

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>16</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>55</i>
3.6 <i>Preispolitik</i>	<i>66</i>

3.7 Zielgruppenansprache	69
4. Sortimentsgestaltung	75
4.1 Struktur des Sortiments	75
4.2 Sortimentspolitik.....	77
4.3 Markenpolitik.....	79
4.4 Produktlebenszyklus.....	81
5. Verkaufsförderung und Service.....	87
5.1 Verkaufsförderung	87
5.2 Serviceangebote.....	89
5.3 CRM	90
5.4 Beschwerdemanagement	92
6. Visual Merchandising	95
6.1 Verkaufsflächen	95
6.2 Warenpräsentation.....	97
6.3 Zusammenarbeit.....	97
7. Werbekonzepte	99
7.1 Werbeplanung	99
7.2 Direktwerbung	102
8. Öffentlichkeitsarbeit.....	103
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.....	116
10.1 Wettbewerbssituationen.....	116
10.2 Konjunkturzyklen	120
10.3 Globalisierung	122
10.4 Europäische Union	124
10.5 Marketing-Mix	125
10.6 Marketing-Controlling.....	127
Übungsaufgaben - Antworten	133
Stichwortverzeichnis	145
<i>Literatur für Handelsfachwirte:</i>	150