

# Inhaltsverzeichnis

|  | Seite     |
|--|-----------|
| <b>1 „Markenkannibalisierung“ als zentrale Herausforderung bei der Verfolgung von Mehrmarkenstrategien</b> | <b>1</b>  |
| <b>2 Grundüberlegungen zur Wanderungsanalyse bei der Verfolgung von Mehrmarkenstrategien</b>               | <b>2</b>  |
| <b>3 Erfassung interner und externer Wanderungsbewegungen in Mehrmarkenstrategien</b>                      | <b>7</b>  |
| 3.1 Erfassung interner Wanderungsbewegungen: Substitutions- versus Kannibalisierungsanalyse                | 8         |
| 3.1.1 Substitutionsanalyse   | 8         |
| 3.1.2 Kannibalisierungsanalyse   | 10        |
| 3.2 Erfassung externer Wanderungsbewegungen: Partizipationsanalyse   | 15        |
| <b>4 Integration interner und externer Wanderungsbewegungen im Rahmen von Wanderungsbilanzen</b>           | <b>16</b> |
| <b>5 Zusammenfassung</b>   | <b>18</b> |
| <b>Literaturverzeichnis</b>  | <b>20</b> |