

# Inhaltsverzeichnis

Einleitung .....	9
<b>1 Absatzführung als unternehmerische Aufgabe .....</b>	<b>16</b>
<b>11 Unternehmung und Absatz .....</b>	<b>18</b>
111 Vom Wesen des Absatzes .....	21
112 Der Umfang der Absatzaufgabe .....	27
113 Bedeutung des Absatzes für die verschiedenen Arten von Unternehmungen .....	32
114 Verhältnis des Innenbereiches zum Außenbereich .....	35
115 Die Treppe bei der Erzeugung der Marktleistung .....	38
<b>12 Führung im Absatzbereich .....</b>	<b>40</b>
121 Wesen der Unternehmungsführung .....	41
122 Die Besonderheiten der Absatzführung .....	44
123 Bereiche der Absatzführung .....	46
<b>13 Der Einfluß des Absatzbereiches auf die Unternehmungsführung .....</b>	<b>53</b>
<b>2 Das Phänomen «Markt» .....</b>	<b>57</b>
<b>21 Der Markt als Umwelt der Unternehmung .....</b>	<b>65</b>
211 Das Wesen des Marktes .....	65
212 Gesamtmarkt und Teilmärkte .....	67
213 Umgrenzung des Marktes .....	76
<b>22 Marktpartner und Marktbeziehungen .....</b>	<b>77</b>
221 Marktpartner .....	78
222 Marktbeziehungen .....	82
<b>23 Das Marktgeschehen .....</b>	<b>86</b>
231 Begriff und Wesen des Marktgeschehens .....	86
232 Marktfaktoren .....	89
233 Das Marktvolumen und seine Veränderungen .....	92

<b>3 Methodik der Absatzführung</b> .....	<b>97</b>
<b>31 Die Phasen der Absatzführung</b> .....	<b>97</b>
311 Festsetzung des Absatzzieles .....	102
312 Formulierung der Absatzpolitik .....	108
313 Absatzplanung .....	113
314 Absatzbudgetierung .....	122
315 Absatzdurchführung .....	125
316 Absatzüberwachung .....	126
<b>32 Die Führungstechnik im Absatz</b> .....	<b>128</b>
321 Kommunikationen .....	128
322 Führungsstil .....	131
323 Geheimhaltung .....	132
<b>4 Daten als Grundlagen der Absatzführung</b> .....	<b>134</b>
<b>41 Datensystem</b> .....	<b>136</b>
411 Überblick über die zu beschaffenden Daten .....	136
412 Daten für die Zielsetzung .....	137
413 Daten für die Absatzausführung .....	142
414 Daten der Absatzüberwachung .....	152
<b>42 Intervalle der Datenermittlung</b> .....	<b>153</b>
421 Periodisch zu ermittelnde Daten .....	153
422 Aperiodisch zu ermittelnde Daten .....	155
<b>43 Verfahren zur Datenbeschaffung</b> .....	<b>155</b>
431 Verfahren zur Ermittlung des Marktpotentials .....	156
432 Verfahren zur Ermittlung sozialpsychischer Zusammenhänge .....	159
433 Beobachtung des laufenden Geschehens .....	160
<b>44 Datenbewertung</b> .....	<b>162</b>
441 Wahrscheinlichkeitsgrad .....	162
442 Aussagekraft .....	162
443 Verwendbarkeit .....	163
<b>5 Zusammenfassung</b> .....	<b>164</b>
Literaturverzeichnis .....	172
Autorenregister .....	175
Sachregister .....	176