

INHALTSVERZEICHNIS

	Seite
A. Fallstudien zum Marketing in der Hochschullehre	1
B. Beispiele für Fallstudien zum Marketing in der Ernährungswirtschaft	
1. <u>Produkt- und Sortimentspolitik</u>	
1.1. Aufmischweizenanbau im Rheinland? (Beratung von Landwirten bei der Entscheidung über ihr Produktionsprogramm; Landwirtschaftskammer Rheinland)	29
1.2. Frischfleisch als Markenware? (Herta KG, Herten)	61
1.3. Gefrostetes oder frisches Jungmastgeflügel? (Gut Friedrichsruh, Steinhagen)	91
2. <u>Distribution</u>	
2.1. Distribution von Kartoffelchips ("Chipsfrisch", Pfeifer und Langen, Köln)	107
2.2. Absatzwege für Schlankheitskost ("Limmits", C.H. Buer GmbH, München)	129
2.3. Direkter oder indirekter Absatzweg für Eier? (J. Schulze-Hagen, Düsseldorf-Eller)	147
2.4. Der Absatz von Schlachtvieh und Fleisch (Vieh- und Fleischzentrale Westfalen eGmbH, Münster)	173
3. <u>Verkaufsförderung</u>	
3.1. Verkaufsförderung für Feinkost (Kraft GmbH, Eschborn)	207
3.2. Verkaufsförderung für Kopfsalat als Einzel- oder Verbundaktion? (CMA-Centrale Marketinggesellschaft der deutschen Agrarwirtschaft mbH, Bonn-Bad Godesberg)	227

VI Inhaltsverzeichnis

Seite

4. Werbung

- 4.1. Werbeaussage für eine Milch-Gemeinschaftswerbung (CMA-Centrale Marketinggesellschaft der deutschen Agrarwirtschaft mbH, Bonn-Bad Godesberg) 245

5. Marketing-Mix

- 5.1. Marketing-Strategie für die Einführung eines Markenartikels auf dem Speiseölmarkt (Union Deutsche Lebensmittelwerke GmbH, Hamburg) 299