

MARKETING

Gesammelte Aufsätze von Otto Angehrn

Festschrift zum 65. Geburtstag
von

Otto Angehrn

Herausgegeben von
Richard Senti
Daniel Zimmermann

Schulthess Polygraphischer Verlag Zürich 1981

Inhaltsverzeichnis

Otto Angehrn zum 65. Geburtstag	IX
1. Teil	
Marktforschung	1
Einsatzmöglichkeiten der landwirtschaftlichen Marktforschung	7
Marktforschung in der Schweiz	19
Vom sinnvollen Einsatz der Marktforschung	30
Die Marktforschungsfunktion in der Unternehmung	41
Markttransparenz und Marktforschung	50
2. Teil	
Probleme der Absatzgestaltung	63
Regeln leistungsgerechten Preiswettbewerbs	67
Qualität und Preis als Absatzfaktoren im Markt von heute	87
Überflusswirtschaft und Entwicklung neuer Produkte	99
Marktsegmentierung als Absatzmethode	111
Werbung und Konjunktur	122
Qualitatives statt quantitatives Wachstum der Werbung?	145
Die Sprache der Werbung	154
Zum Aussagewert des Begriffs "Produktlebenszyklus"	166
3. Teil	
Markenwesen	181
Herstellermarken und Handelsmarken: Wesen und Formen	185
Herstellermarken und Handelsmarken im Wettbewerb	199
Veränderungen im Marketing-Mix der Markenartikelindustrie	209
Die Zukunft des Markenartikels	226

VIII

4. Teil

Nachfragemacht 241

Nachfragemacht von Handelsunternehmungen als Problem der
Wettbewerbsgestaltung 245

5. Teil

Konsumentenfragen 275

Möglichkeiten und Grenzen des Verbraucherschutzes 280

Kritik an der Werbung 295

Über den Wohlstandskonsum 308

6. Teil

Die ethische Dimension des Marketing 317

Marketing und Ethik 321

Verzeichnis der Veröffentlichungen von Otto Angehrn 349

Donatorentafel 352