

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Einleitung	6
Ziel und Zweck des Buches	6
Die Marktsituation heute	7
Prognosen und Entwicklungen der 80er Jahre	11
Reaktion des Handels	18
Vision der 90er Jahre	20
Lebensstil als Erfolgsrezept	20
Konsumentenverhaltensentwicklung	21
Entwicklung der Betriebsformen	28
Die Instrumente zum Erfolg auf Zeit	46
Der Mensch als Erfolgsmotor	47
Die Warenwirtschaft und ihre Kontrolle als erstes Gebot	66
Die Sortimentspolitik als Image – Ansprache für den Kunden	84
Die Vertriebstechnik als Stimulator (Einkaufserlebnis)	92
Dienstleistungen als Treue-Erreger	132
Schlußwort	135
Positives Denken als Lösung zum Gelingen	135