .....	1
1.2 Ziel und Aufbau der Untersuchung .....	2
<b>2 Konjunktur .....</b>	<b>4</b>
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
<b>3 Absatzpolitische Maßnahmen .....</b>	<b>23</b>
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

<b>4 Marktteilnehmerverhalten und absatzpolitische Maßnahmen in der Rezession.....</b>	<b>35</b>
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
<b>5 Schlusskapitel.....</b>	<b>59</b>
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>62</b>