

Inhaltsverzeichnis

I	Einführung in die Handelswerbung	9
I.1	Die Marketing-Mix-Faktoren des Handels	10
I.2	Neuorientierung der Kommunikationspolitik auf Herstellerebene	12
II	Der Handel und seine Organisationsformen	14
II.1	Betriebstypen des Handels	15
III	Eckdaten der zukünftigen Handelsentwicklung	21
IV	Werbeaufwendungen im Groß- und Einzelhandel	25
V	Die Organisation der Werbung im Groß- und Einzelhandel	28
VI	Die Bedeutung der Werbeagentur	34
VI.1	Der Arbeitsablauf in einer Werbeagentur	36
VI.2	Methoden der Agenturvergütung	38
VII	Die Werbeplanung	42
VII.1	Psychologische Aspekte der Werbeplanung	42
VII.2	Werbeanalyse	43
VII.3	Festlegung der Werbeziele	48
VII.4	Erarbeitung der Werbekonzeption	48
VIII	Die Werbemittel und Werbeträger im Handel	54
VIII.1	Schauwerbung	55
VIII.2	Tageszeitung und Anzeigenblatt	68
VIII.3	Prospekte und Beilagen im Einzelhandel	92
VIII.4	Kundenzeitschriften	97
VIII.5	Adreßbücher	102
VIII.6	Direktwerbung	103
VIII.7	Handzettel	106
VIII.8	Plakatanschlag	109
VIII.9	Verkehrsmittelwerbung	125
VIII.10	Werbung in Filmtheatern	128
VIII.11	Zeitschriften	135
VIII.12	Hörfunkwerbung	139
VIII.13	Fernsehwerbung	143
VIII.14	Privater Rundfunk (Hörfunk und Fernsehen)	146
IX	Verkaufsförderung im Einzelhandel	148
IX.1	Verkaufsförderungsmaßnahmen am POP	148
IX.2	Verkaufsförderungsmaßnahmen für Kunden des Einzelhandels	153

X	Marketing-Service des Großhandels	157
X.1	Allgemeine Service Palette	157
X.2	Exkurs: Btx-Einsatz im Großhandel	160
XI	Formen der Kollektivwerbung im Handel	163
XI.1	Kooperationswerbeaktionen Handel ↔ Industrie.....	163
XI.2	Werbegemeinschaften im Einzelhandel	165
XII	Public Relations und Human Relations	174
XII.1	Public Relations.....	174
XII.2	Human Relations.....	180
XIII	Messung des Werbeerfolgs im Handel	187
XIV	Juristische Aspekte zur Handelswerbung	192
XIV.1	Einführung.....	192
XIV.2	Allgemeines	192
XIV.3	Die bedeutsamsten Vorschriften des UWG	194
XIV.4	Werbung in bezug auf das Unternehmen	205
XIV.5	Werbung mit besonderen Veranstaltungen	207
XIV.6	Werbung in bezug auf das Produkt.....	220
XIV.7	Werbung mit dem Preis.....	223
XIV.8	Sanktionen bei unerlaubtem Wettbewerb	226
	Literaturverzeichnis	232
	Stichwortverzeichnis	235

~