

Inhalt

Einführung	11
1 Marktziele	13
2 Marktforschung	20
Marktuntersuchung	22
Marktbeobachtung	23
Auswertung von Informationen	24
Eigene Beobachtungen	29
Marktprognose	37
3 Marktstrategien	45
Ausrichtung auf zukünftige Marktbedürfnisse	47
Spezialisieren	49
Diversifizieren	50
Marktlücken aufspüren	51
Innovationen vornehmen	52
Sondervorschläge einbringen	54
Flexible Preispolitik	55
Der angemessene Gewinn	55
Regeln der Marktwirtschaft	62
Deckungsbeiträge	65
Richtiger Preis	74
Marktanpassung	75
Marktpreise unterbieten	75
Betriebliche Kapazitäten anpassen	75
Kooperation	81
4 Markterschließung	83
Public Relations (PR)	84
Werbung	89
Akquisition	93
Verkaufsförderung	95

5 Angebotsbearbeitung	97
Eignungs- und Aufwandsprüfung	100
Prüfung der Angebotsunterlagen	107
Prüfung auf Vollständigkeit und Qualität sowie auf Fallen	107
Finanzielle Kapazität	114
Ausführungskapazität	118
Technische Durchführbarkeit	119
Rechtsgrundlagen	120
Gewährleistungsfristen	123
Vertragsarten	123
Vertragstexte	126
Angebotskalkulation	127
Voraussetzungen klären	128
Herkunft der Daten	129
Kalkulationsverfahren	131
Organisation	134
EDV-Einsatz	137
Taktische Hinweise	140
Angebotsabgabe	143
Auftragsannahme	144
6 Auftragsabwicklung	145
Veränderungen der vereinbarten Leistungen	149
Mengenänderungen	151
Leistungen entfallen	152
Leistungsänderungen	153
Zusatzleistungen	153
Stundenlohnarbeiten	155
Nicht bestellte Leistungen	159
Behinderungen	160
Abnahme der Leistungen	163
Formen der Abnahme	164
Wirkung der Abnahme	166
Behandlung von Mängelrügen	167
Gewährleistung	169
Nachbesserung	170
Minderung der Vergütung	170
Schadenersatz	170
Verjährung	171
7 Schlußbetrachtung	173
Funktionen im Bereich Absatzmarkt	175
Literatur	192