

ABC-Analyse  
A-(B-, C-)Kunden (→ *Kundenanteils-Analyse*)  
A-Geschäft im Handel  
A-Leser (→ *Leser-/Auflagenbegriffe*)  
Abfindung (→ *Werbeagentur, Vergütung*)  
Abgabeprinzip (→ *Betriebstypen des Handels, Einteilungskriterien*)  
Abgrenzung von Märkten (→ *Marktrelationen*)  
Abhängige Variable (→ *Experiment, Inhalte*)  
Ablaufordnungsfragen (→ *Fragefunktionen*)  
Ablauforganisation (→ *Prozeßorganisation*)  
Ablenkungsfragen (→ *Fragefunktionen*)  
Ablösungs-/Potentialinnovation (→ *Innovation*)  
Abnehmer-Analyse  
Abnehmerumfeld (→ *Angebotsumfeld, Analyse*)  
Abonnementauflage (→ *Leser-/Auflagenbegriffe*)  
Above the Line Advertising (→ *Medieneinsatz, Mix*)  
Abrechnungsklauseln  
Abribus-Stellen (→ *Außenwerbung, Sonderformen*)  
Abrufvertrag (→ *Lieferungsbedingungen*)  
Absatz-/Umsatzpotential (→ *Markterwartungen*)  
Absatz-/Umsatzvolumen (→ *Markterwartungen*)  
Absatzfinanzierung  
Absatzformen  
Absatzhelfer  
Absatzkanal, Angebotskonflikte  
Absatzkanal, Beziehungen  
Absatzkanal, Breite  
Absatzkanal, Funktionen  
Absatzkanal, Gegenleistungskonflikte  
Absatzkanal, Informationskonflikte  
Absatzkanal, Kooperationen

# bersicht

Absatzkanal, Präsenz  
Absatzkanal, Strategiekonflikte  
Absatzkanal, Tiefe  
Absatzkanal, Verfügbarkeitskonflikte  
Absatzmethode  
Absatzmittler  
Absatzmittlerumfeld (→ *Angebotsumfeld, Analyse*)  
Absatzorgane (→ *Akteure im Absatzkanal*)  
Absatzprognose (→ *Prognose, Arten*)  
Absatzquellendefinition  
Absatzwege  
Abschlußmärkte  
Abschlußvertreter (→ *Handelsvertreter*)  
Abschöpfungspreissetzung  
Absenderbezogene Markentypen  
Absenderidentität  
Abstimmung auf den Handelsstufen  
Abstraktionsgrad von Modellen (→ *Marketing, Modelle*)  
Abteilungsanordnung (→ *Ladenorganisation im Handel*)  
Abteilungsbildung (→ *Ladenorganisation im Handel*)  
Abweichungs-Analyse  
Abwicklungsklauseln  
Accept Set (→ *Marke, Auswahl*)  
Adaptive Filter (→ *Autoregressive Verfahren*)  
Advantage-Test (→ *Kommunikationstests, Werbemeßverfahren, Psychographische*)  
AD-VISOR-Test (→ *Werbewirkungskontrolle, Ad hoc-Erhebungen*)  
Additive Differenzregel (→ *Entscheidungsregeln, Kompensatorische*)  
ADM Master Sample (→ *Zufallsauswahl, Sonderformen*)  
Adoption von Neuerungen  
Advertising Workshop (→ *Kommunikationstests*)  
Affektive Komponente (→ *Einstellung*)  
Affinität (in der Mediaplanung)

# Inhaltsübersicht

- After Sales Marketing (→ *Kaufnachbereitung*)
- AGB (→ *Allgemeine Geschäftsbedingungen*)
- Agenturvertrieb
- Agglomerative Preisdifferenzierung (→ *Preisdifferenzierung*)
- Aggregationsgrad von Modellen (→ *Marketing, Modelle*)
- Aggression (→ *Konkurrenzeinstellung*)
- AIOV-Ansatz (→ *Lebensstil*)
- Akquisitionsform (→ *Betriebstypen des Handels, Einteilungskriterien*)
- Akquisitorisches Potential
- Akteure im Absatzkanal
- Aktions-Ansatz (→ *Marketing, Methoden*)
- Aktionserfolg (→ *Aktionspreissetzung*)
- Aktionspreissetzung
- Aktionswerbung (→ *Kommunikation, Formen*)
- Aktive Absetzung im Markt (→ *Marktverhalten*)
- Aktive Begegnung im Markt (→ *Marktverhalten*)
- Aktive Beschwerder
- Aktiver Telefonverkauf (Outbound) (→ *Telefonansprache*)
- Aktivierende Determinanten
- Aktualität (von Informationen) (→ *Information, Anforderungen*)
- Aktueller Wettbewerb (→ *Wettbewerber-Analyse*)
- Akzeptanz (→ *Kommunikationswirkung, Phasen*)
- Akzeptanztest (→ *Testverfahren, Empirische*)
- Akzidenzwerbung (→ *Außenwerbung, Mobile*)
- Alleinfinanzierung (→ *Absatzfinanzierung*)
- Alleinfinanzierung
- Alleinvertreter (→ *Handelsvertreter*)
- Allgemeine Geschäftsbedingungen
- Allgemeinstellen (→ *Außenwerbung, Stationäre*)
- Allokation (→ *Preisfunktionen*)
- Alter (→ *Marktsegmentierung, Kriterien*)
- Alternativenweise Informationsaufnahme (→ *Informations-Display-Matrix*)

Alternativfrage (→ *Fragearten, Fragetechnik im Verkaufsgespräch*)  
Alternativhypothese (→ *Signifikanztest, Vorgehen*)  
Alternativtechnik (→ *Konfliktüberwindung im Verkaufsgespräch*)  
Alterseffekt (→ *Kohortenanalyse*)  
Altersquerschnitt-Analyse  
Amortisationsmethode (→ *Wirtschaftlichkeitsrechnung*)  
Amstutz-Modell (→ *Simulationsmodelle, Detailanalytische*)  
Analogieschätzung  
Analyseverfahren im Marketing  
Analytische Fragen (→ *Fragefunktionen*)  
Analyzer (→ *Innovation*)  
Anbieterseite (→ *Marktkonstitution*)  
Andienungsvertrag (→ *Lieferungsbedingungen*)  
Anfangsbuchstaben-Verfahren (→ *Zufallsauswahl, Systematische*)  
Anfrage (→ *Kaufvertrag*)  
Angebot, Inhalte  
Angebot, Kaufmännisches  
Angebotsanreiz (→ *Preisfunktionen*)  
Angebotsanspruch  
Angebotsdominanz  
Angebotsfokussierung  
Angebotspflege  
Angebotsumfeld, Analyse  
Angebotswerbung (→ *Kommunikation, Formen*)  
Anglemeter (→ *Testverfahren, Aktualgenetische*)  
Anmoderierter Spot (→ *Rundfunkspots, Sonderformen*)  
Annahme (→ *Kaufvertrag*)  
Annahmetechnik (→ *Konfliktüberwindung im Verkaufsgespräch*)  
Annahmeverzug  
Annuitätenmethode (→ *Wirtschaftlichkeitsrechnung*)  
Anpassungsfunktion (→ *Wettbewerb*)  
Anpassungsstrategie (→ *Absatzkanal, Präsenz*)  
Anpassungstest (→ *Testverfahren, Statistische*)  
Anregungsphase (→ *Marketingforschung, Phasen*)  
Ansoff-Matrix (→ *Marktfelder*)  
Anspruchsbegründung

Antrag (→ *Kaufvertrag*)  
Antwortzeitmessung (→ *Testverfahren, Mechanische*)  
Anwendungsinnovation (→ *Innovation*)  
Anzeigen (→ *Mediaeinsatz, Mix*)  
Anzeigenblätter (→ *Printwerbung, Sonderformen*)  
Anzeigenwerbung  
Apersonale Kanäle (→ *Kommunikation, Kanäle*)  
Appelltechnik (→ *Preisargumentation im Verkaufsgespräch*)  
Appetenz-Appetenz-Konflikt (→ *Motivkonflikte*)  
Appetenz-Aversions-Konflikt (→ *Motivkonflikte*)  
Äquivalenzziffernkalkulation (→ *Vollkostenrechnung*)  
Arbeitsgemeinschaft (→ *Kooperation*)  
Arbeitsspeicher (→ *Desk Top Publishing, Speichermedien*)  
Arbitron (Wearable Meters) (→ *Werbe- meßverfahren, Psychographische*)  
Area Management  
Arousal Level (→ *Emotion*)  
Arrondierung im Marketing  
Assimilierung im Marketing  
Assoziationsfragen (→ *Fragefunktionen*)  
Assoziationspsychologie (→ *Wahrnehmung, Gesetzmäßigkeiten*)  
Atemvolumenmessung (→ *Testverfahren, Psychomotorische*)  
Attribut-Dominanzregel (→ *Entscheidungsregeln, Kompensatorische*)  
Attributdominanz (→ *Wahrnehmung, Effekte*)  
Attributionstheorie (→ *Dissonanzen, Inhalte*)  
Attributweise Informationsaufnahme (→ *Informations-Display-Matrix*)  
Audience-Effekt (→ *Wahrnehmung, Effekte*)  
Audiokommunikation  
Auditierung  
Aufbauorganisation (→ *Strukturorganisation*)  
Aufbereitungsphase (→ *Marketingforschung, Phasen*)  
Aufkauf-Großhandel (→ *Großhandel, Betriebstypen*)  
Aufklärung (als Absatzquellendefinition)  
Aufmachung (→ *Packungsbegriffe*)

## Inhaltsübersicht

- Aufmerksamkeit (→ *Kommunikationswirkung, Phasen*)
- Aufstiegskäufer (→ *Käuferklassen*)
- Auftrags-Forschung und Entwicklung
- Auktion
- Ausbildung (→ *Marktsegmentierung, Kriterien*)
- Ausgleichsfragen (→ *Fragefunktionen*)
- Ausgleichsgeber (→ *Preispolitischer Ausgleich*)
- Ausgleichsnehmer (→ *Preispolitischer Ausgleich*)
- Ausgleichsprinzip (→ *Preispolitischer Ausgleich*)
- Auskunftskontrollfragen (→ *Fragefunktionen*)
- Ausmaß von Zielen (→ *Zielsetzungen im Marketing*)
- Ausschreibung (→ *Submission*)
- Außen-Großhandel (→ *Großhandel, Betriebstypen*)
- Außenhandelsfinanzierung
- Außenwerbung, Mobile
- Außenwerbung, Sonderformen
- Außenwerbung, Stationäre
- Aussonderung von Daten (→ *Datenaufbereitung*)
- Ausstattung (→ *Packungsbegriffe*)
- Ausstattung
- Ausstellung (→ *Repräsentationsmärkte*)
- Austauschprozesse auf Märkten (→ *Marktrelationen*)
- Auswahl aufs Geratewohl
- Auswahl mit Anordnung (→ *Zufallsauswahl, Sonderformen*)
- Auswahl mit ungleichen Wahrscheinlichkeiten (→ *Zufallsauswahl, Sonderformen*)
- Auswahlmodell (→ *Entscheidungsregeln, Kompensatorische*)
- Auswahlverfahren (→ *Teilerhebung*)
- Auswahlverzerrungen
- Ausweichen als Mediataktik (→ *Mediaplanung, Taktiken*)
- Ausweichposition (→ *Positionierung, Optionen*)
- Auswertungsobjektivität (→ *Objektivität*)
- Automatenverkauf (→ *Einzelhandel, Sonderformen der Betriebstypen*)
- Autonomer Verfall (→ *Vergessen*)
- Autonomie (→ *Konkurrenzeinstellung*)

# Inhaltsübersicht

- Autoregressive Verfahren, Autoritäre Grundhaltung (→ *Führungsstile*)
- Available Set (→ *Marke, Auswahl*)
- Avalkredit (→ *Dingliche Sicherheiten*)
- Aversions-Aversions-Konflikt (→ *Motivkonflikte*)
- Avoid (→ *Erweiterte Wettbewerbsvorteils-Matrix, Strategisches Spielbrett*)
- Awareness Set (→ *Marke, Auswahl*)
- B-Geschäft im Handel
- Bagatellisierungstechnik (→ *Preisargumentation im Verkaufsgespräch*)
- Balkendiagramm (→ *Visualisierung von Daten*)
- Bandwagon-Effekt (→ *Nachfrageeffekte*)
- Bargeldlose Zahlung
- Barkauf (→ *Kaufvertrag, Arten*)
- Barometrische Preisführerschaft (→ *Preisführerschaft*)
- Barriers to Entry (→ *Markteintrittsschranken*)
- Barriers to Exit (→ *Marktaustrittsschranken*)
- Barter (→ *Gegenseitigkeitsgeschäfte*)
- Barzahlung
- Barzahlungsrabatt (→ *Wettbewerbsrecht, Rabattgesetz*)
- Basistechnologie (→ *Innovation*)
- Basiswerbung (→ *Kommunikation, Formen*)
- Bedarfs-Analyse
- Bedarfsabdeckung
- Bedürfnispyramide (→ *Maslow'sche Bedürfnishierarchie*)
- Beeinflusser (Influencer) (→ *Einkaufsgremium*)
- Beeinflussungs-Mix (→ *Betriebstypen des Handels, Einteilungskriterien*)
- Befragung, Sonderformen
- Begegnen als Mediataktik (→ *Mediaplanung, Taktiken*)
- BehaviorScan, Anlage
- BehaviorScan, Bewertung
- Behinderung (→ *Wettbewerbsrecht, UWG-Fallgruppen*)
- Beihefter (→ *Printwerbung, Sonderformen*)
- Beikleber (→ *Printwerbung, Sonderformen*)

Beilage (→ *Printwerbung, Sonderformen*)  
Beispielprodukte (→ *Werbeobjekte*)  
Beispieltechnik (→ *Nutzenbeweis*)  
Belegauflage (→ *Leser-/Auflagenbegriffe*)  
Belohnungs-/Bestrafungsmacht (→ *Soziale Macht*)  
Below the Line Advertising  
Benchmarking  
Benefit  
Beobachtung, Bewertung  
Beobachtung, Inhalte  
Beruf (→ *Marktsegmentierung, Kriterien*)  
Beschaffungsmarketing  
Beschaffungsorganisation (→ *Logistik, Entscheidungen*)  
Beschränkung (→ *Preisfunktionen*)  
Beschwerde, Messung  
Beschwerde, Stimulierung  
Beschwerde, Verhalten  
Besitz (→ *Marktsegmentierung, Kriterien*)  
Bestätigung (→ *Kaufvertrag*)  
Bestellerkredit (→ *Außenhandelsfinanzierung*)  
Bestellung  
Beteiligung (→ *Konzentration*)  
Betriebsgröße (→ *Betriebstypen des Handels, Einteilungskriterien*)  
Betriebsgrößeneffekt (→ *Größeneffekte, Statische*)  
Betriebshandelsspanne (→ *Kennzahlen im Handel*)  
Betriebssysteme (→ *Desk Top Publishing, Software*)  
Betriebstypen des Handels  
Beurteilungsmodell (→ *Entscheidungsregeln, Kompensatorische*)  
Bevölkerungsmethode (→ *Hochrechnungen, Standortwahl, Analog-Methode*)  
Bewegtbildkommunikation  
Bewußtauswahl  
Beziehungsebene (→ *Kommunikation, Grundlagen*)  
Beziehungsmanagement im Marketing  
Beziehungszahlen (→ *Kennziffern*)  
Bezirksvertreter (→ *Handelsvertreter*)  
Bezugsgruppe  
Bildbank (→ *Festbildkommunikation*)

Bildbearbeitungsprogramme (→ *Desk Top Publishing, Software*)  
Bildfernsprechen (→ *Bewegtbildkommunikation*)  
Bildplattenspieler  
Bildschirm (→ *Desk Top Publishing, Ausgabegeräte*)  
Bildschirmbefragung  
Bildschirmtext (Datex-J, T-Online)  
Bildschirmtext-Befragung (→ *Mediengestützte Befragung, Alternativen*)  
Bildvorlage (→ *Druckvorlagenerstellung*)  
Billiglohnproduktion (→ *Marketing, Ethik*)  
Binnenschifffahrt (→ *Wassertransport, Arten*)  
Binomialverteilung (→ *Wahrscheinlichkeitsverteilung*)  
Biotische Situation (→ *Beobachtung, Testverfahren, Empirische*)  
Blickregistrierung (→ *Testverfahren, Mechanische*)  
Blutanalyse (→ *Testverfahren, Psychomotorische*)  
Blutdruckmessung (→ *Testverfahren, Psychomotorische*)  
Bolstering-Effekt (→ *Wahrnehmung, Effekte*)  
Börse  
Bottom Off-Angebot (→ *Strukturbeeinflussung*)  
Bottom up-Ansatz (→ *Willensbildung in Organisationen*)  
Box Jenkins-Ansatz (→ *Autoregressive Verfahren*)  
Brainstorming  
Branchenanalyse (→ *Analyseverfahren im Marketing*)  
Brand Equity (→ *Marke, Wert*)  
Break Even-Absatz (→ *Markterwartungen*)  
Break Even-Analyse  
Break Even-Analyse, Bewertung  
Briefingelemente  
Broadening im Marketing  
Bruttokontaktsumme  
Bruttonutzenziffer (→ *Kennzahlen im Handel*)  
Bruttopreisbildung (→ *Preisdifferenzierung*)  
BuBaW (Bestellung unter Bezugnahme

## Inhaltsübersicht

auf Werbung) (→ *Werbemeßverfahren, Ökoskopische*)

Budgetentscheidung (→ *Kaufprozeß*)

Budgetierung, Analytische Verfahren

Budgetierung, Arten

Budgetierung, Nicht-analytische Verfahren

Bumerang-Effekt (→ *Wahrnehmung, Effekte*)

Buntfax (→ *Festbildkommunikation*)

Bürgerlicher Kauf (→ *Kaufvertrag, Arten*)

Bürgschaft (→ *Persönliche Sicherheiten*)

Business Environmental Risk Index (BERI) (→ *Internationalisierung, Marktwahl*)

Business Marketing (→ *Marketing, Struktur*)

Business Process Reengineering

Business to Business-Media

Buy Back (→ *Gegenseitigkeitsgeschäfte*)

Buying Center

C-Box (→ *Werbemeßverfahren, Psychographische*)

C-Geschäft im Handel

CAAS

Caravan-Befragung (→ *Befragung, Sonderformen*)

Cards&Clubs

Carry Over-Effekt (→ *Experiment, Effekte, Wahrnehmung, Effekte*)

Cash Cows (→ *Portfolio, Vier-Felder-, Positionen*)

Cash&Carry (→ *Großhandel, Betriebs-typen*)

CB-EA-Design (→ *Informales Experiment*)

CD-I (→ *Grafikkommunikation*)

CD-ROM (→ *Desk Top Publishing, Speichermedien*)

CEDAR-Test (→ *Werbewirkungskontrolle, Ad hoc-Erhebungen*)

Chancen-Risiken-Analyse

Change Management (→ *Kulturwandel*)

Channel Management

Checklisten (→ *Planungstechniken*)

Clarifier (→ *Reagierer-Konzept*)

Clubsystem

Cluster Sampling (→ *Klumpenauswahl*)

## Inhaltsübersicht

Co-Branding (→ *Cards&Clubs*)

Communicator-Effekt (→ *Wahrnehmung, Effekte*)

Competitive Benchmarking (→ *Benchmarking*)

Computer Assisted Personal Interviewing (CAPI) (→ *Bildschirmbefragung*)

Computer Assisted Self Interviewing (CASI) (→ *Computerbefragung*)

Computer Based Training (CBT) (→ *Desk Top Publishing, Software*)

Computerbefragung

Computergestütztes Telefon-Interviewsystem

Computerkonferenz (→ *Datenkommunikation*)

Consumer Promotion (→ *Verkaufsförderung, Maßnahmen*)

Contentanalyse (→ *Marketing, Revision*)

Convenience Goods (→ *Produktarten*)

Copy Strategy

Copy-Analyse

Copy-Test

Corporate Behavior

Corporate Communications

Corporate Culture (→ *Absenderidentität, Unternehmenskultur*)

Corporate Design

Corporate Identity

Corporate Image (→ *Corporate Identity*)

Corporate Marketing (→ *Marketing, Struktur*)

Corporate Mission (→ *Absenderidentität*)

Corporate Personality (→ *Absenderidentität*)

Cost and Freight (→ *Incoterms*)

Cost, Insurance, Freight (→ *Incoterms*)

Counterfeiting (→ *Angebotspflege*)

Courtage (→ *Handelsmakler*)

Coverage (→ *Handelspanels*)

CPM (→ *Netzplantechnik*)

Creative Placement (→ *Placement*)

Credentials (→ *Werbeagentur, Auswahl*)

Cross Buying (→ *Cross Selling*)

Cross Selling

Customized Marketing Cut Off (→ *Konzentrationsverfahren*)

Dachmarke  
 Daktyloskop (→ *Testverfahren, Mechanische*)  
 Database Marketing (→ *Mailing*)  
 Datenaufbereitung  
 Datenbanken  
 Datenbankschnittstelle (→ *Marketing-Informationssystem, Struktur*)  
 Datenbasis  
 Datenerhebungsphase (→ *Marketingforschung, Phasen*)  
 Datenfernübertragung (DFÜ) (→ *Desk Top Publishing, Vernetzung*)  
 Datenkommunikation  
 Datenquellen  
 Datenschutz  
 Dauerwerbung/Werbetechnik (→ *Außenwerbung, Sonderformen*)  
 De-Brief (→ *Briefing, Elemente*)  
 Dealer Promotion (→ *Verkaufsförderung, Maßnahmen*)  
 Decision Calculus  
 Deckungsbeitragsrechnung, Darstellung  
 Deckungsbeitragsrechnung, Kostenanalysen  
 Deckungsbeitragsrechnung, Moderne Varianten  
 Deepening im Marketing  
 Defender (→ *Innovation*)  
 Definitionsphase (→ *Marketingforschung, Phasen*)  
 Degenerationsphase  
 Deglomerative Preisdifferenzierung (→ *Preisdifferenzierung*)  
 Delivered at Frontier (→ *Incoterms*)  
 Delivered Duty Paid (→ *Incoterms*)  
 Delphi-Methode  
 Demographie (→ *Zielgruppen*)  
 Demokratische Grundhaltung (→ *Führungsstile*)  
 Demonstrationsladen  
 Denotation (→ *Transfermarke*)  
 Depotsystem  
 Design  
 Desk Research (→ *Sekundärerhebung*)  
 Desk Top Publishing, Ausgabegeräte  
 Desk Top Publishing, Eingabegeräte  
 Desk Top Publishing, Software  
 Desk Top Publishing, Speichermedien  
 Desk Top Publishing, Vernetzung  
 Deskriptionstest (→ *Testverfahren, Empirische*)

Deskriptive Datenanalyse  
 Detaillierungsgrad (→ *Information, Anforderungen*)  
 Deterministische Informationen (→ *Information, Bestimmtheit*)  
 Dia auf Film (→ *Kinospots*)  
 Diabelichter (→ *Desk Top Publishing, Ausgabegeräte*)  
 Diagonale Diversifikation (→ *Diversifikation, Formen*)  
 Dialogbank (→ *Marketing-Informationssystem, Struktur*)  
 Dialogfragen (→ *Fragefunktionen*)  
 Dialogmodul (→ *Expertensystem*)  
 Dialogspot (→ *Rundfunkspots, Sonderformen*)  
 Dialogwerbung (→ *Kommunikation, Formen*)  
 Dienstleistungen, Bedeutung  
 Dienstleistungen, Definition  
 Dienstleistungen, Markt  
 Dienstleistungen, Qualität  
 Dienstvertrag (→ *Abrechnungsklauseln*)  
 Differenzierte Teilmarktbearbeitung (→ *Marktsegmentierung, Kombinationen*)  
 Differenzierte Totalmarktbearbeitung (→ *Marktsegmentierung, Kombinationen*)  
 Differenztechnik (→ *Preisargumentation im Verkaufsgespräch*)  
 Diffusion  
 Diffusions-Ansatz (→ *Marketing, Methoden*)  
 Dimensionen von Zielen (→ *Zielsetzungen im Marketing*)  
 Dimensionierungsfunktion der Packung (→ *Packung, Rationalisierungsfunktion*)  
 DIN/ISO 9000 ff. (→ *Zertifizierung*)  
 Dingliche Sicherheiten  
 Direktabsatz, Aussage  
 Direktabsatz, Bewertung  
 Direktabsatz, Repräsentanten  
 Direktansprache (→ *Direktmarketing*)  
 Direktbefragung (→ *Werbemeßverfahren, Ökoskopische*)  
 Direkte Produkt-Profitabilität (DPP), Aussage  
 Direkte Produkt-Profitabilität (DPP), Bewertung

## Inhaltsübersicht

- Direkter Export (→ *Internationalisierung, Marktzugang*)
- Direktinvestition
- Direktmarketing
- Direktverkauf (→ *Direktmarketing*)
- Direktwerbe-Anzeigen
- Direktwerbe-Fernsehspots
- Disaggregation (→ *Marketing, Revision*)
- Discounter
- Discountpreissetzung
- Disjunktionsregel (→ *Entscheidungsregeln, Nicht-kompensatorische*)
- Diskette (→ *Desk Top Publishing, Speichermedien*)
- Diskontinuitätenbetrachtung (→ *Marketing, Revision*)
- Diskretionäres Einkommen (→ *Kaufkraft*)
- Diskriminanzvalidität (→ *Validität*)
- Diskriminationstest (→ *Testverfahren, Empirische*)
- Diskriminierung der Frau (→ *Marketing, Ethik*)
- Disponibles Einkommen (→ *Kaufkraft*)
- Dissonanz-Attributions-Modell (→ *Involvement, Darstellung*)
- Dissonanzen, Inhalte
- Dissonanzen, Reduktion
- Distanzen (→ *Verkaufsgesprächselemente*)
- Distanzmodell (→ *Käuferverhalten, Erklärungsansätze*)
- Distanzprinzip (→ *Absatzformen*)
- Distribution
- Distributions- und Verkaufspolitik
- Distributionskennzahlen (→ *Handelspanels*)
- Diversifikation, Formen
- Diversifikation, Implementierung
- Diversifizierung (→ *Gap-Analyse, Aussage, Marktfelder*)
- Divisions-/Multiplikationstechnik (→ *Preisargumentation im Verkaufsgespräch*)
- Divisionskalkulation (→ *Vollkostenrechnung*)
- Do ut des-Technik (→ *Preisargumentation im Verkaufsgespräch*)
- Dokumentation (→ *Verkaufsliteratur*)
- Dokumentenakkreditiv (→ *Außenhandelsfinanzierung*)

## **Inhaltsübersicht**

Ergebnisstandardisierung (→ *Standardisierung von Dienstleistungen*)  
Erhebungskontrollfragen (→ *Fragefunktionen*)  
ERIM (→ *Mini-Markttest*)  
Erklärungsbedürftige Produkte (→ *Güterttypen*)  
Erklärungsmodul (→ *Expertensystem*)  
Erlebniskauf (→ *Hybrider Verbraucher*)  
Erlösschmälerungen  
Eroberung (als Absatzquellendefinition)  
Erstausstattung (→ *Original Equipment Manufacturing*)  
Erstkauf (→ *Kauftypen*)  
Erstkäufer (→ *Käuferklassen*)  
Erstleser (→ *Leser-/Auflagenbegriffe*)  
Erstmarke  
Erstpositionierung  
Erwartungsregel (→ *Entscheidungsregeln, Kompensatorische*)  
Erweiterte Wettbewerbsvorteils-Matrix  
Eskin-Ansatz (→ *Kaufeintrittsmodelle*)  
Ethnozentrales Angebot (→ *Marktareal, Supranationales*)  
Eurocheque (→ *Scheckzahlung*)  
Evaluationstest (→ *Testverfahren, Empirische*)  
Events  
Evoked Set of Brands (→ *Marke, Auswahl*)  
Evolutions-Ansatz (→ *Marketing, Paradigmenwechsel*)  
Ex post facto (→ *Experiment, Ausprägungen*)  
Ex Quay (→ *Incoterms*)  
Ex Ship (→ *Incoterms*)  
Ex Works (→ *Incoterms*)  
Executive Support System (→ *Expertensystem*)  
Exklusiver Absatz  
Exklusivkäufer (→ *Käuferklassen*)  
Exklusivleser (→ *Leser-/Auflagenbegriffe*)  
Experiment, Ausprägungen  
Experiment, Effekte  
Experiment, Inhalte  
Expertenbeobachtung  
Expertenmacht (→ *Soziale Macht*)  
Expertensystem  
Exponentielle Glättung (→ *Glättungsrechnungen*)

Export (→ *Internationalisierung, Marktzugang*)  
Extensiver Kaufentscheid  
Externale Kosten (→ *Marketing, Ethik*)  
Externe Datenquellen (→ *Datenquellen*)  
Externe Validität (→ *Validität*)  
Externer Faktor bei Dienstleistungen  
Externer Faktor-Standardisierung (→ *Standardisierung von Dienstleistungen*)  
Extremgruppen-Validität (→ *Validität*)  
  
Fabrikationsfehler (→ *Produkthaftung*)  
Fachgeschäft  
Fachmarkt  
Fachpromotor (→ *Promotoren-Konzept*)  
Fachversandhandel  
Fachwerbung  
Facial Action Scanning Technique (FAST) (→ *Testverfahren, Mechanische*)  
Factoring  
Factory Outlet  
Faktische Alleinstellung  
Faktorielles Design (→ *Formales Experiment*)  
Falsche Wahl-Technik (→ *Konfliktüberwindung im Verkaufsgespräch*)  
Familienentscheid  
Familienlebenszyklus  
Familienstand (→ *Marktsegmentierung, Kriterien*)  
Fangfrage (→ *Fragetechnik im Verkaufsgespräch*)  
Farb-Test (→ *Testverfahren, Figurale*)  
Farbigkeit (→ *Mediaeinsatz, Ausstattung*)  
Farbstimmung (→ *Corporate Design*)  
Fehler 1. Art (→ *Signifikanztest, Inhalte*)  
Fehler 2. Art (→ *Signifikanztest, Inhalte*)  
Fehlerspanne (→ *Stichprobengüte*)  
Feldbeobachtung (→ *Beobachtung*)  
Feldorganisation (→ *Channel Management*)  
Feldtheorie (→ *Positioning*)  
Fernkauf (→ *Kaufvertrag, Arten*)  
Fernkopieren (→ *Festbildkommunikation*)  
Fernsehen, Digital (→ *Bewegtbildkommunikation*)

Fernsehspots  
 Fernzeichnen (Textfax) (→ *Grafikkommunikation*)  
 Festbildkommunikation  
 Festplatte (→ *Desk Top Publishing, Speichermedien*)  
 Festpreis (→ *Preisvorgaben*)  
 Festrabatt (→ *Rabatt*)  
 Feststellungstechnik (→ *Konfliktüberwindung im Verkaufsgespäch*)  
 Festwertbudgetierung (→ *Budgetierung, Nicht-analytische Verfahren*)  
 FFF-Produktion (→ *Sendevorlagengenerstellung*)  
 Field Research (→ *Primärerhebung*)  
 Filterfragen (→ *Fragefunktionen*)  
 Finance Leasing (→ *Leasing, Darstellung*)  
 Firmenmarketing  
 Fixkauf (→ *Kaufvertrag, Arten*)  
 Fixkosten (→ *Kostenrechnungsgrundlagen*)  
 Fixkostendegression (→ *Größeneffekte, Statische*)  
 Flächenauswahl  
 Flankenangriff im Marketing (→ *Marktherausforderer*)  
 Flexible Preissetzung (→ *Preispositionierung*)  
 »Flohmarkt« im Marketing (→ *Marktfuktuation*)  
 Fokusgruppe (→ *Gruppendiskussion*)  
 Fokussierung (→ *Internationalisierung, Marktführung*)  
 Fokussierungsposition (→ *Positionierung, Optionen*)  
 Foldertest (→ *Werbewirkungskontrolle, Ad hoc-Erhebungen*)  
 Formales Experiment  
 Formate (→ *Mediaeinsatz, Ausstattung*)  
 Formatierung (→ *Testverfahren, Aktualgenetische*)  
 Formelle Gruppe (→ *Mitgliedschaftsgruppe*)  
 Forschung und Entwicklung  
 Forschungsphase (→ *Marketingforschung, Phasen*)  
 Fortschreibungsbudgetierung (→ *Budgetierung, Arten*)  
 Fortschrittsfunktion (→ *Wettbewerb*)  
 Fotostil (→ *Corporate Design*)

## Inhaltsübersicht

Fourt, Woodlock-Ansatz (→ *Kaufeintrittsmodelle*)  
Frachtführer  
Fragearten  
Fragebogendramaturgie (→ *Fragetaktik*)  
Frageformulierungen  
Fragefunktionen  
Fragenkatalog (→ *Kreativitätstechniken, Systematische*)  
Fragenkatalog  
Fragetaktik  
Fragetechnik im Verkaufsgespräch  
Fragetypenkomposition (→ *Fragetaktik*)  
Fragetypensequenz (→ *Fragetaktik*)  
Fragmented (→ *Wettbewerbsvorteils-Matrix*)  
Fraktionelles Design (→ *Formales Experiment*)  
Franchising  
FRAP-Methode (Frequenz-Relevanz-Analyse für Probleme) (→ *Problementdeckungs-Methode*)  
Free Alongside Ship (→ *Incoterms*)  
Free Carrier (→ *Incoterms*)  
Free on Board (→ *Incoterms*)  
Free on Board Airport (→ *Incoterms*)  
Free on Rail/Free on Truck (→ *Incoterms*)  
Freight & Carriage & Insurance Paid to (→ *Incoterms*)  
Freight & Carriage Paid to (→ *Incoterms*)  
Freihandtrend  
Freiheitsgrade (→ *T-Test*)  
Freistücke (→ *Leser-/Auflagenbegriffe*)  
Freiwillige Kette  
Fremdbeobachtung (→ *Beobachtung*)  
Fremdbetrieb (→ *Lager, Betrieb*)  
Fremdgestaltung des Absatzes (→ *Absatzformen*)  
Fremdlieferung (→ *Make or Buy-Entscheidung*)  
Fremdtransport (→ *Transportmittelbetrieb*)  
Fristvertrag (→ *Lieferungsbedingungen*)  
Frontalangriff im Marketing (→ *Marktherausforderer*)  
Frühaufklärung (→ *Präventionssysteme, Generationen*)  
Frühaufklärung  
Frühe Mehrheit (→ *Diffusion*)  
Frühe Übernehmer (→ *Diffusion*)

## **Inhaltsübersicht**

- Früherkennung (→ *Präventionssysteme, Generationen*)
- Frühwarnfunktion (→ *Marketingforschung, Begriffe*)
- Frühwarnsystem
- Führungsstile
- Full Service-Agentur (→ *Werbeagentur, Beratung*)
- Füllfragen (→ *Fragefunktionen*)
- Fünf-Faktoren-Ansätze im Marketing (→ *Marketing, Instrumentaleinsatz*)
- Funkruf/Cityruf (→ *Audiokommunikation*)
- Funktional-Ansatz (→ *Marketing, Methoden*)
- Funktionalanalyse
- Funktionsfähiger Wettbewerb (→ *Marketing, Ethik*)
- Funktionsorganisation
- Funktionsrabatt (→ *Rabatt*)
- Fusion (→ *Konzentration*)
  
- Gabelungsfragen (→ *Fragefunktionen*)
- Game Show (→ *Rundfunkspots, Sonderformen*)
- Ganzheits-Ansatz (→ *Marketing, Methoden*)
- Ganzheitspsychologie (→ *Wahrnehmung, Gesetzmäßigkeiten*)
- Ganzseitenlayout (→ *Desk Top Publishing, Software*)
- Ganzstellen (→ *Außenwerbung, Stationäre*)
- Gap-Analyse, Aussage
- Gap-Analyse, Bewertung
- Garantierte Auflage (→ *Leser-/Auflagenbegriffe*)
- Gattungskauf (→ *Kaufvertrag, Arten*)
- Gattungsware, Aussage
- Gattungsware, Bewertung
- Gebiet (→ *Marktkonstitution*)
- Gebietsausdehnung
- Gebietsorganisation
- Gebietsverkaufstest (→ *Werbemeßverfahren, Ökoskopische*)
- Gebindegröße (→ *Preisinteresse*)
- Gebrauchsanleitung (→ *Verkaufsliteratur*)
- Gebrauchsmuster
- Gebundene Gestaltung des Absatzes (→ *Absatzformen*)

Gebundene Preise (→ *Preisbindung der zweiten Hand*)  
Geburtsdatum-Verfahren (→ *Zufallsauswahl, Systematische*)  
Gedächtnis  
Gegenfragetechnik (→ *Einwandbehandlung, Fragetechnik im Verkaufsgespräch*)  
Gegengeschäft (→ *Gegenseitigkeitsgeschäfte*)  
Gegenseitigkeitsgeschäfte  
Gegenstrom-Ansatz (→ *Willensbildung in Organisationen*)  
Geheimrabatt (→ *Rabatt*)  
Gehirnstrommessung (→ *Testverfahren, Psychomotorische*)  
Gelbe Güter (→ *Produktarten*)  
Gelbe Zone (→ *Portfolio, Neun-Felder-, Positionen*)  
Geld vor Ware-Abwicklung (→ *Abwicklungsklauseln*)  
Geldrabatt (→ *Rabatt*)  
Geltungsnutzen (→ *Nutzenversprechen*)  
Gemeinkosten (→ *Kostenrechnungsgrundlagen*)  
Gemeinkostenwertanalyse  
Gemeinschaftsunternehmen (→ *Unabhängigkeit*)  
Gemeinschaftsuntersuchungen (→ *Markt-Media-Analysen*)  
Gemeinschaftswerbung  
Gemischtwarenladen  
Genauigkeit von Daten (→ *Datenbasis*)  
General Electric-Ansatz (→ *Portfolio, Neun-Felder-, Positionen*)  
General Interest-Titel (GI) (→ *Zeitschriftenanzeigen*)  
Generalisierung (→ *Internationalisierung, Marktführung*)  
Generalvertreter (→ *Handelsvertreter*)  
Generationseffekt (→ *Kohortenanalyse*)  
Generic Benchmarking (→ *Benchmarking*)  
Generic Marketing (→ *Marketing, Struktur*)  
Generic Placement (→ *Placement*)  
Generik-Ansatz (→ *Marketing, Methoden*)  
Genossenschafts-Großhandel (→ *Großhandel, Betriebstypen*)  
Geozentrales Angebot (→ *Marktareal, Supranationales*)

Gerichtsstand (→ *Angebot, Inhalte*)  
 Geschäftsausstattung (→ *Handelsplatz-  
auftritt*)  
 Geschäftsfähigkeit (→ *Vertragsgrundla-  
gen*)  
 Geschäftsfelddefinition  
 Geschäftsfläche (→ *Ladenorganisation  
im Handel*)  
 Geschäftsfreundestrategie (→ *Absatzka-  
nal, Präsenz*)  
 Geschäftslage (→ *Betriebstypen  
des Handels, Einteilungskrite-  
rien*)  
 Geschäftslage (→ *Standort*)  
 Geschlecht (→ *Marktsegmentierung,  
Kriterien*)  
 Geschlossene Fragen  
 Geschlossenes Warenwirtschaftssystem,  
Inhalte  
 Geschlossenes Warenwirtschaftssystem,  
Module  
 Geschmacksmuster  
 Gesellschaftsschicht (→ *Soziale  
Schicht*)  
 Gesplitteter Absatz  
 Gestaltpsychologie (→ *Wahrnehmung,  
Gesetzmäßigkeiten*)  
 Gewerblicher Rechtsschutz  
 Gewichtung von Zielen (→ *Zielsetzun-  
gen im Marketing*)  
 Gewinnvergleichsmethode (→ *Wirt-  
schaftlichkeitsrechnung*)  
 Gewohnheitskauf (→ *Wahlentscheid*)  
 Giffen-Effekt (→ *Nachfrageeffekte*)  
 Glättungsberechnungen  
 Gleitender Durchschnitt (→ *Durch-  
schnittsberechnungen*)  
 Gliederungszahlen (→ *Kennziffern*)  
 Global Advertising  
 Global Marketing (→ *Gebietsausdeh-  
nung*)  
 »Goldener Käfig« im Marketing (→  
*Marktfluktuation*)  
 »Goldgrube« im Marketing (→ *Markt-  
fluktuation*)  
 Gompertz-Funktion (→ *Sättigungsfunk-  
tionen*)  
 Grafikkommunikation  
 Grafikprogramme (→ *Desk Top Publi-  
shing, Software*)  
 Grauer Markt (→ *Direktvertrieb über  
Repräsentanten*)

## Inhaltsübersicht

Gravitationsmodell (→ *Standortwahl, Raumgebiets-Modell*)

Gremienorganisation

Grenzplankostenrechnung (→ *Dekungsbeitragsrechnung, Moderne Varianten*)

Grid (→ *Leitungsgitter*)

Griechisch-lateinisches Quadrat (→ *Formales Experiment*)

Gross Rating Points (GRP) (→ *Bruttokontaktsumme*)

Größeneffekte, Dynamische

Größeneffekte, Statische

Großflächen (→ *Außenwerbung, Stationäre*)

Großhandel, Betriebstypen

Großhandel, Einschaltung

Grundauszählung

Grundpfandrechte (→ *Dingliche Sicherheiten, Langfristige Finanzierung*)

Grundsortiment (→ *Sortimentsinhalte*)

Grüne Zone (→ *Portfolio, Neun-Felder-, Positionen*)

Gruppen-Effekt (→ *Experiment, Effekte*)

Gruppendiskussion

Gruppenexploration

Gruppeninterview

Gruppenorganisation (→ *Mitgliedschaftsgruppe*)

Gruppenwerbung (→ *Kollektivwerbung*)

Guerillaüberfall im Marketing (→ *Marktherausforderer*)

Güte von Daten (→ *Datenbasis*)

Güterart (→ *Betriebstypen des Handels, Einteilungskriterien*)

Gütergruppe (→ *Marktkonstitution*)

Gütertypen

GWWS (→ *Geschlossenes Warenwirtschaftssystem, Inhalte*)

Habitualisierter Kaufentscheid

Halbbare Zahlung

Halo-Effekt (→ *Wahrnehmung, Effekte*)

Hand-Test (→ *Testverfahren, Figurale*)

Handelsfunktionen

Handelskauf (→ *Kaufvertrag, Arten*)

Handelsmakler

Handelsmarke, Aussage

Handelsmarke, Bewertung

Handelsmarketing

# Inhaltsübersicht

Handelspanel

Handelsplatzauftritt

Handelsspanne (→ *Kennzahlen im Handel*)

Handelsversteigerer

Handelsvertreter

Handelswerbung (→ *Kommunikation, Kategorien*)

Handkauf (→ *Kaufvertrag, Arten*)

Handwerks-Großhandel (→ *Großhandel, Betriebstypen*)

Hard Selling (→ *Marketing, Ethik*)

Härtetest (→ *Nutzenbeweis*)

Haßloch-Projekt (→ *BehaviorScan, Anlage*)

Hausbesuch

Hausbesuche (→ *Direktvertrieb über Repräsentanten*)

Haushaltsnettoeinkommen (→ *Kaufkraft*)

Haushaltstheorie

Hausmesse/Road Show (→ *Repräsentationsmärkte*)

Head on (→ *Strategisches Spielbrett, Erweiterte Wettbewerbsvorteils-Matrix*)

Hedging (→ *Terminhandel*)

Helden (→ *Unternehmenskultur*)

Hemisphärentheorie (→ *Gedächtnis*)

Herstellergestützter Mittelstandskreis

Herstellermarke

Herstellerniederlassung

Heterogene Diversifikation (→ *Diversifikation, Formen, Programmdiversifikation*)

Hierarchy of Effects (→ *Stufenmodelle der Werbung*)

High Interest Goods (→ *Gütertypen*)

High Involvement-Käufe (→ *Involvement, Darstellung*)

High Tech Goods (→ *Gütertypen*)

High Touch Goods (→ *Gütertypen*)

Hilfsroutinen (→ *Desk Top Publishing, Software*)

Histogramm (→ *Visualisierung von Daten*)

Hochrechnungen

Höchstpreis (→ *Preisvorgaben*)

Home Party

Homogene Diversifikation (→ *Diversifikation, Formen*)

Honorarbasis (→ *Werbeagentur, Vergütung*)  
Hörfunk, Digital (→ *Audiokommunikation*)  
Hörfunkspots, Darstellung  
Horizontale Diversifikation (→ *Diversifikation, Formen, Programmdiversifikation*)  
Horizontale Kooperation (→ *Absatzkanal, Kooperationen*)  
Horizontale Markentypen  
Horizontale Marktbeziehungen (→ *Marktrelationen*)  
Hospitality (→ *Events*)  
Hot Spots (→ *Katalog*)  
Howard, Sheth-Ansatz  
Human-Ansatz (→ *Marketing, Methoden*)  
Hybrider Verbraucher  
Hypergeometrische Verteilung (→ *Wahrscheinlichkeitsverteilung*)  
Idealgütermarkt  
Idealpunktmodell (→ *Käuferverhalten, Erklärungsansätze*)  
Ideentest (→ *Konzepttests*)  
Ideenwerbung (→ *Kommunikation, Formen*)  
Identifikationsmacht (→ *Soziale Macht*)  
Image  
Imitation  
Imitator (→ *Innovationsneigung*)  
Immaterialität von Dienstleistungen  
Impact-Test (→ *Kommunikationstests*)  
Impulshandel (→ *Einzelhandel, Sonderformen der Betriebstypen*)  
Impulsiver Kaufentscheid  
In Supplier (→ *Beschaffungsmarketing*)  
Incentive (→ *Events*)  
Incoterms  
Indeterministische Informationen (→ *Information, Bestimmtheit*)  
Indexzahlen (→ *Kennziffern*)  
Indikatorfragen (→ *Fragefunktionen*)  
Indikatorverfahren  
Indirektabsatz (→ *Absatzkanal, Tiefe, Einstufig indirekter Absatz, Mehrstufig indirekter Absatz, Zweistufig indirekter Absatz*)  
Indirekter Export (→ *Internationalisierung, Marktzugang*)  
Individualisierung

Individualkommunikation (→ *Kommunikation, Arten*)  
Individualmarke  
Induktoren (→ *Diffusion*)  
Inertia-Effekt (→ *Wahrnehmung, Effekte*)  
Inferiore Güter (→ *Gütertypen*)  
Informales Experiment  
Information Chunk (→ *Information, Überlast*)  
Information Overload (→ *Information, Überlast*)  
Information, Anforderungen  
Information, Basis  
Information, Bestimmtheit  
Information, Überlast  
Information, Wahrheitsgehalt  
Informationelle Vernetzung (→ *Business Process Reengineering*)  
Informations-Display-Matrix  
Informationsfluß-Konzept  
Informationsfrage (→ *Fragetechnik im Verkaufsgespräch*)  
Informationsfunktion der Packung (→ *Packung, Rationalisierungsfunktion*)  
Informationsgrad (→ *Information, Anforderungen*)  
Informationsmacht (→ *Soziale Macht*)  
Informationsökonomie-Ansatz (→ *Marketing, Paradigmawechsel*)  
Informationsströme (→ *Absatzkanal, Funktionen*)  
Informelle Gruppe (→ *Mitgliedschaftsgruppe*)  
Infrarotmessung (→ *Testverfahren, Mechanische*)  
Inhalt von Zielen (→ *Zielsetzungen im Marketing*)  
Inhaltsvalidität (→ *Validität*)  
Inklusionsschluß (→ *Schätzverfahren*)  
Inmarkt  
Innovation  
Innovationsdesign (→ *Design*)  
Innovationsfolger (→ *Innovationsneigung*)  
Innovationsführer (→ *Innovationsneigung*)  
Innovationsfunktion (→ *Marketingforschung, Begriffe*)  
Innovationsneigung  
Innovationsphase  
Innovatoren (→ *Diffusion*)

## Inhaltsübersicht

- Inputtreue (→ *Synergienutzung*)
- Inspektionsgüter (→ *Produktarten*)
- Institutionen-Ansatz (→ *Marketing, Methoden*)
- Institutionenmarkt
- Institutsmarktforschung, Abgrenzung
- Institutsmarktforschung, Bewertung
- Instruktionsfehler (→ *Produkthaftung*)
- Instrumental Marketing (→ *Marketing, Struktur*)
- Instrumentalfragen (→ *Fragefunktionen*)
- Inteferenzmodul (→ *Expertensystem*)
- Integration (→ *Wertschöpfungskette, Verschränkung*)
- Integrierte Kommunikation
- Integrierte Programme (→ *Desk Top Publishing, Software*)
- Intelligenzverstärkerfunktion (→ *Marketingforschung, Begriffe*)
- Intensitätssteigerung
- Intensiver Absatz
- Intensivkäufer (→ *Käuferklassen*)
- Interesse (→ *Kommunikationswirkung, Phasen*)
- Interferenz (→ *Vergeßen*)
- Intermediavergleich (→ *Mediaeinsatz, Profile, Medienbewertung, Qualitative Kriterien, Medienbewertung, Quantitative Kriterien*)
- Internationale Kreditkarten (→ *Kreditkarten*)
- Internationalisierung der Märkte (→ *Logistik, Prozesse*)
- Internationalisierung, Marktführung
- Internationalisierung, Marktwahl
- Internationalisierung, Marktzugang
- Internationalisierung, Risiken
- Interne Datenquellen (→ *Datenquellen*)
- Interne Konsistenz-Reliabilität (→ *Reliabilität*)
- Interne Validität (→ *Validität*)
- Interne Zinsfuß-Methode (→ *Wirtschaftlichkeitsrechnung*)
- Internes Marketing, Marktorientierung
- Internes Marketing, Mitarbeiterorientierung
- Internes Wachstum (→ *Unabhängigkeit*)
- Interpretationsobjektivität (→ *Objektivität*)
- Interpretationsphase (→ *Marketingforschung, Phasen*)

# Inhaltsübersicht

- Interrollen-Konflikt (→ *Rollen*)
- Intervallschätzung (→ *Schätzverfahren*)
- Interviewer, Anweisung
- Interviewer, Bedeutung
- Interviewer, Kontrolle
- Interviewer, Qualifizierung
- Intrarollen-Konflikt (→ *Rollen*)
- Investitionsdarlehen (→ *Langfristige Finanzierung*)
- Involvement, Darstellung
- Involvement, Kategorien
- Inzahlungnahme (→ *Gegenseitigkeitsgeschäfte*)
- Irradiation (→ *Wahrnehmung, Effekte*)
- Irreführung (→ *Wettbewerbsrecht, UWG-Fallgruppen*)
- Irrtumswahrscheinlichkeit (→ *Stichprobengüte*)
- Isoliertechnik (→ *Einwandbehandlung*)
- Ist-(Plan-/Normal-)kosten (→ *Kostenrechnungsgrundlagen*)
- Iterationsmodelle der Mediaplanung (→ *Mediaplanung, Kalkülisierung*)
- Ja, aber-Technik (→ *Einwandbehandlung*)
- Ja-Frage (→ *Fragetechnik im Verkaufsgespräch*)
- Jingle (→ *Corporate Design*)
- Job Description (→ *Stellenbeschreibung*)
- Job Enlargement (→ *Stellenbildung*)
- Job Enrichment (→ *Stellenbildung*)
- Job Rotation (→ *Stellenbildung*)
- Joint Venture
- Kabeltext (→ *Bewegtbildkommunikation*)
- Kalkulationsaufschlag (→ *Kennzahlen im Handel*)
- Kalkulationsdivisor (→ *Kennzahlen im Handel*)
- Kalkulationsfaktor (→ *Kennzahlen im Handel*)
- Kalkulationsvorgabe
- Kampagnenformat
- Kann-Normen (→ *Normen*)
- Kapitalwertmethode (→ *Wirtschaftlichkeitsrechnung*)
- Kappung (→ *Wertschöpfungskette, Verschränkung*)

Kartogramm (→ *Visualisierung von Daten*)  
Kassageschäft (→ *Rechnungsgeschäft*)  
Kassensysteme  
Katalog  
Katalogschaumraum (→ *Einzelhandel, Sonderformen der Betriebstypen*)  
Kategorievergleich  
Kauf auf Abruf (→ *Kaufvertrag, Arten*)  
Kauf auf Probe (→ *Kaufvertrag, Arten*)  
Kauf gegen Vorauszahlung (→ *Kaufvertrag, Arten*)  
Kauf nach Probe (→ *Kaufvertrag, Arten*)  
Kauf zur Probe (→ *Kaufvertrag, Arten*)  
Kaufakt (→ *Kommunikationswirkung, Phasen*)  
Kaufeintrittsmodelle  
Kaufentscheidungskonstellation  
Kaufentscheidungsmodell (→ *Käuferverhalten, Komplexe Partialmodelle*)  
Käuferklassen  
Käufermarkt  
Käuferverhalten, Aussage  
Käuferverhalten, Darstellung  
Käuferverhalten, Einfache Partialmodelle  
Käuferverhalten, Komplexe Partialmodelle  
Käuferverhalten, Mechanikansätze  
Käuferverhalten, Modellannahmen  
Käuferverhalten, Prozeßmodelle  
Käuferverhalten, Totalmodelle  
Kaufhaus  
Kaufkraft  
Kaufmännischer Kundendienst (→ *Kundendienste*)  
Kaufnachbereitung (→ *Kommunikationswirkung, Phasen*)  
Kaufnachbereitung  
Kaufneigungsmodelle (→ *Marke, Wahlmodelle*)  
Kaufprozeß  
Kauftypen  
Kaufvereinfachung  
Kaufvertrag (→ *Abrechnungsklauseln*)  
Kaufvertrag, Arten  
Kaufvertrag, Inhalte  
Kausalanalyse (→ *Marketing, Revision*)  
Keil-Ansatz (→ *Willensbildung in Organisationen*)  
Kennernutzen (→ *Nutzenversprechen*)  
Kennwertssysteme

Kennzahlen im Handel  
Kennziffern  
Kerngruppen-Ansatz (→ *Willensbildung in Organisationen*)  
Kernleser (→ *Leser-/Auflagenbegriffe*)  
Kernsortiment (→ *Sortimentsinhalte*)  
Key Account Management  
Key Visual (→ *Copy-Analyse*)  
Kick Off (→ *Events*)  
Kinderzahl/Haushaltsgröße (→ *Marktsegmentierung, Kriterien*)  
Kinospots  
Klassenzimmer-Befragung (→ *Befragung, Sonderformen*)  
Klassische Werbemittel (→ *Mediaeinsatz, Spektrum*)  
Kleinstquadratabweichung (→ *Trendberechnungen*)  
Kleintafeln (→ *Außenwerbung, Stationäre*)  
Klenger, Krautter-Modell (→ *Simulationsmodelle, Detailanalytische*)  
Klumpenauswahl  
Knappheitsfaktoren im Absatzkanal  
Knappheitsindikator (→ *Preisfunktionen*)  
Koch'sche Regel (→ *Marketing, Risikovorsorge*)  
Kognitive Dissonanzen (→ *Dissonanzen, Inhalte*)  
Kognitive Dissonanzen  
Kognitive Komponente (→ *Einstellung*)  
Kohortenanalyse  
Kollektivmarke  
Kollektivwerbung  
Kolludierende Preisführerschaft (→ *Preisführerschaft*)  
Kombinationsposition (→ *Positionierung, Optionen*)  
Kombinierte Reichweite (→ *Mediaplanung, Plankombinationen*)  
Komitee (→ *Gremienorganisation*)  
Kommissionär  
Kommissionsvertrieb  
Kommittent (→ *Kommissionär*)  
Kommunikation, Anforderungen  
Kommunikation, Arten  
Kommunikation, Definition  
Kommunikation, Formen  
Kommunikation, Grundlagen  
Kommunikation, Kanäle  
Kommunikation, Kategorien

## Inhaltsübersicht

Kommunikation, Prozesse  
Kommunikation, Richtungen  
Kommunikation, Signale  
Kommunikation, Störungen  
Kommunikations- und Identitätspolitik  
Kommunikationsbeziehungen im Markt  
(→ *Marktkonstitution*)  
Kommunikationsleistung  
Kommunikationsphase (→ *Marketingforschung, Phasen*)  
Kommunikationsprogramm (→ *Corporate Communications*)  
Kommunikationstests  
Kommunikationswirkung  
Kompensationstechnik (→ *Preisargumentation im Verkaufsgespräch*)  
Konative Komponente (→ *Einstellung*)  
Konditionierung, Instrumentelle  
Konditionierung, Klassische  
Konfidenzintervall (→ *Schätzverfahren, Stichprobengüte*)  
Konfidenzniveau (→ *Schätzverfahren*)  
Konfiguration (→ *Strukturorganisation*)  
Konflikte  
Konfliktentwicklung  
Konfliktüberwindung im Verkaufsgespräch  
Kongruenztheorie (→ *Dissonanzen, Inhalte*)  
Konjekturales Gleichgewicht  
Konjunktionsregel (→ *Entscheidungsregeln, Nicht-kompensatorische*)  
Konjunkturkomponente (→ *Zeitreihe, Darstellung*)  
Konkurrenzbudgetierung (→ *Budgetierung, Analytische Verfahren*)  
Konkurrenzeinstellung  
Konkurrenzverdrängung  
Konnotation (→ *Transfermarke*)  
Konsignationslager (→ *Kommissionär*)  
Konsolidierung (→ *Konkurrenzeinstellung*)  
Konsortium (→ *Kooperation*)  
Konstruktionsfehler (→ *Produkthaftung*)  
Konstruktionsmodelle der Mediaplanung (→ *Mediaplanung, Kalkülisierung*)  
Konstruktvalidität (→ *Validität*)  
Konsumentenmarkt  
Konsumerismus  
Kontaktfragen (→ *Fragefunktionen*)

# Inhaltsübersicht

- Kontaktgewichtung (→ *Mediaplanung, Gewichtungen*)
- Kontaktintensität
- Kontaktmarketing (→ *Direktmarketing*)
- Kontor (→ *Einkaufsverbund*)
- Kontraktmanagement (→ *Internationalisierung, Marktzugang*)
- Kontraktmarketing
- Kontrollfrage (→ *Fragetechnik im Verkaufsgespräch*)
- Kontrollgruppe (→ *Experiment, Ausprägungen*)
- Kontrollierte Auflage (→ *Leser-/Auflagenbegriffe*)
- Kontrollierte Variable (→ *Experiment, Inhalte*)
- Kontrollsysteme (→ *Marketing-Informationssystem, Typen*)
- Konvergenzvalidität (→ *Validität*)
- Konzentration im Absatzkanal
- Konzentration
- Konzentrationskurve (→ *Visualisierung von Daten*)
- Konzentrationsverfahren
- Konzentrierte Kostenführerschaft (→ *Spezialisierung*)
- Konzentrierte Leistungsführerschaft (→ *Individualisierung*)
- Konzepttests
- Konzernanbindung (→ *Betriebstypen des Handels, Einteilungskriterien*)
- Konzession
- Kooperation
- Kooperationsbeziehungen im Markt (→ *Marktkonstitution*)
- Koordination (→ *Strukturorganisation*)
- Korkenziehertechnik (→ *Einwandbehandlung*)
- Körperbau (→ *Verkaufsgesprächselemente*)
- Körperdiagramm (→ *Visualisierung von Daten*)
- Körpersprache (→ *Verkaufsgesprächselemente*)
- Korrelationsfragen (→ *Fragefunktionen*)
- Kosmetische Technik (→ *Preisargumentation im Verkaufsgespräch*)
- Kosten-Nutzen-Relation (von Informationen) (→ *Information, Anforderungen*)
- Kosten-Volumen-Gewinn-Analyse (→ *Break Even-Analyse, Aussage*)

Kostenartenrechnung (→ *Kostenrechnungsgrundlagen*)  
Kostenführerschaft, Umfassende  
Kostenmethode (→ *Standortwahl, Distanz-Betrachtung*)  
Kostenorientierte Preisbildung  
Kostenrechnungsgrundlagen  
Kostenstellenrechnung (→ *Kostenrechnungsgrundlagen*)  
Kostenvergleichsmethode (→ *Wirtschaftlichkeitsrechnung*)  
Kreativitätstechniken, Intuitiv-laterale  
Kreativitätstechniken, Logisch-diskursive  
Kreativitätstechniken, Phasen  
Kreativitätstechniken, Prospektive  
Kreativitätstechniken, Systematische  
Kreativplattform  
Kreativtechniken (→ *Stilkomponenten*)  
Kreditgarantie (→ *Persönliche Sicherheiten*)  
Kreditierung  
Kreditkarten  
Kreisdiagramm (→ *Visualisierung von Daten*)  
Kreuzlinienorganisation  
Kreuzpreiselastizität der Nachfrage (→ *Preiselastizitäten*)  
Kreuzpreiselastizität  
Kreuzvalidität (→ *Validität*)  
Kriteriumsvalidität (→ *Validität*)  
Kritische Ereignis-Methode (→ *Ereignismessungen bei Dienstleistungen*)  
Kultursponsoring  
Kulturwandel  
Kumulierte Reichweite (→ *Mediaplanung, Plankombinationen*)  
Kundenakquisition (→ *Handelsfunktionen*)  
Kundenanteils-Analyse  
Kundenbarometer  
Kundendienste  
Kundenfang (→ *Wettbewerbsrecht, UWG-Fallgruppen*)  
Kundenhefte (→ *Printwerbung, Sonderformen*)  
Kundenkontakt (→ *Kommunikationswirkung, Phasen*)  
Kundenkontaktpersonal (→ *Internes Marketing, Marktorientierung*)  
Kundenkreditkarte (→ *Kreditkarten*)  
Kundenorganisation

Kundenschutz (→ *Konsumerismus*)  
Kundenunzufriedenheit (→ *Beschwerde, Verhalten*)  
Kundenzufriedenheit, Inhalte  
Kundenzufriedenheit, Lücken  
Kundenzufriedenheit, Messung  
Künstliche Veralterung  
Kurzlebige Produkte (→ *Gütertypen*)  
Kurzzeitspeicher (→ *Gedächtnis*)  
  
Laborbeobachtung (→ *Beobachtung*)  
Ladenlayout  
Ladenorganisation im Handel  
Ladenpassage/Mall  
Lager, Arten  
Lager, Betrieb  
Lager, Standorte  
Lagerhalter  
Lagerorganisation (→ *Logistik, Entscheidungen*)  
Lagersortiment (→ *Sortimentsinhalte*)  
Lambda-Hypothese (→ *Emotion*)  
Lancaster-Modell (→ *Haushaltstheorie*)  
Langfristige Finanzierung  
Langlebige Produkte (→ *Gütertypen*)  
Langzeitspeicher (→ *Gedächtnis*)  
Lap Over-Effekt (→ *Wahrnehmung, Effekte*)  
Laplace-Regel (→ *Marketing, Risikovorsorge*)  
Lastenheft/Pflichtenkatalog (→ *Submission*)  
Lateinisches Quadrat (→ *Formales Experiment*)  
Lateral-/Durchbruchsinnovation (→ *Innovation*)  
Laterale Diversifikation (→ *Diversifikation, Formen*)  
Launch (*Erstpositionierung, Positionierung, Anlässe*)  
Lavington-Modell (→ *Simulationsmodelle, Detailanalytische*)  
Layoutraster (→ *Corporate Design*)  
Leasing, Darstellung  
Leasing, Inhalte  
Lebensstil  
Lebenszyklus-Analyse, Aussage  
Lebenszyklus-Analyse, Bewertung  
Lebenszyklus-Ansatz (→ *Marketing, Methoden*)  
Lebenszyklusverlängerung

## Inhaltsübersicht

- Legalität von Märkten (→ *Marktrelationen*)
- Leihvertrag (→ *Abrechnungsklauseln*)
- Leistungsergänzende Absatzhelfer
- Leistungsführerschaft, Umfassende
- Leistungsgünstigkeit (→ *Angebotswahrnehmung*)
- Leistungsnutzen (→ *Nutzenversprechen*)
- Leistungswerbung (→ *Kommunikation, Formen*)
- Leistungswürdigkeit (→ *Angebotswahrnehmung*)
- Leitprodukt (→ *Werbeobjekte*)
- Leitungsgebundener Empfang (→ *Fernsehspots*)
- Leitungsgitter
- Leitungsprinzipien
- Lernen, Einsicht
- Lernen, Leitbild
- Lernen, Rezeption
- Lernerfahrung (→ *Größeneffekte, Dynamische*)
- Lernhierarchie (→ *Involvement, Kategorien*)
- Lernmodelle
- Lerntheoretische Modelle (→ *Marke, Wahlmodelle*)
- Leser-/Auflagenbegriffe
- Leserauflage (→ *Leser-/Auflagenbegriffe*)
- Lesezirkelaufgabe (→ *Leser-/Auflagenbegriffe*)
- Lesezirkelhefte (→ *Printwerbung, Sonderformen*)
- Lexikographieregel (→ *Entscheidungsregeln, Nicht-kompensatorische*)
- Lichtschranke (→ *Testverfahren, Mechanische*)
- Lichtspielhausrubriken (→ *Kinospots*)
- Lidschlagmessung (→ *Testverfahren, Psychomotorische*)
- Lieferanten-Analyse
- Lieferanten-Kunden-Kette (→ *Internes Marketing, Mitarbeiterorientierung*)
- Lieferantenkredit (→ *Außenhandelsfinanzierung*)
- Lieferung mangelhafter Ware
- Lieferungsbedingungen
- Lieferungsverzug
- Life Style-Typologie

# Inhaltsübersicht

- Life Time Value (→ *Nachkaufmarketing*)
- Limitierter Kaufentscheid
- Limitrechnung
- Lineare Programmierung (→ *Planungstechniken*)
- Linienschiffahrt (→ *Wassertransport, Arten*)
- Live-Werbung (→ *Rundfunkspots, Sonderformen*)
- Lizenz (→ *Internationalisierung, Marktzugang*)
- Lizenzwerb (→ *Diversifikation, Implementierung*)
- Lizenzwerb
- Lizenzmarke
- Lizitation
- Local Area Network (LAN) (→ *Desk Top Publishing, Vernetzung*)
- Logistik, Bedeutung
- Logistik, Entscheidungen
- Logistik, Prozesse
- Logistikfunktion der Packung (→ *Packung, Rationalisierungsfunktion*)
- Logistikhelfer (→ *Logistik, Entscheidungen*)
- Logistische Absatzhelfer
- Logistische Funktion (→ *Sättigungsfunktionen*)
- Logo (→ *Corporate Design*)
- Lokales Marktangebot (→ *Marktareal, Intranationales*)
- Lombardkredit (→ *Dingliche Sicherheiten*)
- Lost Letter-Technik (→ *Befragung, Sonderformen*)
- Low Interest Goods (→ *Gütertypen*)
- Low Involvement-Käufe (→ *Involvement, Darstellung*)
- LSP (Leitsätze für die Preisermittlung aufgrund von Selbstkosten) (→ *Kalkulationsvorgabe*)
- Lückentext-Test (→ *Testverfahren, Verbale*)
- Lufttransport
- Luxusmarke
- LZ-Leser (→ *Leser-/Auflagenbegriffe*)
- Machtbeziehungen im Markt (→ *Marktkonstitution*)
- Machtmißbrauch (→ *Marketing, Ethik*)

Machtpromotor (→ *Promotoren-Konzept*)  
Mahnverfahren  
Mailbox (→ *Datenkommunikation*)  
Mailing  
Mailmarketing (→ *Direktmarketing*)  
Main Claim (→ *Copy-Analyse*)  
MAIS (→ *Marketing-Informationssystem*)  
Make or Buy-Entscheidung  
Makrobudgetierung (→ *Budgetierung, Analytische Verfahren*)  
Management by Delegation  
Management by Exception  
Management by Motivation  
Management by Objectives  
Management by Techniken (→ *Leitungsprinzipien*)  
Management-Ansatz (→ *Marketing, Methoden*)  
Managementsysteme (→ *Marketing-Informationssystem, Typen*)  
Manipulation (→ *Marketing, Ethik*)  
Mapping  
Marke, Auswahl  
Marke, Bedeutung  
Marke, Eigenschaften  
Marke, Inhalte  
Marke, Kern  
Marke, Pflege  
Marke, Strategien  
Marke, Wahlmodelle  
Marke, Wert  
Markenanzahl (→ *Horizontale Markentypen*)  
Markenartikel (→ *Marke Eigenschaften, Marke, Inhalte*)  
Markendifferenzierung (→ *Horizontale Markentypen*)  
Markenentscheidung (→ *Kaufprozeß*)  
Markenidentität (→ *Horizontale Markentypen*)  
Markenlebenszyklus (→ *Marke, Kern*)  
Markenpersönlichkeit (→ *Marke, Kern*)  
Markenpflege (→ *Positionierung, Anlässe*)  
Markensegmentierung (→ *Horizontale Markentypen*)  
Marketing, Auditing  
Marketing, Bedeutung  
Marketing, Begriffe  
Marketing, Bereiche

Marketing, Controlling  
Marketing, Definition  
Marketing, Denkweise  
Marketing, Entwicklung  
Marketing der 50er Jahre  
Marketing der 60er Jahre  
Marketing der 70er Jahre  
Marketing der 80er Jahre  
Marketing der 90er Jahre  
Marketing, Erkenntniswandel  
Marketing, Ethik  
Marketing, Instrumentaleinsatz  
Marketing, Konfliktpotentiale  
Marketing, Kontrollen  
Marketing, Kosten  
Marketing, Methoden  
Marketing, Mix-Beziehungen  
Marketing, Mix-Problematik  
Marketing, Mix  
Marketing, Modelle  
Marketing, Ökologie  
Marketing, Paradigmawechsel  
Marketing, Planung  
Marketing, Planvollzug  
Marketing, Revision  
Marketing, Risikovorsorge  
Marketing, Strategien  
Marketing, Struktur  
Marketing, Umwelt  
Marketing-Informationen-System, Struktur  
Marketing-Informationen-System, Typen  
Marketing-Mix und -Verfahrens-Audit  
(→ *Marketing, Audit*)  
Marketing-Philosophie (→ *Marketing, Denkweise*)  
Marketingforschung, Arten  
Marketingforschung, Begriffe  
Marketingforschung, Betriebliche  
Marketingforschung, Kooperative  
Marketingforschung, Phasen  
Markoff-Ketten (→ *Marke, Wahlmodelle*)  
Markt-Media-Analysen  
Marktanteil (→ *Markterwartungen*)  
Marktanteilmethode (→ *Hochrechnungen, Standortwahl, Analog-Methode*)  
Marktareal, Intranationales  
Marktareal, Supranationales  
Marktattraktivität (→ *Portfolio, Neunfelder-, Aufbau*)

## Inhaltsübersicht

Marktausschöpfung (→ *Markterwartungen*)  
Marktaustrittsschranken  
Marktausweitung  
Marktdurchdringung (→ *Gap-Analyse, Aussage, Markterwartungen, Marktfelder*)  
Märkte  
Markteintrittsschranken  
Marktentwicklungen  
Markterwartungen  
Markterweiterung (→ *Gap-Analyse, Aussage, Marktfelder*)  
Marktfelder  
Marktfluktuation  
Marktformen  
Marktforschungsinstitut, Auswahl  
Marktführer  
Marktherausforderer  
Marktinnovation (→ *Innovation*)  
Marktkapazität (→ *Markterwartungen*)  
Marktkonstitution  
Marktmitläufer  
Marktnischen  
Marktnischenanbieter  
Marktorientierte Unternehmensführung (→ *Marketing, Definition*)  
Marktperspektiven  
Marktpolarisierung  
Marktpotential (→ *Markterwartungen*)  
Marktpreisbildung  
Markträumung (→ *Preisfunktionen*)  
Marktreaktionsfunktion  
Marktrelationen  
Marktsättigung (→ *Markterwartungen*)  
Marktschaffung  
Marktsegmentierung, Bewertung  
Marktsegmentierung, Kombinationen  
Marktsegmentierung, Kriterien  
Marktsegmentierung, Voraussetzungen  
Marktsegmentierung, Ziel  
Marktstimulierung (→ *Präferenz-Position, Preis-Mengen-Position*)  
Markttests  
Markttransparenz (→ *Marketing, Ethik*)  
Marktumfeld (→ *Angebotsumfeld, Analyse*)  
Marktveranstaltungen  
Marktverhalten  
Marktvolumen (→ *Markterwartungen*)  
Marktwachstum  
Maslow'sche Bedürfnishierarchie

# Inhaltsübersicht

- Massenkommunikation (→ *Kommunikation, Arten*)
- Maßstabsfragen (→ *Fragefunktionen*)
- Matching (→ *Experiment, Inhalte*)
- Matrixorganisation
- Maus (→ *Desk Top Publishing, Eingabegeräte*)
- »Mausefalle« im Marketing (→ *Marktfuktuation*)
- Maximax-Kriterium (→ *Marketing, Risikvorsorge*)
- Maximin-Kriterium (→ *Marketing, Risikvorsorge*)
- Media-Analyse (MA) (→ *Markt-Media-Analysen*)
- Media-Daten
- Mediadurchführung
- Mediaeinsatz, Ausstattung
- Mediaeinsatz, Mix
- Mediaeinsatz, Profile
- Mediaeinsatz, Spektrum
- Mediagattungsgewichtung (→ *Mediaplanung, Gewichtungen*)
- Mediale Diversifikation (→ *Diversifikation, Formen*)
- Medialeistung des Mitbewerbs
- Mediaplanung, Gewichtungen
- Mediaplanung, Kalkülisierung
- Mediaplanung, Optimierung
- Mediaplanung, Plankombinationen
- Mediaplanung, Strategien
- Mediaplanung, Taktiken
- Mediaplanung, Zielgruppen
- Medienbewertung, Qualitative Kriterien
- Medienbewertung, Quantitative Kriterien
- Mediengestützte Befragung, Alternativen
- Mediengestützte Befragung, Bewertung
- Mediennutzung (→ *Marktsegmentierung, Kriterien*)
- Mehrdimensionale Skalierungsverfahren (→ *Skalierungstechniken*)
- Mehrfachkäufer (→ *Käuferklassen*)
- Mehrfachtest (→ *Konzepttests*)
- Mehrfaktorenexperimente (→ *Formales Experiment*)
- Mehrfirmenvertreter (→ *Handelsvertreter*)
- Mehrlinienorganisation
- Mehrmarke
- Mehrphasiges Auswahlprocedere (→ *Zufallsauswahl, Sonderformen*)

Mehrspeichermodell (→ *Gedächtnis*)  
Mehrstufig indirekter Absatz  
Mehrstufige Deckungsbeitragsrechnung  
(→ *Deckungsbeitragsrechnung, Darstellung*)  
Mehrstufiges Auswahlprocedere (→ *Zufallsauswahl, Sonderformen*)  
Mehrthemenbefragung (→ *Omnibusbefragung*)  
Mehrwertdienste (→ *Audiokommunikation*)  
Meinungsführerschaft, Aussage  
Meinungsführerschaft, Identifizierung  
Melkproduktmärkte (Melkkühe) (→ *Portfolio, Vier-Felder-, Positionen*)  
Mengenausgleich (→ *Handelsfunktionen*)  
Mengenbudgetierung (→ *Budgetierung, Analytische Verfahren*)  
Mengenentscheidung (→ *Kaufprozeß*)  
Mengenrabatt (→ *Rabatt*)  
Merchandising (→ *Regalspiegel, Verkaufsförderung, Maßnahmen*)  
Message-Effekt (→ *Wahrnehmung, Effekte*)  
Messe  
Messewesen, Auswahl  
Messewesen, Bedeutung  
Messewesen, Durchführung  
Messewesen, Nachbearbeitung  
Messewesen, Ziele  
Methode 6-3-5  
Methode des disponiblen Einkommens  
(→ *Hochrechnungen, Standortwahl, Analog-Methode*)  
Methodenbank (→ *Marketing-Informationssystem, Struktur*)  
Methodische Fragen (→ *Fragefunktionen*)  
Mietkauf (→ *Leasing, Inhalte*)  
Mietvertrag (→ *Abrechnungsklauseln*)  
Mikromarkttest, Elektronischer (→ *BehaviorScan, Anlage*)  
Minderung (→ *Lieferung mangelhafter Ware*)  
Mindestpreis (→ *Preisvorgaben*)  
Mini-Markttest  
Minimax-Kriterium (→ *Marketing, Risikovor-sorge*)  
Minimax-Regret-Kriterium (→ *Marketing, Risikovor-sorge*)  
Mitgliedschaftsgruppe

Mittelwertindex (→ *Kennziffern*)  
Mobilarpfandrecht (→ *Dingliche Sicherheiten*)  
Mobiler Handel (→ *Einzelhandel, Sonderformen der Betriebstypen*)  
Mobiltelefon (→ *Audiokommunikation*)  
Modell des Beurteilungsraums (→ *Käuferverhalten, Komplexe Partialmodelle*)  
Modell-Zwecke (→ *Marketing, Modelle*)  
Modellbank (→ *Marketing-Informationssystem, Struktur*)  
Modellbildung (→ *Marketing, Modelle*)  
Modifikator (→ *Innovationsneigung*)  
Modifizierter Wiederholungskauf (→ *Kauftypen*)  
Mondpreis (→ *Unverbindliche Preisempfehlung, Aussage*)  
Monomärke  
Monopol (→ *Marktformen*)  
Morphologischer Kasten  
Motiv (→ *Motivation*)  
Motivation  
Motivationsfrage (→ *Fragetechnik im Verkaufsgespräch*)  
Motivationspsychologie (→ *Wahrnehmung, Gesetzmäßigkeiten*)  
Motivkonflikte  
Multi Level Marketing (→ *Strukturvertrieb*)  
Multimärke  
Multimedia (→ *Desk Top Publishing, Software*)  
Multivariate Auswertungsverfahren  
Mündliche Befragung  
Muß-(Kann-/Soll-)leistungen (→ *Kundendienste*)  
Muß-Normen (→ *Normen*)  
Musterung  
Mystery Shopper  
Nachahmungsposition (→ *Positionierung, Optionen*)  
  
Nachbesserung (→ *Lieferung mangelhafter Ware*)  
Nachfrageeffekte  
Nachfragerseite (→ *Marktkonstitution*)  
Nachfragetest (→ *Konzepttests*)  
Nachkauf-Services (→ *Kundendienste*)

## Inhaltsübersicht

- Nachkaufmarketing
- Nachlässe (→ *Rabatt*)
- Nachteilterchnik (→ *Preisargumentation im Verkaufsgespräch*)
- Nachverkaufsservice
- Nachwuchsproduktmärkte (Fragezeichen) (→ *Portfolio, Vier-Felder-, Positionen*)
- Nachzügler (→ *Diffusion*)
- Narrow Casting (→ *Rundfunkspots, Sonderformen*)
- Nationales Marktangebot (→ *Marktareal, Intranationales*)
- Naturalrabatt (→ *Rabatt*)
- Naturaltausch (→ *Gegenseitigkeitsgeschäfte*)
- Naturnaher Großhandel (→ *Großhandel, Betriebstypen*)
- Nebenverkauf (→ *Einzelhandel, Sonderformen der Betriebstypen*)
- Negoziationskredit (→ *Außenhandelsfinanzierung*)
- Net Impression (→ *Copy-Analyse*)
- Nettopreisbildung (→ *Preisdifferenzierung*)
- Nettoreichweite (→ *Reichweite*)
- Networking
- Netzplantechniken
- Netzwerk-Ansatz (→ *Marketing, Paradigmawechsel*)
- Neue Medien
- Neuerungsposition (→ *Positionierung, Optionen*)
- Neugründung (→ *Unabhängigkeit*)
- Neuheitsbewertung (→ *Adoption von Neuerungen*)
- Neuheitserkennung (→ *Adoption von Neuerungen*)
- Neuheitsinteresse (→ *Adoption von Neuerungen*)
- Neuheitsumsetzung (→ *Adoption von Neuerungen*)
- Neuheitsversuch (→ *Adoption von Neuerungen*)
- New Game (→ *Erweiterte Wettbewerbsvorteils-Matrix, Strategisches Spielbrett*)
- Nicht-durchschaubare Situation (→ *Beobachtung, Testverfahren, Empirische*)
- Nicht-klassische Werbemittel (→ *Mediaeinsatz, Spektrum*)

## Inhaltsübersicht

- Nicht-linearer Trend (→ *Trendberechnungen*)
- Nicht-parametrischer Test (→ *Testverfahren, Statistische*)
- Nicht-teilnehmende Beobachtung (→ *Beobachtung*)
- Nichtbeschwerder
- Nichtlagerfähigkeit von Dienstleistungen
- Nichtleistungs-Konditionen
- Nichttransportfähigkeit von Dienstleistungen
- Nicosia-Ansatz
- Nielsen-Gebiete
- No Name/Generic/Weiße Ware (→ *Gatungsware, Aussage*)
- Nominalgüterströme (→ *Absatzkanal, Funktionen*)
- Nomologische Validität (→ *Validität*)
- Non Business Marketing (→ *Marketing, Struktur*)
- Non Business-Ansatz (→ *Marketing, Methoden*)
- Normalverteilung (→ *Wahrscheinlichkeitsverteilung*)
- Normen
- Null-Fehler-Qualität
- Nullhypothese (→ *Signifikanztest, Vorgehen*)
- Nutzenbeweis
- Nutzenentgangs-Technik (→ *Preisargumentation im Verkaufsgespräch*)
- Nutzentechnik (→ *Preisargumentation im Verkaufsgespräch*)
- Nutzenversprechen
- Nutzwertanalyse
  
- Objektiv-stochastische Informationen (→ *Information, Bestimmtheit*)
- Objektive Zufriedenheitsindikatoren (→ *Kundenzufriedenheit, Messungen, Qualitätsmessung bei Dienstleistungen*)
- Objektivität
- Objektprinzip (→ *Spartenorganisation*)
- Offene Fragen
- Offene Ladenkasse (→ *Kassensysteme*)
- Öffentlicher Markt (→ *Institutionenmarkt*)
- Öffentlichkeitsarbeit
- Ökonomische Grundwerte (→ *Wettbewerb*)

Ökonomische Werbedimensionen (→ *Werbung, Beurteilungskriterien*)  
 Ökonomische Werbeziele (→ *Werbeziele*)  
 Old Game (→ *Erweiterte Wettbewerbsvorteils-Matrix, Strategisches Spielbrett*)  
 Oligopol (→ *Marktformen*)  
 Omnibusbefragung  
 On Air Test (→ *Werbewirkungskontrolle, Ad hoc-Erhebungen*)  
 On top-Angebot (→ *Strukturbeeinflussung*)  
 One to One-Marketing (→ *Customized Marketing*)  
 Operate Leasing (→ *Leasing, Darstellung*)  
 Operatives Marketing  
 Opinion Leader  
 Optimale Schichtung (→ *Zufallsauswahl, Geschichtete*)  
 Optionsvertrag (→ *Lieferungsbedingungen*)  
 Orange Güter (→ *Produktarten*)  
 Orbitaler Empfang (→ *Fernsehsports*)  
 Ordersatz (→ *Verkaufsliteratur*)  
 Organisation/Firma (→ *Werbeobjekte*)  
 Organisation  
 Organisationales Beschaffungsverhalten  
 Organisationsform von Märkten (→ *Marktrelationen*)  
 Original Equipment Manufacturing (OEM)  
 OTS/OTH (→ *Reichweite*)  
 Out Supplier (→ *Beschaffungsmarketing*)  
 Outpacing-Konzept  
 Outputtreue (→ *Synergienutzung*)  
 Overreporting (→ *Verbraucherpanel*)  
 Overspending (→ *Share of Advertising/Share of Market-Quotient*)  
 Pachtvertrag (→ *Abrechnungsklauseln*)  
 Packung, Kommunikationsfunktionen  
 Packung, Rationalisierungsfunktionen  
 Packung, Verwendungserleichterungsfunktion  
 Packungsbegriffe  
 Paneleffekt  
 Panelrotation (→ *Verbraucherpanel*)  
 Panelroutine (→ *Verbraucherpanel*)  
 Panels

Panelsterblichkeit (→ *Verbraucherpanel*)  
Papageientechnik (→ *Einwandbehandlung*)  
Parallel-Test-Reliabilität (→ *Reliabilität*)  
Parallelabsatz  
Parallelgeschäft (→ *Gegenseitigkeitsgeschäfte*)  
Parametertest (→ *Testverfahren, Statistische*)  
Pareto-Optimum (→ *Umsatzanteilsanalyse*)  
Parfitt, Collins-Ansatz (→ *Kaufeintrittsmodelle*)  
Partialtest (→ *Konzepttests*)  
Partizipation (→ *Kooperation*)  
Partizipation  
Partizipationsposition (→ *Positionierung, Optionen*)  
Passive Absetzung im Markt (→ *Marktverhalten*)  
Passive Begegnung im Markt (→ *Marktverhalten*)  
Passive People Meter (→ *Werbemeßverfahren, Psychographische*)  
Passiver Telefonverkauf (Inbound) (→ *Telefonansprache*)  
Patent  
Patronat (→ *Rundfunkspots, Sonderformen*)  
Pawlow'scher Hund (→ *Konditionierung, Klassische*)  
Pawlow-Ansatz  
PC-Animation (→ *Grafikkommunikation*)  
Peer Group (→ *Bezugsgruppe*)  
Penetrationsfolge (→ *Involvement, Kategorien*)  
Penetrationsphase  
Penetrationspreissetzung  
Perimeter (→ *Testverfahren, Aktualgenetische*)  
Periodeneffekt (→ *Kohortenanalyse*)  
Permutationsmodelle der Mediaplanung (→ *Mediaplanung, Kalkülierung*)  
Personale Kanäle (→ *Kommunikation, Kanäle*)  
Personenfragen (→ *Fragefunktionen*)  
Personenzuordnungs-Test (→ *Testverfahren, Figurale*)  
Persönliche Sicherheiten

## Inhaltsübersicht

- Persönlicher Verkauf
- Persönlichkeitsinventar (→ *Testverfahren, Verbale*)
- Pessimismus-Optimismus-Kriterium (→ *Marketing, Risikovorsorge*)
- Peters, Waterman-Ansatz zur marktorientierten Unternehmensführung
- Photobelichter (→ *Desk Top Publishing, Ausgabegeräte*)
- Photoschnittstelle (→ *Desk Top Publishing, Eingabegeräte*)
- Physische Distribution (→ *Logistik, Bedeutung*)
- Picture Frustration-Test (→ *Testverfahren, Figurale*)
- PIMS-Studie
- PIN-Nummer (→ *Electronic Cash*)
- Pipeline Filling (→ *Verkaufsförderung, Maßnahmen*)
- Pitch (→ *Werbeagentur, Auswahl*)
- Placement
- Placierung nach DPP
- Placierung von Anzeigen
- Plakate (→ *Mediaeinsatz, Mix*)
- Planned Obsolescence (→ *Künstliche Veralterung*)
- Planungscharakter (→ *Marketing, Planungsprozesse*)
- Planungselastizität (→ *Marketing, Planungsprozesse*)
- Planungsprämissen-Audit (→ *Marketing, Audit*)
- Planungssysteme (→ *Marketing-Informationssystem, Typen*)
- Planungstechniken
- Planungstiefe (→ *Marketing, Planungsprozesse*)
- Planungsumfang (→ *Marketing, Planungsprozesse*)
- Planvereinbartes Marketing (→ *Rahmenvereinbarung*)
- Platzkauf (→ *Kaufvertrag, Arten*)
- Plotter (→ *Desk Top Publishing, Ausgabegeräte*)
- Plus-Minus-Technik (→ *Einwandbehandlung*)
- Point of Sale (POS) (→ *Handelsplatzauftritt*)
- Polardiagramm (→ *Visualisierung von Daten*)
- Polygonzug (→ *Visualisierung von Daten*)

# Inhaltsübersicht

- Polygraphie (→ *Testverfahren, Psychomotorische*)
- Polypol (→ *Marktformen*)
- Polyzentrales Angebot (→ *Marktareal, Supranationales*)
- Poor Dogs (→ *Portfolio, Vier-Felder-, Positionen*)
- Porter-Kurve
- Porter-Matrix
- Portfolio, Neun-Felder-, Aufbau
- Portfolio, Neun-Felder-, Bewertung
- Portfolio, Neun-Felder-, Positionen
- Portfolio, Probleme
- Portfolio, Vier-Felder-, Aufbau
- Portfolio, Vier-Felder-, Bewertung
- Portfolio, Vier-Felder-, Positionen
- Portfolio, Vorzüge
- Portfolio, Ziel-
- Portfolio, Zwanzig-Felder-
- Portfolios (→ *Portfolio, Probleme, Portfolio, Neun-Felder-, Aufbau, Portfolio, Neun-Felder, Bewertung, Portfolio, Neun-Felder-, Positionen, Portfolio, Vier-Felder-, Aufbau, Portfolio, Vier-Felder-, Bewertung, Portfolio, Vier-Felder-, Positionen, Portfolio, Vorzüge, Portfolio, Ziel-, Portfolio, Zwanzig-Felder-*)
- Positionierung, Anforderungen
- Positionierung, Anlässe
- Positionierung, Entwicklung
- Positionierung, Optionen
- Positioning Statement (→ *Angebotsanspruch, Anspruchsbegründung*)
- Positioning
- Positionsaktualisierung
- Positionsverstärkung
- Post Production (→ *Sendevorlagengenerstellung*)
- Posten-Großhandel (→ *Großhandel, Betriebstypen*)
- Postscheck (→ *Scheckzahlung*)
- Posttest (→ *Problematik des Werbemittel-Posttest*)
- Posttransport
- Potential-Analyse
- Potentialmodell (→ *Standortwahl, Raumgebiets-Modell*)
- Potentialstandardisierung (→ *Standardisierung von Dienstleistungen*)
- Potentieller Mitbewerb (→ *Wettbewerber-Analyse*)

PPM (Pre Production Meeting) (→ *Sendevorlagenerstellung*)  
Präferenz-Position  
Präferenzmodell (→ *Käuferverhalten, Erklärungsansätze*)  
Präferenztest (→ *Testverfahren, Empirische*)  
Pragmatismusstrategie (→ *Absatzkanal, Präsenz*)  
Praktische Vergleichs-Technik (→ *Einwandbehandlung*)  
Prämienpreissetzung  
Präsentationsfunktion der Packung (→ *Packung, Kommunikationsfunktion*)  
Präsenzstreckung  
Präventionssysteme, Darstellung  
Präventionssysteme, Generationen  
Präzisionsfragen (→ *Fragefunktionen*)  
Preference Goods (→ *Produktarten*)  
Preis- und Konditionenpolitik  
Preis-Leistungs-Quotient, Beeinflussung  
Preis-Leistungs-Quotient, Darstellung  
Preis-Leistungs-Quotient, Veränderung  
Preis-Leistungs-Verhältnis (→ *Preisinteresse*)  
Preis-Mengen-Position  
Preisargumentation im Verkaufsgespräch  
Preisaufschlag  
Preisausrichtung  
Preisauszeichnung (→ *Wettbewerbsrecht, Preisangabeverordnung*)  
Preisbandbreiten (→ *Preisbezogene Ankergrößen*)  
Preisbezogene Ankergrößen  
Preisbindung der zweiten Hand  
Preisdifferenzierung  
Preisdiskriminierung (→ *Preisbezogene Ankergrößen*)  
Preiselastizität der Nachfrage, Direkte (→ *Preiselastizitäten*)  
Preiselastizitäten  
Preisempfinden, Mittleres (→ *Preiswahrnehmung*)  
Preisführerschaft  
Preisfunktionen  
Preisgefüge (→ *Preisbezogene Ankergrößen*)  
Preisgeneralisierung (→ *Preisbezogene Ankergrößen*)  
Preisgestaltung (→ *Betriebstypen des Handels, Einteilungskriterien*)

Preisgünstigkeit, Absolute (→ *Preiswahrnehmung*)  
Preisinteresse  
Preiskauf (→ *Wahlentscheid*)  
Preiskenntnis, Bewußte (→ *Preiswahrnehmung*)  
Preislinienpolitik (→ *Preistaktik*)  
Preislistenposition (→ *Werbeagentur, Vergütung*)  
Preispolitischer Ausgleich  
Preispositionierung  
Preisschwellen (→ *Preisbezogene Ankergrößen*)  
Preissenkung  
Preisstopp (→ *Preisvorgaben*)  
Preistaktik  
Preistheorie, Prämissen  
Preistheorie, Realitätsannäherung  
Preisuntergrenzen (→ *Deckungsbeitragsrechnung, Kostenanalysen*)  
Preisvariationspolitik (→ *Preistaktik*)  
Preisverhalten (→ *Marktsegmentierung, Kriterien*)  
Preisvorgaben  
Preiswahrnehmung  
Preiswürdigkeit, Relative (→ *Preiswahrnehmung*)  
Premiummarke  
Pretest (→ *Problematik des Werbemittel-Pretest*)  
Primacy-Effekt (→ *Wahrnehmung, Effekte*)  
Print-Day After Recall (→ *Werbewirkungskontrolle, Ad hoc-Erhebungen*)  
Print-Produktion (→ *Druckvorlagengenerierung*)  
Printwerbung, Sonderformen  
Private Label (→ *Handelsmarke, Aussage*)  
Pro-Contra-Technik (→ *Konfliktüberwindung im Verkaufsgespäch*)  
Probierkäufer (→ *Käuferklassen*)  
Problementdeckungs-Methode  
Problemlose Produkte (→ *Gütertypen*)  
Problemproduktmärkte (Arme Hunde) (→ *Portfolio, Vier-Felder-, Positionen*)  
Problemweckung  
Processed Set (→ *Marke, Auswahl*)  
Product Management  
Produkt- und Programmpolitik

## Inhaltsübersicht

Produkt-Personifizierung (→ *Testverfahren, Figurale*)  
Produktarten  
Produktausweitung  
Produktbeobachtungsfehler (→ *Produkthaftung*)  
Produktdifferenzierung  
Produkteliminierung  
Produkterweiterung (→ *Gap-Analyse, Aussage*)  
Produkterweiterung (→ *Marktfelder*)  
Produktgruppenentscheidung (→ *Kaufprozeß*)  
Produkthaftung  
Produktionsstopp (→ *Marketing, Ethik*)  
Produktionsverbindungs-Großhandel (→ *Großhandel, Betriebstypen*)  
Produktneuentwicklung  
Produktorganisation  
Produktqualität  
Produkttest (→ *Konzepttests*)  
Produktvariation  
Produktvolumen (→ *Marktsegmentierung, Kriterien*)  
Produktwahl (→ *Marktsegmentierung, Kriterien*)  
Produktwandel  
Produzentenmarkt  
Professional Interest-Titel (PI) (→ *Zeitschriftenanzeigen*)  
Profit Impact of Market Strategies (→ *PIMS-Studie*)  
Prognose, Arten  
Prognose, Durchführung  
Prognose, Grenzen  
Prognose, Inhalte  
Prognose, Verzerrungen  
Prognose-Ansatz (→ *Marketing, Methoden*)  
Prognosefunktion (→ *Marketingforschung, Begriffe*)  
Prognostische Befragung  
Programmanalysator (→ *Testverfahren, Mechanische*)  
Programmart  
Programmbartering  
Programmbereinigung (→ *Programmbreite*)  
Programmbreite  
Programmdiversifikation  
Programmerweiterung (→ *Programmbreite*)

## Inhaltsübersicht

- Programmiersprachen (→ *Desk Top Publishing, Software*)
- Programmkonstanz (→ *Programmbreite*)
- Programmtiefe
- Programmuniformisierung
- Programmverbund
- Programmverkürzung (→ *Programmbreite*)
- Projektionsfragen (→ *Fragearten*)
- Projektorganisation
- Projektstrukturplan (→ *Planungstechniken*)
- Proliferation der Programme (→ *Logistik, Prozesse*)
- Promotionspiel (→ *Rundfunkspots, Sonderformen*)
- Promotoren-Konzept
- Proof
- Proportionale Schichtung (→ *Zufallsauswahl, Geschichtete*)
- Prospector (→ *Innovation*)
- Provisionssystem (→ *Werbeagentur, Vergütung*)
- Provozierende Frage (→ *Fragetechnik im Verkaufsgespräch*)
- Prozeß-Ansatz (→ *Marketing, Paradig-mawechsel*)
- Prozess-Idee (→ *Business Process Reengineering*)
- Prozesse und Organisations-Audit (→ *Marketing, Audit*)
- Prozessierung im Marketing
- Prozeßorganisation
- Prozeßpromotor (→ *Promotoren-Konzept*)
- Prozeßstandardisierung (→ *Standardisierung von Dienstleistungen*)
- Psychogalvanometer (→ *Testverfahren, Psychomotorische*)
- Psychographische Werbedimensionen (→ *Werbung, Beurteilungskriterien*)
- Psychographische Werbeziele (→ *Werbeziele*)
- Psychologie (→ *Zielgruppen*)
- Public Relations (→ *Öffentlichkeitsarbeit*)
- Pufra-Test
- Pull (→ *Absatzkanal, Beziehungen*)
- Pulsfrequenzmessung (→ *Testverfahren, Psychomotorische*)

Pumpin-Ansatz zur marktorientierten Unternehmensführung  
Punktediagramm (→ *Visualisierung von Daten*)  
Punktschätzung (→ *Schätzverfahren*)  
Pupillometer (→ *Testverfahren, Psychomotorische*)  
Push (→ *Absatzkanal, Beziehungen*)  
  
Qualitätsauslobungsfunktion der Packung (→ *Packung, Kommunikationsfunktion*)  
Qualitätsdefinition (→ *Qualitätsmanagement*)  
Qualitätsdokumentation (→ *Qualitätssicherung*)  
Qualitätskritische Merkmale  
Qualitätslenkung (→ *Qualitätssicherung*)  
Qualitätsmanagement  
Qualitätsmessung bei Dienstleistungen  
Qualitätsplanung (→ *Qualitätssicherung*)  
Qualitätsprüfung (→ *Qualitätssicherung*)  
Qualitätssicherung  
Qualitätstechnik (→ *Preisargumentation im Verkaufsgespräch*)  
Qualitätszirkel  
Quasi-biotische Situation (→ *Beobachtung, Testverfahren, Empirische*)  
Quasi-Experiment (→ *Informales Experiment*)  
Querulanten  
Question Marks (→ *Portfolio, Vier-Felder-, Positionen*)  
Quota-Auswahlverfahren, Aussage  
Quota-Auswahlverfahren, Bewertung  
Quoten, Korrelierte (→ *Quota-Auswahlverfahren, Aussage*)  
Quoten, Unkorrelierte (→ *Quota-Auswahlverfahren, Aussage*)  
  
Rabatt  
Rabattierungsverlauf (→ *Rabatt*)  
Rack Jobber  
Rahmenvereinbarung  
Rahmenvertrag (→ *Lieferungsbedingungen*)  
Randbedingungen (→ *Angebotsumfeld, Analyse*)

Random Route-Verfahren (→ *Zufallsauswahl, Sonderformen*)  
 Randomisierung (→ *Experiment, Inhalte*)  
 Randomized Response Model (→ *Testverfahren, Mechanische*)  
 Rangemarke  
 Rangreihung  
 Ratenkauf (→ *Kaufvertrag, Arten*)  
 Rationalisierung (→ *Größeneffekte, Dynamische*)  
 Raumerstreckung von Zielen (→ *Zielsetzungen im Marketing*)  
 Raumüberbrückung (→ *Handelsfunktionen*)  
 Räumungsverkauf (→ *Wettbewerbsrecht, Verkaufsveranstaltungen*)  
 Raumvermietungsgeschäfte des Handels  
 Re-Brief (→ *Briefing, Elemente*)  
 Re-Design (→ *Design*)  
 Reactor (→ *Innovation*)  
 Reagierer-Konzept  
 Reaktanzen  
 Reaktivierung (→ *Kommunikationswirkung, Phasen*)  
 Realgüterströme (→ *Absatzkanal, Funktionen*)  
 Reason Why  
 Recall-Test (→ *Werbemeßverfahren, Psychographische*)  
 Recency-Effekt (→ *Wahrnehmung, Effekte*)  
 Rechnungsgeschäft  
 Rechtsfähigkeit (→ *Vertragsgrundlagen*)  
 Rechtsgeschäft (→ *Vertragsgrundlagen*)  
 Recognition-Test  
 Recycling (→ *Marketing, Ethik*)  
 Redressement  
 Referenzgruppe (→ *Bezugsgruppe*)  
 Referenztechnik (→ *Einwandbehandlung, Konfliktüberwindung im Verkaufsgespräch*)  
 Refinanzierung (→ *Absatzfinanzierung*)  
 Refinanzierung  
 Regaloptimierung  
 Regalplatzknappheit  
 Regalspiegel  
 Regionaler Testmarkt  
 Regionales Marktangebot (→ *Marktareal, Intranationales*)  
 Regiozentrales Angebot (→ *Marktareal, Supranationales*)

## Inhaltsübersicht

- Reichweite
- Reiner Wiederholungskauf (→ *Kauftypen*)
- Reinzeichnung (→ *Druckvorlagenerstellung*)
- Reisenden/Handelsvertreter-Einsatz
- Reklamationsabwicklung (→ *Kaufnachbereitung*)
- Relationship-Marketing (→ *Beziehungsmanagement im Marketing*)
- Relative Einzelkostenrechnung (→ *Dekungsbeitragsrechnung, Moderne Varianten*)
- Relativer Marktanteil (→ *Portfolio, Vierfelder-, Aufbau*)
- Relativierungstechnik (→ *Preisargumentation im Verkaufsgespräch*)
- Relativrabatt (→ *Rabatt*)
- Relaunch
- Relevant Set (→ *Marken, Auswahl*)
- Relevanter Markt, Abgrenzung
- Relevanz (von Informationen) (→ *Information, Anforderungen*)
- Reliabilität
- Rembourskredit (→ *Außenhandelsfinanzierung*)
- Remittenden (→ *Leser-/Auflagenbegriffe*)
- Rentabilitätsvergleichsmethode (→ *Wirtschaftlichkeitsrechnung*)
- Repräsentationsmärkte
- Repräsentationsschluß (→ *Schätzverfahren*)
- Reserveargumenttechnik (→ *Konfliktüberwindung im Verkaufsgespräch*)
- Residenzprinzip (→ *Absatzformen*)
- Response-Anzeigen (→ *Direktwerbe-Anzeigen*)
- Responsediskriminierung (→ *Lernmodelle*)
- Responsefunktionen (→ *Mediaplanung, Gewichtungen*)
- Responsegeneralisierung (→ *Lernmodelle*)
- Ressourcen-Analyse
- Restwertbudgetierung (→ *Budgetierung, Nicht-analytische Verfahren*)
- Retrodistribution
- Reverse Marketing (→ *Beschaffungsmarketing*)
- Rhetorische Frage (→ *Fragetechnik im Verkaufsgespräch*)

## **Inhaltsübersicht**

Richtung von Zielen (→ *Zielsetzungen im Marketing*)

Ringbildung (→ *Einschreibung*)

Risikoempfinden

Risk Management (→ *Marketing, Risikovor-sorge*)

Rituale (→ *Unternehmenskultur*)

Rohrschach-Test (→ *Testverfahren, Figurale*)

Rollen

Rollenbeziehungen im Markt (→ *Marktkonstitution*)

Rollenspiel (→ *Testverfahren, Figurale*)

Rollenverständnis

Rote Güter (→ *Produktarten*)

Rote Zone (→ *Portfolio, Neun-Felder-, Positionen*)

Routineentwicklung (→ *Innovation*)

Rub Off-Effekt (→ *Wahrnehmung, Effekte*)

Rücklaufquote

Rückwärtsintegration

Rundfunkspots, Sonderformen

S-O-R-Ansatz

S-R-Ansatz

Saisonkomponente (→ *Zeitreihe, Darstellung*)

Salamitechnik (→ *Einwandbehandlung*)

Sale and Lease Back (→ *Gegenseitigkeitsgeschäfte*)

Salesfolder (→ *Verkaufsliteratur*)

Same Day Recall (→ *Werbewirkungskontrolle, Ad hoc-Erhebungen*)

Sammelbesteller (→ *Direktvertrieb über Repräsentanten*)

Sammelbesteller

Sammelwerbung (→ *Kollektivwerbung*)

Sammlungsposition (→ *Positionierung, Optionen*)

Sandwichtechnik (→ *Preisargumentation im Verkaufsgespräch*)

Sättigungsfunktionen

Saturationsphase

Satz-Ergänzungs-Test (→ *Testverfahren, Verbale*)

Satzfahne (→ *Druckvorlagenerstellung*)

SB-Geschäft

SB-Warenhaus (→ *Einkaufszentrum*)

Scanner (→ *Desk Top Publishing, Eingabegeräte*)

Scanner-Kassen  
 Scanner-Panel (→ *Handelspanels*)  
 Schadenersatz (→ *Lieferung mangelhafter Ware*)  
 Schätzer (→ *Schätzverfahren*)  
 Schätzverfahren  
 Schaufenster  
 Schaufenstergestaltung (→ *Handelsplatzauftritt*)  
 Schauwerbung  
 Scheckzahlung  
 Schienentransport  
 Schlüsselinformanten-Ansatz (→ *Meinungsführerschaft, Identifizierung*)  
 Schlüsselreize (→ *Emotion*)  
 Schlüsseltechnologie (→ *Innovation*)  
 Schlußziffern-Verfahren (→ *Zufallsauswahl, Systematische*)  
 Schneeballauswahl (→ *Zufallsauswahl, Sonderformen*)  
 Schnellballsystem (→ *Wettbewerbsrecht, UWG-Fallgruppen*)  
 Schnellgreifbühne (→ *Testverfahren, Aktualgenetische*)  
 Schnittstelle  
 Schreibkasse (→ *Kassensysteme*)  
 Schriften (→ *Druckvorlagengenerierung*)  
 Schriftliche Befragung  
 Schrittmachertechnologie (→ *Innovation*)  
 Schwedenschlüssel-Verfahren (→ *Zufallsauswahl, Systematische*)  
 Seeschifffahrt (→ *Wassertransport, Arten*)  
 Segment of One-Marketing (→ *Customized Marketing*)  
 Segmentierungslauf (→ *Mediaplanung, Zielgruppen*)  
 Seitliche Arabeske-Technik (→ *Einwandbehandlung*)  
 Sekundärerhebung  
 Selbstbeobachtung (→ *Beobachtung*)  
 Selbsteinschätzungs-Ansatz (→ *Meinungsführerschaft, Identifizierung*)  
 Selbsthilfeverkauf (→ *Annahmeverzug*)  
 Selbstkassiersystem (→ *Kassensysteme*)  
 Selektionsfunktion (→ *Marketingforschung, Begriffe*)  
 Selektive Wahrnehmung (→ *Wahrnehmung, Gesetzmäßigkeiten*)  
 Selektiver Absatz  
 Selektivfrage (→ *Fragearten*)

Selling Center  
Sendevorlagenerstellung  
Sensitivitätsanalyse (→ *Planungstechniken*)  
Separation (→ *Wertschöpfungskette, Verschränkung*)  
Sequentielle Ereignis-Methode (→ *Ereignismessungen bei Dienstleistungen*)  
Service Fee-Aufschlag (→ *Werbeagentur, Vergütung*)  
Servqual  
SGE (→ *Strategische Geschäftseinheit*)  
Share of Advertising/Share of Market-Quotient  
Shelf Management (→ *Direkte Produkt- Profitabilität (DPP), Aussage*)  
Shell-Ansatz (→ *Portfolio, Neun-Felder-, Positionen*)  
Sheth-Modell  
Shop in the Shop-System  
Shopping Center-Stellen (→ *Außenwerbung, Sonderformen*)  
Shopping Goods (→ *Produktarten*)  
Shortlist (→ *Werbeagentur, Auswahl*)  
Sicherheitsgrad (→ *Stichprobengüte*)  
Sicherheitsnormen (→ *Marketing, Ethik*)  
Sichtspaltdeformation (→ *Testverfahren, Aktualgenetische*)  
Side Grading (→ *Produktvariation*)  
Signifikanz  
Signifikanztest, Inhalte  
Signifikanztest, Vorgehen  
Silent Shopper (→ *Mystery Shopper*)  
Simplifier (→ *Reagierer-Konzept*)  
Simulation  
Simulationsmodelle, Detailanalytische  
Simulationsmodelle, Globalanalytische  
Simultanausgleich (→ *Deckungsbeitragsrechnung, Kostenanalysen*)  
Situations-Ansatz (→ *Marketing, Paradigmawechsel*)  
Situative Kauffaktoren  
Skalierungsähnliche Verfahren (→ *Skalierungstechniken*)  
Skalierungsfragen (→ *Fragefunktionen*)  
Skalierungstechniken  
Skinner-Ansatz  
Skinner-Box (→ *Konditionierung, Instrumentelle*)  
Skonto (→ *Rabatt*)  
Sleeper-Effekt (→ *Wahrnehmung, Effekte*)

## Inhaltsübersicht

- Slogan (→ *Copy-Analyse, Corporate Design*)
- Snob-Effekt (→ *Nachfrageeffekte*)
- Social Marketing (→ *Idealgütermarkt, Marketing, Struktur*)
- Sofort-(Prompt-/Tages-)Kauf (→ *Kaufvertrag, Arten*)
- SOFT-/WOTS UP-Analyse (→ *SWOT-Analyse*)
- Solitärmarke
- Soll-Normen (→ *Normen*)
- Sonderfragen (→ *Fragefunktionen*)
- Sonderverkäufe (→ *Wettbewerbsrecht, Verkaufsveranstaltungen*)
- Sortimentsbreite (→ *Betriebstypen des Handels, Einteilungskriterien*)
- Sortimentsinhalt (→ *Betriebstypen des Handels, Einteilungskriterien*)
- Sortimentsinhalte
- Sortimentsniveau (→ *Betriebstypen des Handels, Einteilungskriterien*)
- Sortimentstiefe (→ *Betriebstypen des Handels, Einteilungskriterien*)
- Source of Potential Demand (→ *Absatzquellendefinition*)
- Source-Effekt (→ *Wahrnehmung, Effekte*)
- Soziale Macht
- Soziale Schicht
- Sozialkauf (→ *Wahlentscheid*)
- Sozialpsychologie (→ *Wahrnehmung, Gesetzmäßigkeiten*)
- Soziologie (→ *Zielgruppen*)
- Soziometrie-Ansatz (→ *Meinungsführerschaft, Identifizierung*)
- Soziosponsoring
- Space Management (→ *Regaloptimierung*)
- Spannenpreis (→ *Preisvorgaben*)
- Spartenorganisation
- Späte Mehrheit (→ *Diffusion*)
- Special Interest-Titel (SI) (→ *Zeitschriftenanzeigen*)
- Special Segment-Titel (SS) (→ *Zeitschriftenanzeigen*)
- Specialised (→ *Wettbewerbsvorteils-Matrix*)
- Speciality Goods (→ *Produktarten*)
- Spediteur
- Speichelflußmessung (→ *Testverfahren, Psychomotorische*)

## Inhaltsübersicht

- Spektralanalyse (→ *Autoregressive Verfahren*)
- Spezialgeschäft
- Spezialisierung (→ *Strukturorganisation*)
- Spezialisierung
- Spezialstellen (→ *Außenwerbung, Stationäre*)
- Spezifikationskauf (→ *Kaufvertrag, Arten*)
- Spill Over-Effekt (→ *Experiment, Effekte, Wahrnehmung, Effekte*)
- Sponsoring
- Sponsorsendung (→ *Rundfunkspots, Sonderformen*)
- Spontankauf (→ *Impulsiver Kaufentscheid*)
- Spontankauf (→ *Wahlentscheid*)
- Sportsponsoring
- Spots (→ *Mediaeinsatz, Mix*)
- Sprachspeicherdienst (→ *Audiokommunikation*)
- Sprachvariable (→ *Verkaufsgesprächselemente*)
- Spreizung (→ *Wertschöpfungskette, Verschränkung*)
- Sprinter (→ *Simulationsmodelle, Globalanalytische*)
- Sprungwerbung (→ *Kommunikation, Kategorien*)
- SPSS (Statistical Package for Social Sciences) (→ *Statistik-Software*)
- Stablinienorganisation
- Stadtillustrierte (→ *Printwerbung, Sonderformen*)
- Staff Promotion (→ *Verkaufsförderung, Maßnahmen*)
- Staffelrabatt (→ *Rabatt*)
- Stakeholder
- Stalemate (→ *Wettbewerbsvorteils-Matrix*)
- Standardisiertes Interview
- Standardisierung von Dienstleistungen
- Standardsortiment (→ *Sortimentsinhalte*)
- Standort
- Standortintegration (→ *Betriebstypen des Handels, Einteilungskriterien*)
- Standortwahl, Analog-Methode
- Standortwahl, Checklist-Technik
- Standortwahl, Distanz-Betrachtung
- Standortwahl, Raumgebiets-Modell

Stärken-Schwächen-Analyse  
Starproduktmärkte (Sterne) (→ *Portfolio, Vier-Felder-, Positionen*)  
Starre Preissetzung (→ *Preispositionierung*)  
Stars (→ *Portfolio, Vier-Felder-, Positionen*)  
Statistik-Software  
Steam (→ *Simulationsmodelle, Global-analytische*)  
Stellenbeschreibung  
Stellenbildung  
Stichprobengüte  
Stilkomponenten  
Stimmfrequenzmessung (→ *Testverfahren, Psychomotorische*)  
Stimulusdiskriminierung (→ *Lernmodelle*)  
Stimulusgeneralisierung (→ *Lernmodelle*)  
Store in the Store-System  
Storetest  
Störgrößen (→ *Experiment, Inhalte*)  
Storyboard-Test (→ *Kommunikationstests*)  
Straßentransport  
Strategien im Marketing  
Strategische Allianz (→ *Diversifikation, Implementierung*)  
Strategische Bilanz-Analyse  
Strategische Geschäftseinheit  
Strategische Lücke (→ *Gap-Analyse, Aussage*)  
Strategisches Spielbrett  
Streamer (→ *Desk Top Publishing, Speichermedien*)  
Strecken-Großhandel (→ *Großhandel, Betriebstypen*)  
Streuplan  
Strukturbeeinflussung  
Strukturdiagramm (→ *Visualisierung von Daten*)  
Strukturiertes/Unstrukturiertes Interview  
Strukturierungsfunktion (→ *Marketingforschung, Begriffe*)  
Strukturorganisation  
Strukturvertrieb  
Strukturzählung  
Stückkauf (→ *Kaufvertrag, Arten*)  
Studio-Test (→ *Kommunikationstests*)  
Stufenmodelle der Werbung

Stufigkeit von Märkten (→ *Marktrelationen*)  
Stummes/Tönendes Dia (→ *Kinospots*)  
Stundenaufwand (→ *Werbeagentur, Vergütung*)  
Styling  
Subjektiv-stochastische Informationen (→ *Information, Bestimmtheit*)  
Subjektive Neuerung  
Subjektive Wahrscheinlichkeit (→ *Marketing, Risikovorsorge*)  
Subjektive Zufriedenheitsindikatoren (→ *Kundenzufriedenheit, Messungen, Qualitätsmessung bei Dienstleistungen*)  
Subkultur  
Subliminale Werbung (→ *Kommunikation, Kategorien*)  
Submission  
Subsidiärmarke  
Substanziierung im Marketing  
Substitutionsgutmitbewerb (→ *Wettbewerber-Analyse*)  
Substitutionstest (→ *Konzepttests*)  
Substitutionszeitkurve  
Suggestivfrage (→ *Fragetechnik im Verkaufsgespräch*)  
Sukzessivausgleich (→ *Deckungsbeitragsrechnung, Kostenanalysen*)  
Sukzessivgeschäft (→ *Rechnungsgeschäft*)  
Sukzessivlieferungsvertrag (→ *Lieferungsbedingungen*)  
Summenindex (→ *Kennziffern*)  
Summenkurve (→ *Visualisierung von Daten*)  
Superiore Güter (→ *Gütertypen*)  
Supermarkt  
Supplement (→ *Printwerbung, Sonderformen*)  
SWOT-Analyse  
Symboldiagramm (→ *Visualisierung von Daten*)  
Symbole (→ *Unternehmenskultur*)  
Syndikat (→ *Kooperation*)  
Synektik  
Synergienutzung  
System-Ansatz (→ *Marketing, Methoden*)  
Systematische Fehler (→ *Auswahlverzerrungen*)  
Systemvergleich (→ *Nutzenbeweis*)

## Inhaltsübersicht

Systemwechsel  
Szenario-Technik

T-Test

Tabellenauswertung

Tabellenkalkulation (→ *Desk Top Publishing, Software*)

Tachistoskop (→ *Testverfahren, Aktualgenetische*)

Talon (→ *Scanner-Kassen*)

Tandemspot (→ *Rundfunkspots, Sonderformen*)

Tangibilisierung (→ *Immaterialität von Dienstleistungen*)

Target Costing (→ *Zielkostenrechnung*)

Tarif

Tastatur (→ *Desk Top Publishing, Eingabegeräte*)

Tauschgeschäft (→ *Gegenseitigkeitsgeschäfte*)

Tauschvertrag (→ *Abrechnungsklauseln*)

1000er-Preis (→ *Wirtschaftlichkeit (in der Mediaplanung)*)

Teamorganisation

Technischer Fortschritt (→ *Größeneffekte, Dynamische*)

Technischer Kundendienst (→ *Kundendienste*)

• Teilbarter (→ *Gegenseitigkeitsgeschäfte*)

Teilentscheidungstechnik (→ *Konfliktüberwindung im Verkaufsgespräch*)

Teilerhebung

Teilkostenrechnung (→ *Kostenrechnungsgrundlagen*)

Teillieferungskauf (→ *Kaufvertrag, Arten*)

Teilnehmende Beobachtung (→ *Beobachtung*)

Teilpräferenzmodell (→ *Käuferverhalten, Erklärungsansätze*)

Tele-/Audimeter (→ *Werbemeßverfahren, Psychographische*)

Telecontrol XL (→ *Inmarkt*)

Telefax (→ *Festbildkommunikation*)

Telefonansprache

Telefonische Befragung

Telefonkonferenz (→ *Audiokommunikation*)

Telemetrie (→ *Datenkommunikation*)

Telerim

## Inhaltsübersicht

- Teleshopping (→ *Einzelhandel, Sonderformen der Betriebstypen*)
- Teletex (→ *Textkommunikation*)
- Telex (→ *Textkommunikation*)
- Tender
- Terminhandel
- Terminkauf (→ *Kaufvertrag, Arten*)
- Terrestrischer Empfang (→ *Fernsehsports*)
- Tertiärer Sektor (→ *Dienstleistungen, Bedeutung*)
- Test-Retest-Reliabilität (→ *Reliabilität*)
- Testelemente (→ *Experiment, Inhalte*)
- Testmarktsimulation, Inhalte
- Testmarktsimulation, Phasen
- Teststatistik
- Testverfahren, Aktualgenetische
- Testverfahren, Empirische
- Testverfahren, Explorative
- Testverfahren, Figurale
- Testverfahren, Mechanische
- Testverfahren, Projektiv-assoziative
- Testverfahren, Psychomotorische
- Testverfahren, Statistische
- Testverfahren, Verbale
- Textkommunikation
- Textmanuskript (→ *Druckvorlagengenerstellung*)
- Textverarbeitungsprogramme (→ *Desk Top Publishing, Software*)
- Theatre-Test (→ *Kommunikationstests*)
- Thematischer Apperzeptions-Test (→ *Testverfahren, Figurale*)
- Themenkomposition (→ *Fragetaktik*)
- Themensequenz (→ *Fragetaktik*)
- Theorie der Haushaltsproduktion (→ *Haushaltstheorie*)
- Thermographie (→ *Testverfahren, Psychomotorische*)
- Think Aloud-Technik (→ *Befragung, Sonderformen, Entscheidungsnetz*)
- Throughputtreue (→ *Synergienutzung*)
- Tiefeninterview
- Time Based Management
- Tonality (→ *Copy-Analyse*)
- Top Down-Ansatz (→ *Willensbildung in Organisationen*)
- Total Quality Management (→ *Qualitätsmanagement*)
- Touch Screen (→ *Desk Top Publishing, Eingabegeräte*)
- Tracking-Studie (→ *Wellenerhebungen*)

Trade Management (→ *Channel Management*)  
 Trade Mart  
 Trading Down (→ *Dynamik der Betriebsformen des Handels*)  
 Trading up (→ *Dynamik der Betriebsformen des Handels*)  
 Tragfähigkeitsprinzip (→ *Preispolitischer Ausgleich*)  
 Trägheitstechnik (→ *Einwandbehandlung*)  
 Trampschiffahrt (→ *Wassertransport, Arten*)  
 Transfermarke  
 Transferpreisbildung (→ *Preistaktik*)  
 Transit  
 Transmissionswerbung (→ *Kommunikation, Formen*)  
 Transportabwicklung (→ *Logistik, Entscheidungen*)  
 Transportmittelbetrieb  
 Treffprinzip (→ *Absatzformen*)  
 Trend-Marketing (→ *Marktentwicklungen, Marktperspektiven*)  
 Trendberechnungen  
 Trendkomponente (→ *Zeitreihe, Darstellung*)  
 Trendnutzen (→ *Nutzenversprechen*)  
 Treueorientierung (→ *Betriebstypen des Handels, Einteilungskriterien*)  
 Triage-Idee (→ *Business Process Reengineering*)  
 Trickle Down-Effekt (→ *Wahrnehmung, Effekte*)  
 TV mit Rückkanal (→ *Bewegtbildkommunikation*)  
 TV-Day After Recall (→ *Werbewirkungskontrolle, Ad hoc-Erhebungen*)  
 Two Cycles of Communication (→ *Informationsfluß-Konzept*)  
 Two Steps Flow of Communication (→ *Meinungsführerschaft, Aussage*)  
 Typische Fälle  
 Typographie (→ *Corporate Design*)  
 Typologie (→ *Zielgruppen*)  
 Typologie Sozialer Milieus  
 TZ-Formate (→ *Zeitungsanzeigen*)  
 UAP/UCP (→ *Faktische Alleinstellung*)  
 Überbrückungswerbung (→ *Kommunikation, Formen*)  
 Übernahme (→ *Konzentration*)

Überprüfung von Daten (→ *Datenaufbereitung*)  
 Überraschungsangriff im Marketing (→ *Marktherausforderer*)  
 Überschneidungen (→ *Reichweite*)  
 Übertreibungstechnik (→ *Konfliktüberwindung im Verkaufsgespäch*)  
 Überweisung (→ *Bargeldlose Zahlung*)  
 Überzeugung (→ *Kommunikationswirkung, Phasen*)  
 Ubiquitärer Absatz  
 Ultrakurzzeitspeicher (→ *Gedächtnis*)  
 Umbruch (→ *Druckvorlagenerstellung*)  
 Umfeld-Ansatz (→ *Marketing, Methoden*)  
 Umfeldanalyse (→ *Angebotsumfeld, Analyse*)  
 Umformulierungstechnik (→ *Einwandbehandlung*)  
 Umkehrungstechnik (→ *Einwandbehandlung*)  
 Umpositionierung  
 Umsatzanteils-Analyse  
 Umsatzverhältnismethode (→ *Hochrechnungen, Standortwahl, Analog-Methode*)  
 Umschlaggeschwindigkeit (→ *Kennzahlen im Handel*)  
 Umschlaghäufigkeit (→ *Kennzahlen im Handel*)  
 Umsetzungsinnovation (→ *Innovation*)  
 Umtausch (→ *Lieferung mangelhafter Ware*)  
 Umverpackung (→ *Packungsbegriffe*)  
 Umweltpositions-Audit (→ *Marketing, Audit*)  
 Umweltsponsoring  
 Unabhängige Variable (→ *Experiment, Inhalte*)  
 Unabhängigkeit  
 Unbeantwortete Frage-Technik (→ *Einwandbehandlung*)  
 Underreporting (→ *Verbraucherpanel*)  
 Underspensing (→ *Share of Advertising/Share of Market-Quotient*)  
 Undifferenzierte Teilmarktbearbeitung (→ *Marktsegmentierung, Kombinationen*)  
 Undifferenzierte Totalmarktbearbeitung (→ *Marktsegmentierung, Kombinationen*)

## Inhaltsübersicht

- Unechte Handelsmarke (→ *Handelsmarke, Aussage*)
- Universalversandhandel
- Unsicherheitsreduktionsfunktion (→ *Marketingforschung, Begriffe*)
- Unternehmen, Kultur
- Unternehmen, Zielsetzungen
- Unternehmenseigene Absatzorgane (→ *Direktabsatz, Aussage*)
- Unternehmensfremde Absatzhelfer (→ *Direktabsatz, Aussage*)
- Unternehmensführung als Marktanpassung (→ *Marketing, Definition*)
- Unternehmensführung als Marktgestaltung (→ *Marketing, Definition*)
- Unternehmensinnovation (→ *Innovation*)
- Unternehmenskonzentration (→ *Diversifikation, Implementierung*)
- Unternehmenskooperation (→ *Diversifikation, Implementierung*)
- Unternehmenspanel (→ *Panel*)
- Unterweisungsfragen (→ *Fragefunktionen*)
- Unverbindliche Preisempfehlung, Aussage
- Unverbindliche Preisempfehlung, Bewertung
- Unvoiced Complaints (→ *Nichtbeschwerder*)
- Up Grading (→ *Produktvariation, Relaunch*)
- UPE (→ *Unverbindliche Preisempfehlung, Aussage*)
- Urproduktmarketing
- USP
  
- Validität
- Variabilitätstest (→ *Testverfahren, Statistische*)
- Variable Kosten (→ *Kostenrechnungsgrundlagen*)
- Veblen-Effekt (→ *Nachfrageeffekte*)
- Veiling (→ *Auktion*)
- Vektoren-Modell
- Vektormodell (→ *Käuferverhalten, Erklärungsansätze*)
- Verarbeitungsebenen-Theorie (→ *Gedächtnis*)
- Verbal Product Placement (→ *Placement*)

# Inhaltsübersicht

- Verbesserungsinnovation (→ *Innovation*)
- Verbraucherkreditrecht
- Verbrauchermarkt
- Verbraucherorganisation (→ *Marketing, Ethik*)
- Verbraucherpanel
- Verbraucherpolitik
- Verbraucherschutz (→ *Marketing, Ethik*)
- Verbreitete Auflage (→ *Leser-/Auflagenbegriffe*)
- Verbundwerbung (→ *Kollektivwerbung*)
- Vercodungsplan (→ *Datenaufbereitung*)
- Veredelung
- Vergessen
- Vergleichstechnik (→ *Einwandbehandlung*)
- Vergrößerungstechnik (→ *Einwandbehandlung*)
- Verhaltens-Ansatz (→ *Marketing, Methoden*)
- Verhältniszahlen (→ *Kennziffern*)
- Verkaufserleichterungsfunktion der Packung (→ *Packung, Kommunikationsfunktion*)
- Verkaufsförderung, Maßnahmen
- Verkaufsförderung, Ziele
- Verkaufsförderung, Zielgruppen
- Verkaufsgesprächselemente
- Verkaufsgesprächsführung (→ *Persönlicher Verkauf*)
- Verkaufsholding (→ *Absatzformen*)
- Verkaufsliteratur
- Verkaufspunkt (→ *Betriebstypen des Handels, Einteilungskriterien*)
- Verkaufssyndikat (→ *Absatzformen*)
- Verkaufte Auflage (→ *Leser-/Auflagenbegriffe*)
- Verkehrsmittelwerbung (→ *Außenwerbung, Mobile*)
- Verkleinerungstechnik (→ *Einwandbehandlung*)
- Vermittlungsvertreter (→ *Handelsvertreter*)
- Verpackung (→ *Packungsbegriffe*)
- Verrichtungsprinzip (→ *Funktionsorganisation*)
- Verschlüsselung von Daten (→ *Datenaufbereitung*)
- Versendungskauf (→ *Kaufvertrag, Arten*)

Versorgungskauf (→ *Hybrider Verbraucher*)  
Verteilung (→ *Mailing*)  
Verteilungsfunktion (→ *Wettbewerb*)  
Vertikale Diversifikation (→ *Diversifikation, Formen, Programmdiversifikation*)  
Vertikale Kooperation (→ *Absatzkanal, Kooperationen*)  
Vertikale Markentypen  
Vertikale Marktbeziehungen (→ *Marktrelationen*)  
Vertragsgrundlagen  
Vertragshändler  
Vertrauensgüter (→ *Produktarten*)  
Vertrauensintervall (→ *Stichprobengüte*)  
Vertriebslizenz  
Vertriebssysteme  
Verwender (User) (→ *Einkaufsgremium*)  
Verwendungsart (→ *Marktsegmentierung, Kriterien*)  
Verzögerungstechnik (→ *Preisargumentation im Verkaufsgespräch*)  
Videoanwendungen (→ *Kinospots*)  
Videokonferenz (→ *Bewegtbildkommunikation*)  
Videoplayer  
Videoschnittstelle (→ *Desk Top Publishing, Eingabegeräte*)  
Videotext (→ *Festbildkommunikation*)  
Videotext  
Vier-Faktoren-Ansätze im Marketing (→ *Marketing, Instrumentaleinsatz*)  
Vignetten-Methode  
Visual Product Placement (→ *Placement*)  
Visualisierung von Daten  
VOB (Verdingungsordnung für Bauleistungen) (→ *Kalkulationsvorgabe*)  
Vollerhebung  
Vollkommenheitsgrad von Märkten (→ *Marktrelationen*)  
Vollkostenrechnung (→ *Kostenrechnungsgrundlagen*)  
Vollkostenrechnung  
Vollständiger Zufallsplan (→ *Formales Experiment*)  
Vollständigkeit von Daten (→ *Datenbasis*)

Volltest (→ *Konzepttests*)  
 Volume (→ *Wettbewerbsvorteils-Matrix*)  
 Vorhersagefehler (→ *Prognose, Verzerrungen*)  
 Vorkauf-Services (→ *Kundendienste*)  
 Vorlagenfragen (→ *Fragefunktionen*)  
 Vormerkvertrag (→ *Lieferungsbedingungen*)  
 Vorschlagstechnik (→ *Konfliktüberwindung im Verkaufsgespäch*)  
 Vorselektierer (Gate Keeper) (→ *Einkaufsgremium*)  
 Vorteilhaftigkeitstechnik (→ *Konfliktüberwindung im Verkaufsgespäch*)  
 Vortragsfragen (→ *Fragefunktionen*)  
 Vorwärtsintegration  
 Vorwegnahmetechnik (→ *Einwandbehandlung*)  
 Vorzugshandel (→ *Einzelhandel, Sonderformen der Betriebstypen*)  
 Vorzugsplacierung (→ *Placierung von Anzeigen*)  
 Vorzugsplacierung im Laden  
 VPöA (Verordnung über die Preise bei öffentlichen Aufträgen) (→ *Kalkulationsvorgabe*)  
  
 Wachstum, Selektives (→ *Marketing, Ethik*)  
 Wahlentscheid  
 Wahrgenommene Alleinstellung  
 Wahrnehmung, Effekte  
 Wahrnehmung, Gesetzmäßigkeiten  
 Wahrnehmung, Konstrukt  
 Wahrnehmungssinne (→ *Kommunikation, Kategorien*)  
 Wahrscheinlichkeitsverteilung  
 Wandlung (→ *Lieferung mangelhafter Ware*)  
 Ware vor Geld-Abwicklung (→ *Abwicklungsklauseln*)  
 Waren-Ansatz (→ *Marketing, Methoden*)  
 Warenausgangsmodule (→ *Geschlossenes Warenwirtschaftssystem, Inhalte*)  
 Warenbeschaffenheit (→ *Angebot, Inhalte*)  
 Wareneingangsmodule (→ *Geschlossenes Warenwirtschaftssystem, Inhalte*)  
 Wareneinteilung  
 Warenhaus

## Inhaltsübersicht

- Warenlagerungsmodul (→ *Geschlossenes Warenwirtschaftssystem, Inhalte*)
- Warenpreis (→ *Angebot, Inhalte*)
- Warentest (→ *Konzepttests*)
- Warenverkaufsgeschäfte des Handels
- Warenvermittlungsgeschäfte des Handels
- Wartegg-Test (→ *Testverfahren, Verbale*)
- Wassertransport, Arten
- Wassertransport, Darstellung
- Wear Out-Effekt (→ *Wahrnehmung, Effekte*)
- Webster, Wind-Modell
- Wechsel (→ *C-Geschäft im Handel*)
- Wechselplatte (→ *Desk Top Publishing, Speichermedien*)
- Wegemethode (→ *Standortwahl, Distanz-Betrachtung*)
- Weiterentwicklung (→ *Innovation*)
- Weitester Leserkreis (→ *Leser-/Auflagenbegriffe*)
- Wellenerhebungen
- Weltbild/Philosophie (→ *Unternehmenskultur*)
- Werbeagentur, Auswahl
- Werbeagentur, Beratung
- Werbeagentur, Leistungsgrundsätze
- Werbeagentur, Vergütung
- Werbeanlässe (→ *Kommunikation, Kategorien*)
- Werbebudgetbestimmung, Theoretische Verfahren
- Werbebudgetierung unter Restriktionen
- Werbeelastizität (→ *Werbemeßverfahren, Ökoskopische*)
- Werbeempfänger (→ *Kommunikation, Kategorien*)
- Werbefilm (→ *Kinospots*)
- Werbeinhalte (→ *Kommunikation, Kategorien*)
- Werbekontrolle (→ *Marketing, Ethik*)
- Werbekurzfilm (→ *Kinospots*)
- Werbemeßverfahren, Ökoskopische
- Werbemeßverfahren, Psychographische
- Werbemittel-Posttest
- Werbemittel-Pretest
- Werbeobjekte
- Werbestatistik (→ *Medialeistung des Mitbewerbs*)
- Werbesubjekte (→ *Kommunikation, Kategorien*)
- Werbewirkungskontrolle
- Werbeziele

# Inhaltsübersicht

- Werbung, Beurteilungskriterien
- Werbungtreibende (→ *Kommunikation, Kategorien*)
- Werklieferungsvertrag (→ *Abrechnungsklauseln*)
- Werkvertrag (→ *Abrechnungsklauseln*)
- Wertanalyse
- Wertbudgetierung (→ *Budgetierung, Analytische Verfahren*)
- Wertschöpfungskette, Inhalte
- Wertschöpfungskette, Verschränkung
- Wertwerbung (→ *Wettbewerbsrecht, Zugabeverordnung*)
- Wettbewerb
- Wettbewerber-Analyse
- Wettbewerbsbeziehungen im Markt (→ *Marktkonstitution*)
- Wettbewerbspositions-Matrix
- Wettbewerbsrecht, GWB
- Wettbewerbsrecht, Preisangabeverordnung
- Wettbewerbsrecht, Rabattgesetz
- Wettbewerbsrecht, UWG-Fallgruppen
- Wettbewerbsrecht, UWG-Inhalte
- Wettbewerbsrecht, Verkaufsveranstaltungen
- Wettbewerbsrecht, Zugabeverordnung
- Wettbewerbsregeln
- Wettbewerbsstärke (→ *Portfolio, Neunfelder-, Aufbau*)
- Wettbewerbsumfeld (→ *Angebotsumfeld, Analyse*)
- Wettbewerbsvorteils-Matrix
- Wheel of Retailing (→ *Dynamik der Betriebsformen des Handels*)
- Wiederkäufer (→ *Käuferklassen*)
- Wiederkäufermethode (→ *Hochrechnungen, Standortwahl, Analog-Methode*)
- Wiederkaufmodelle (→ *Kaufeintrittsmodelle*)
- Wiederkaufsicherung
- Wiederverkäufermarkt
- Willensbildung in Organisationen
- Willenserklärung (→ *Vertragsgrundlagen*)
- Wirtschaften
- Wirtschaftlichkeit (in der Mediaplanung)
- Wirtschaftlichkeitsrechnung
- Wirtschaftsgebiet (→ *Marktsegmentierung, Kriterien*)
- Wirtschaftsverband (→ *Kooperation*)

Wissensbasis (→ *Expertensystem*)

Wissenserwerbsmodul (→ *Expertensystem*)

Wohnortgröße (→ *Marktsegmentierung, Kriterien*)

Wort-Assoziations-Test (→ *Testverfahren, Verbale*)

XYZ-Analyse

Yield Management

Zahlungsarten

Zahlungsverzug

ZBB (→ *Zero Base Budgeting*)

Zeichen-Test (→ *Testverfahren, Figurale*)

Zeitansage/Wetterdurchsage (→ *Rundfunkspots, Sonderformen*)

Zeitbezug von Zielen (→ *Zielsetzungen im Marketing*)

Zeitdauer methode (→ *Standortwahl, Distanz-Betrachtung*)

Zeitrabatt (→ *Rabatt*)

Zeitraumen von Daten (→ *Datenbasis*)

Zeitraum (→ *Marktkonstitution*)

Zeitreihe, Darstellung

Zeitreihe, Schwankungen

Zeitschriftenanzeigen

Zeitüberbrückung (→ *Handelsfunktionen*)

Zeitungsanzeigen

Zeitwettbewerb (→ *Time Based Management*)

Zentralabteilungsorganisation

Zentralkassensystem (→ *Kassensysteme*)

Zerlegungstechnik (→ *Preisargumentation im Verkaufsgespräch*)

Zero Base Budgeting

Zertifizierung

Zession (→ *Dingliche Sicherheiten*)

Ziele und Maßnahmen-Audit (→ *Marketing, Audit*)

Zielgruppen

Zielkauf (→ *Kaufvertrag, Arten*)

Zielkostenrechnung

Zielpersonendemographie

Zielpersonengewichtung (→ *Mediaplanung, Gewichtungen*)

Zielsetzungen im Marketing

Zitatfragen (→ *Fragefunktionen*)

Zufälliger Blockplan (→ *Formales Experiment*)  
Zufälligkeitstest (→ *Testverfahren, Statistische*)  
Zufallsauswahl, Geschichtete  
Zufallsauswahl, Reine  
Zufallsauswahl, Sonderformen  
Zufallsauswahl, Systematische  
Zufallsauswahl, Verfahren  
Zufallsfehler (→ *Auswahlverzerrungen*)  
Zufallskomponente (→ *Zeitreihe, Darstellung*)  
Zufallsleser (→ *Leser-/Auflagenbegriffe*)  
Zufallsstart-Verfahren (→ *Zufallsauswahl, Systematische*)  
Zufallszahlen-Verfahren (→ *Zufallsauswahl, Systematische*)  
Zug um Zug-Abwicklung (→ *Abwicklungsklauseln*)  
Zugabetechnik (→ *Preisargumentation im Verkaufsgespräch*)  
Zukunftstechnologie (→ *Innovation*)

## Inhaltsübersicht

- Zurückstellungstechnik (→ *Einwandbehandlung*)
- Zusammenfassungstechnik (→ *Konfliktüberwindung im Verkaufsgespäch*)
- Zusammenschluß auf den Handelsstufen
- Zusatzverkäufe
- Zuschläge (→ *Preisaufschlag*)
- Zuschlagskalkulation (→ *Vollkostenrechnung*)
- ZVEI-Schema (→ *Kennwertsysteme*)
- Zweifach-geknickte Preisabsatzfunktion (→ *Akquisitorisches Potential*)
- Zweistufig indirekter Absatz
- Zweit-/Drittleser (→ *Leser-/Auflagenbegriffe*)
- Zweitmarke
- Zweiweg-(Vollduplex-/Halbduplex-)kommunikation (→ *Kommunikation, Richtungen*)
- »Zwischen den Stühlen«-Position (Stuck in the Middle) (→ *Marktpolarisierung*)