

## Inhaltsverzeichnis

	<u>Seite</u>
Vorwort	9
I. Einleitung	10
A. Problemstellung und Zielsetzung der Arbeit	10
B. Begriffsbestimmungen	13
1. Absatzpolitik der Unternehmung	14
2. Instrumente und Maßnahmen im Absatzbereich	19
3. Homogene Produktionswaren	26
C. Zur Prämisse eines typischen Absatzzieles der Hersteller homogener Produktionswaren	33
D. Aufbau, Methoden und Quellen der Arbeit	38
II. Absatzpolitisch relevante Wesensmerkmale homogener Produktionswaren und ihrer Märkte	42
A. Unmittelbar produktbezogene Merkmale	43
1. Geringe Individualisierbarkeit durch Normierung oder Standardisierung	43
2. Hoher Bekanntheitsgrad und relativ geringe Erklärungsbedürftigkeit	44
3. Geringer Beschaffenheitswandel im Zeitablauf	45
B. Betriebsbezogene Merkmale	46
1. Herkunftsanonymität homogener Produktionswaren	46
2. Massen- und Großmengenfertigung	46
C. Vom Absatzmarkt ausgehende Merkmale	47
1. Verwendungsbedingtheit homogener Produktionswaren	47
2. Hohe Beschaffungsrationalität der Bedarfsträger	49
3. Relativ geringe Bedarfsträgerzahl	52
4. Oligopolistisch strukturierte Angebotsmärkte	53
D. Pragmatische Charakterisierung der homogenen Produktionswaren anhand eines Warenkataloges	56

	<u>Seite</u>
<b>III. Maßnahmenbereiche und Maßnahmen der Absatzpolitik bei homogenen Produktionswaren</b>	60
<b>A. Die Systematisierungen in der absatzwirtschaftlichen Literatur</b>	60
<b>B. Ausprägung und Bedeutung absatzpolitischer Maßnahmen bei homogenen Produktionswaren</b>	72
<b>1. Produktbereich</b>	74
a) Qualität	74
b) Produktgestaltung	80
c) Produktionsprogramm	83
d) Service/Kundendienst	86
<b>2. Distributionsbereich</b>	93
a) Distributionswege	95
b) Distributionsorgane	100
c) Distributionsbindungen	106
d) Lieferbereitschaft/Mengenleistung	113
e) Lieferservice/Termtreue	117
<b>3. Entgeltbereich</b>	119
a) Preise	120
b) Rabatte	127
c) Zahlungsbedingungen	130
d) Kredite	132
<b>4. Kommunikationsbereich</b>	134
a) Absatzwerbung	136
b) Persönliche Akquisition	140
c) Kaufmännische Beratung/Schulung	143
<b>C. Zusammenfassung: Dominierende Absatzmaßnahmen bei homogenen Produktionswaren</b>	145
<b>D. Zum Problem der Kombination der Absatzmaßnahmen</b>	148
<b>1. Komplementaritäts- und Substitutionsbeziehungen</b>	149
<b>2. Einsetzungs- und Bindungsfristen</b>	151

	<u>Seite</u>
3. Zur Verwendbarkeit quantitativer Lösungsansätze	154
4. Die Kombination der Absatzmaßnahmen bei homogenen Produktionswaren unter Verwendung qualitativ-verbaler Modelle und heuristischer Vorgehensweisen	159
IV. Empirische Analyse der absatzpolitischen Maßnahmen der Hersteller ausgewählter homogener Produktionswaren	169
A. Zur Repräsentation der empirischen Untersuchung und Charakteristik der Märkte	170
1. Die Warengruppen Walzstahl und Zement und die Charakteristik ihrer Märkte	170
2. Der Repräsentationsgrad der Befragung in bezug auf die Absatzverhältnisse bei Walzstahl und Zement	184
B. Absatzpolitische Maßnahmen der Walzstahl- und Zementhersteller	188
1. Maßnahmen im Produktbereich	190
2. Maßnahmen im Distributionsbereich	197
3. Maßnahmen im Entgeltbereich	214
4. Maßnahmen im Kommunikationsbereich	226
C. Zur Maßnahmenkombination der Walzstahl- und Zementhersteller	234
V. Einige Hypothesen zum Einsatz absatzpolitischer Maßnahmen bei homogenen Produktionswaren	236
Verzeichnis der Übersichten	6
Alphabetischer Begriffskatalog mit den wesentlichen Definitionen der Arbeit	7
Anhang	244
Literaturverzeichnis	259