

# Inhaltsverzeichnis

|                                                          |    |
|----------------------------------------------------------|----|
| Vorwort .....                                            | 5  |
| Inhaltsverzeichnis .....                                 | 7  |
| <b>1 Einführung</b> .....                                | 11 |
| 1.1 Absatzwirtschaft – Marketing .....                   | 11 |
| 1.2 Markt .....                                          | 13 |
| 1.2.1 Markt und Preis .....                              | 14 |
| 1.2.2 Einflußfaktoren .....                              | 17 |
| 1.2.2.1 Kosten .....                                     | 17 |
| 1.2.2.2 Elastizitäten .....                              | 20 |
| 1.2.3 Vollkommener und unvollkommener Markt .....        | 23 |
| 1.2.4 Marktformen .....                                  | 24 |
| 1.3 Rahmenbedingungen .....                              | 25 |
| <b>2 Der Sozialaspekt des Marketing</b> .....            | 27 |
| 2.1 Soziale Einflüsse auf Marketing .....                | 27 |
| 2.2 Verbraucherpolitik .....                             | 28 |
| <b>3 Marketingorganisation</b> .....                     | 31 |
| 3.1 Organisationsstrukturen .....                        | 31 |
| 3.2 Planung .....                                        | 33 |
| <b>4 Marketinginformation – Marketingforschung</b> ..... | 35 |
| 4.1 Bereiche der Marketingforschung .....                | 35 |
| 4.1.1 Marktforschung .....                               | 35 |
| 4.1.2 Konkurrenzforschung .....                          | 36 |
| 4.2 Methoden der Marketingforschung .....                | 36 |
| 4.2.1 Sekundärforschung .....                            | 36 |
| 4.2.2 Primärforschung .....                              | 37 |
| 4.2.2.1 Befragung .....                                  | 37 |
| 4.2.2.2 Beobachtung .....                                | 38 |
| 4.2.2.3 Experiment .....                                 | 39 |
| 4.2.2.4 Stichproben .....                                | 42 |
| 4.3 Käuferverhalten .....                                | 43 |
| 4.3.1 Typen von Käuferverhalten .....                    | 43 |
| 4.3.2 Ansätze zur Erklärung einer Kaufentscheidung ..... | 45 |
| 4.4 Aufgaben der Marketingforschung .....                | 47 |
| 4.4.1 Absatzprognose .....                               | 48 |
| 4.4.2 Alterung von Produkten .....                       | 49 |
| 4.4.3 Marktsegmentierung .....                           | 50 |
| 4.4.3.1 Begriff und Segmentierungskriterien .....        | 50 |
| 4.4.3.2 Segmentierung und Marktbearbeitung .....         | 52 |

|                                                                 |           |
|-----------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>5 Marketingaktion – Instrumente des Marketing</b>            | <b>53</b> |
| 5.1 Kontrahierungspolitik                                       | 53        |
| 5.1.1 Preispolitik                                              | 53        |
| 5.1.1.1 Einflußgrößen                                           | 53        |
| 5.1.1.2 Marktform und Preispolitik                              | 54        |
| 5.1.1.3 Preisdifferenzierungen                                  | 62        |
| 5.1.1.4 Andere preispolitische Maßnahmen                        | 65        |
| 5.1.2 Rabattpolitik                                             | 66        |
| 5.1.3 Lieferungs- und Zahlungsbedingungen                       | 67        |
| 5.2 Produkt- und Sortimentspolitik                              | 68        |
| 5.2.1 Mittel der Produktpolitik                                 | 69        |
| 5.2.1.1 Diversifikation                                         | 69        |
| 5.2.1.2 Produktinnovation                                       | 70        |
| 5.2.1.3 Produkteliminierung                                     | 70        |
| 5.2.1.4 Produktvariation                                        | 71        |
| 5.2.2 Sortimentspolitik                                         | 72        |
| 5.2.2.1 Elemente des Sortiments                                 | 72        |
| 5.2.2.2 Orientierungsprinzipien                                 | 75        |
| 5.2.3 Verpackungspolitik                                        | 75        |
| 5.2.4 Markenpolitik                                             | 76        |
| 5.2.4.1 Marken                                                  | 76        |
| 5.2.4.2 Ziele der Markenpolitik                                 | 77        |
| 5.2.4.3 Markenzeichen – Gütezeichen                             | 78        |
| 5.3 Kommunikationspolitik                                       | 78        |
| 5.3.1 Werbung                                                   | 79        |
| 5.3.1.1 Werbung als Kommunikation                               | 79        |
| 5.3.1.2 Werbestrategie                                          | 81        |
| 5.3.1.3 Werbemittel                                             | 83        |
| 5.3.1.4 Werbeetat                                               | 85        |
| 5.3.2 Persönlicher Verkauf                                      | 87        |
| 5.3.3 Verkaufsförderung                                         | 88        |
| 5.3.4 Public Relations                                          | 88        |
| 5.4 Distributionspolitik                                        | 89        |
| 5.4.1 Aufgaben und Ziele der Distributionspolitik               | 91        |
| 5.4.2 Absatzwege                                                | 91        |
| 5.4.3 Absatzmittler                                             | 92        |
| 5.4.4 Reisender oder Handelsvertreter?                          | 94        |
| 5.4.5 Franchising                                               | 98        |
| 5.4.6 Absatzdurchführung                                        | 98        |
| 5.4.6.1 Auftragsabwicklung                                      | 98        |
| 5.4.6.2 Grundsätzliche Fragen im Zusammenhang mit der Lieferung | 98        |

|                                         |            |
|-----------------------------------------|------------|
| <b>Inhaltsverzeichnis</b>               | <b>9</b>   |
| 5.4.6.3 Absatzhelfer . . . . .          | 101        |
| 5.4.6.4 Kundendienst . . . . .          | 101        |
| <b>6 Marketingkontrolle . . . . .</b>   | <b>103</b> |
| 6.1 Allgemeine Kontrollgrößen . . . . . | 103        |
| 6.2 Werbeerfolgskontrolle . . . . .     | 103        |
| <b>Wiederholungsaufgaben . . . . .</b>  | <b>105</b> |
| <b>Lösungen . . . . .</b>               | <b>115</b> |
| <b>Stichwortverzeichnis . . . . .</b>   | <b>135</b> |