

Inhalt

Einleitung	7
Kapitel 1	
Einführung in das Merchandising	9
Kapitel 2	
Fallstudie Bic Austria	25
Kapitel 3	
Layout-Planning	39
Kapitel 4	
Fallstudie Xyladecor	63
Kapitel 5	
Integratives Merchandising	69
Kapitel 6	
Fallstudie Montblanc	75
Kapitel 7	
Der personelle Faktor	87
Kapitel 8	
Fallstudie Mars (Master Foods Austria)	95
Kapitel 9	
Aufbau von Merchandising-Strategien	111
Kapitel 10	
Fallstudie Hirsch-Armbänder	121

Kapitel 11		
Merchandising-Dienste	<i>139</i>	
Kapitel 12		
Fallstudie Knorr – Napolina	<i>145</i>	
Kapitel 13		
Ladenbau und Merchandising	<i>159</i>	
Kapitel 14		
Fallstudie William Wrigley Junior Company	<i>175</i>	
Kapitel 15		
Merchandising-Grundlagenforschung	<i>191</i>	
Kapitel 16		
Fallstudie Pomona	<i>205</i>	