

Wolfgang Meinig (Hrsg.)

Automobilwirtschaft

Marketing und Vertrieb

Europa - USA - Japan

GABLER

Inhaltsübersicht

I.	Bernhard Enning: Das deutsche Kfz-Gewerbe - Aufgabenstellung im europäischen Markt	9
II.	Jürgen Creutzig: Die zukünftige Regelung des Automobilvertriebs in Europa	43
III.	Hartmut W. Kieven: Die Vertriebsnetzentwicklung im Automobilgeschäft aus der Sicht von JAGUAR	75
IV.	Wolfgang Meinig: Marktstruktur und Wettbewerb auf dem Gebrauchtwagenmarkt	93
V.	Joachim Koebrügge: Marktstruktur und Wettbewerb für gebrauchte Nutzfahrzeuge	113
VI.	Andreas Meckel: Die Gestaltung der deutsch-japanischen Wirtschaftsbeziehungen aus der Sicht der JAMA	135
VII.	Wolfgang Meinig: Ausgewählte Aspekte der Automobildistribution in Japan	151
VIII.	Andreas Heß: Marktstruktur und Wettbewerb auf dem Automobilmarkt der USA	163
IX.	Peter Kirchberg: Historische Aspekte der Unternehmenskultur in der Automobilwirtschaft	235
X.	H. C. Graf von Seherr-Thoss: Automobilmarketing in Deutschland aus historischer Sicht	245