

Bruno Tietz



dandelon.com

© 2008 AGI-Information Management Consultants
May be used for personal purposes only or by
libraries associated to dandelon.com network.

DIE GRUNDLAGEN DES MARKETING

Zweiter Band

DIE MARKETING-POLITIK II



verlag moderne industrie

Achtes Kapitel

DIE MARKTPOLITIK

<i>Erster Abschnitt: Die Grundlagen der Marktpolitik</i>	765
A. Die Abgrenzungen	765
B. Die Eigenheiten der Problemstrukturen	768
C. Die Komponenten der unternehmerischen Entscheidungsmodelle der Marktpolitik	770
I. Die kategorialen Merkmale	770
II. Die Elemente von Entscheidungsmodellen	779
D. Die Marktziele	781
E. Ausgewählte Systeme von Marktinstrumenten	789
 <i>Zweiter Abschnitt: Ein System der Marktinstrumente und das Markt-Mix</i>	 795
A. Der Gegenstand	795
B. Eine Typologie der Marktinstrumente	796
C. Die Absatzinstrumente	798
D. Die Beschaffungsinstrumente	806
E. Die Kombination der Marktinstrumente	812
F. Das Timing-Problem beim Markt-Mix	819

<i>Dritter Abschnitt: Die waren- und dienstleistungsbezogenen Instrumente</i>	820
A. Die kategorialen Differenzierungen	820
B. Die Qualitätspolitik und die Produktpolitik	821
I. Der Gegenstand	821
1. Die Qualitätsdimensionen	821
2. Die Entscheidungsfelder	837
II. Die Grundlagen der Entscheidungen	839
1. Die allgemeine Qualitäts- und Produktpolitik	839
2. Die Markenpolitik	852
C. Die Einführung neuer Produkte	857
I. Der Gegenstand	857
II. Die Grundlagen der Entscheidungen	860
III. Ausgewählte Modelle für neue Produkte	869
D. Die Produktlinienpolitik und die Sortimentspolitik	873
I. Der Gegenstand	873
II. Die Grundlagen der Entscheidungen	880
III. Die Produktlinienpolitik der Hersteller	888
IV. Die Sortimentspolitik des Handels	891
V. Ausgewählte Modelle zur Sortimentspolitik	904
E. Die Mengenspiel	913
I. Der Gegenstand	913
II. Die Grundlagen der Entscheidungen	914
III. Die Mengenspiel nach Institutionen	917
<i>Vierter Abschnitt: Die entgeltbezogenen Instrumente</i>	919
A. Die Preis- und Konditionenpolitik	919
I. Der Gegenstand	919
II. Die Daten	926
III. Die Ziele	945
IV. Die Instrumente	950
1. Der Überblick	950
2. Die kategorialen Preissetzungskonzepte	950
3. Die Einheitlichkeit der Preise – Einheitspreise und Preisdifferenzierung	955
4. Die Preisänderungskonzepte	969
5. Das Problem der Preisuntergrenzen	971

6. Die Allgemeinverbindlichkeit der Preise	973
7. Die Systempreise	975
8. Die Preiskonkurrenz in Unternehmenssystemen	976
V. Zur Preisstellung bei ausgewählten Waren und Diensten	976
VI. Zur Preisstellung bei ausgewählten Institutionen	980
VII. Ausgewählte Modellansätze	983
B. Die Kreditpolitik	1000
I. Der Gegenstand	1000
II. Der Konsumentenkredit	1001
III. Der Kredit unter Kaufleuten	1002
 <i>Fünfter Abschnitt: Die nebenleistungsbezogenen Instrumente –</i>	
<i>Die Kundendienstpolitik</i>	<i>1004</i>
A. Der Gegenstand	1004
B. Die Grundlagen der Entscheidungen	1008
C. Ausgewählte Kundendienstmodelle	1017
I. Die strukturorientierten Modelle	1017
II. Die ablauforientierten Modelle	1028
 <i>Sechster Abschnitt: Die informationsbezogenen und kommunikativen</i>	
<i>Instrumente</i>	<i>1032</i>
A. Die Grundlagen	1032
I. Die Abgrenzungen	1032
II. Die Werbung	1037
III. Ausgewählte theoretische Konzepte zur Werbeforschung	1041
IV. Die Kommunikationstheorie und die Werbung	1043
B. Die Sachmittelwerbung – Die Media-Werbung und die sonstige Sachmittelwerbung	1046
I. Der Gegenstand	1046
II. Die Daten	1051
1. Die allgemeinen Daten	1051
2. Die Werbewirkungen	1054
a) Die Wirkungskategorien	1054
b) Die Werbewirkungsfunktionen	1070
c) Ausgewählte Gesetzmäßigkeiten für Zielgruppen	1081
d) Die Evaluierung von Werbeträgern	1082
III. Die Ziele	1082

IV. Die Instrumente	1084
1. Die Werbemittel	1084
2. Die Werbeträger	1098
3. Die zeitliche Festlegung der Werbung	1101
V. Die Hilfsbetriebe der Werbung	1103
VI. Ausgewählte entscheidungsorientierte Werbemodelle	1104
1. Die Problemstrukturen	1104
2. Die heuristischen Ansätze	1106
3. Die Modelle zur Budgetoptimierung	1108
4. Die Modelle zur Mediaselektion	1113
5. Die Modelle zur simultanen Bestimmung und Verteilung des Werbebudgets	1134
C. Die Politik des persönlichen Verkaufs	1137
I. Der Gegenstand	1137
II. Die Grundlagen der Entscheidungen	1139
III. Die Typen der Außendienstmitarbeiter	1147
IV. Ausgewählte Aspekte der Wirtschaftsstufen	1152
V. Ausgewählte entscheidungsorientierte Modelle zum persönlichen Verkauf	1154
1. Die Problemstrukturen	1154
2. Die Festlegung des Umfangs und der Struktur der Verkaufsaktivitäten	1155
D. Die Politik der Public Relations	1173
E. Die Kontaktintensitätspolitik – Die Ladengestaltungs- und Warenpräsentationspolitik	1175
I. Der Gegenstand	1175
II. Die Ladenlayoutpolitik	1176
F. Das Instrument der zeitlichen Leistungsbereitschaft	1183
<i>Siebenter Abschnitt: Die Absatzwegpolitik</i>	<i>1187</i>
A. Der Gegenstand	1187
B. Die Grundlagen der Entscheidungen	1194
C. Die Eigenarten ausgewählter Absatzpartner	1211
D. Ausgewählte Modelle	1218
I. Der Überblick	1218
II. Die qualitativen Ansätze	1219
III. Die quantitativen Ansätze	1226
IV. Ein kombiniertes Selektionsmodell	1230

<i>Achter Abschnitt: Die absatzorientierten Warenprozeßinstrumente</i>	1232
A. Der Gegenstand	1232
B. Die Entscheidungsgrundlagen	1234
C. Ausgewählte Modelle zur absatzmarktorientierten Warenprozeßpolitik	1235
I. Die Modelle zur Lieferterminpolitik	1235
II. Die Modelle zur Auslieferungspolitik	1236
 <i>Neunter Abschnitt: Die Kombination absatzpolitischer Instrumente – Das Absatzmarkt-Mix</i>	 1240
A. Der Gegenstand	1240
B. Das qualitative und das quantitative Marketing-Mix	1241
C. Das qualitative Marketing-Mix – Die Imagepolitik	1242
I. Zur Erfassung der Qualität von Marktinstrumenten	1242
II. Die Grundbegriffe	1244
III. Zur Theorie der Imagemessung	1251
IV. Ausgewählte Ergebnisse der Imageforschung für Einzelhandlungen	1255
V. Die Imagepolitik	1262
VI. Die Modellansätze zur Imageoptimierung	1274
D. Das quantitative Marketing-Mix – Die Marketing-Mix-Modelle	1284
I. Der Gegenstand	1284
II. Die Vergleichsmodelle als Entscheidungsmodelle	1286
III. Ausgewählte Marketing-Modelle aus der Literatur	1288
IV. Ein weiteres Modellsystem zur Bestimmung des optimalen Marketing-Mix	1299
 <i>Zehnter Abschnitt: Ausgewählte Aspekte der Beschaffungspolitik</i>	 1304
A. Der Gegenstand	1304
B. Die Grundlagen der Entscheidungen	1307
C. Ausgewählte Teilpolitiken	1315
I. Die Faktorpreispolitik	1315
II. Die Beschaffungswegepolitik	1320
III. Die beschaffungsorientierte Warenprozeßpolitik	1325

D. Die Beschaffung ausgewählter sachlicher Faktoren	1330
E. Die Personalbeschaffung	1334
F. Die Beschaffung nach ausgewählten Institutionen	1339
<i>Elfter Abschnitt: Die kombinierten Absatz- und Beschaffungsentscheidungen</i>	
	1347
A. Der Gegenstand	1347
B. Ausgewählte Modelle kombinierter Absatz- und Beschaffungsoptimierungen	1347
<i>Zwölfter Abschnitt: Die Marktsegmentierung und die Marktselektion</i>	
	1356
A. Die Abgrenzungen	1356
B. Die Segmentierungspolitik	1359
C. Die Segmentierungsmodelle	1362
D. Die Marktselektionspolitik	1370
I. Die typologischen Grundlagen	1370
II. Ein Modellsystem zur selektiven Absatzpolitik	1371
<i>Dreizehnter Abschnitt: Die Elemente eines qualitativen und quantitativen Totalkonzeptes der Marktpolitik</i>	
	1379
A. Der Gegenstand	1379
B. Die Methodenprobleme	1380
C. Die Modellverknüpfung	1381

Neuntes Kapitel

DIE FAKTORKOMBINATIONSPOLITIK

<i>Erster Abschnitt: Die Grundlagen der Faktorkombinationspolitik</i>	1387
A. Die Abgrenzungen	1387
B. Die Eigenheiten der Faktorkombinationspolitik im Handel	1388

C.	Die Systeme der produktiven Faktoren	1391
I.	Die gesamtwirtschaftlichen Ansätze	1391
II.	Die betriebswirtschaftlichen Gliederungen	1392
III.	Die handelswissenschaftlichen Faktorsysteme	1393
D.	Die Grundmodelle der betrieblichen Faktorkombinationspolitik	1398
E.	Die Komponenten der unternehmerischen Entscheidungsmodelle der Faktorkombinationspolitik	1400
<i>Zweiter Abschnitt: Der Betriebsfaktor Personal</i>		1409
A.	Ein System von Modellen	1409
B.	Die allgemeinen Daten der betrieblichen Personalpolitik	1413
C.	Die allgemeinen Ziele der betrieblichen Personalpolitik	1415
D.	Die Personalbestandspolitik	1417
I.	Der Gegenstand	1417
II.	Die Grundlagen der Entscheidungen	1419
E.	Die Personaleinsatzpolitik	1426
I.	Die Grundlagen der Entscheidungen	1426
II.	Ein quantitatives Personalmodell – Der Assignment-Ansatz	1429
F.	Die Personalausbildungspolitik	1432
I.	Das öffentliche Bildungssystem und die Ausbildungstätigkeit des Handels	1432
II.	Ein System von Modellen der Ausbildungspolitik im Handel	1435
III.	Die Grundlagen der betrieblichen Ausbildungspolitik	1437
IV.	Die Ausbildungssysteme der Laufbahn- und der Personalentwicklungspolitik	1458
<i>Dritter Abschnitt: Die Betriebsfaktoren Flächen und Sachmittel für Flächen</i>		1465
A.	Die Grundlagen	1465
B.	Die Ladenbaupolitik	1468
I.	Der Gegenstand	1468
II.	Die Grundlagen der Entscheidungen	1469

III. Ausgewählte Modelle zur Planung des Kassenstandortes	1486
C. Die Lagerbaupolitik	1490
I. Die Problemstrukturen	1490
II. Die Grundlagen der Entscheidungen	1494
D. Die innerbetriebliche Transportpolitik	1505
E. Ausgewählte Modelle zur Optimierung der Raumnutzung und des Lagerplatzlayouts	1509
 <i>Vierter Abschnitt: Die Betriebsfaktoren beim außerbetrieblichen Transport von Personen und Waren</i>	
A. Die Grundlagen	1520
B. Die Transportmittelpolitik – Die Verkehrsmittelpolitik	1527
C. Die Transportinfrastrukturpolitik	1536
I. Die Transportflächen	1536
II. Die Reparaturwerkstätten, die Pflege- und Wartungshallen	1536
D. Die Fuhrparkpolitik	1537
I. Der Gegenstand	1537
II. Die Fahrzeugpolitik	1537
III. Die Fuhrparkpolitik im engeren Sinne	1542
IV. Die Ent- und Beladepolitik	1543
V. Die Fuhrparkbesetzungspolitik	1543
VI. Die Fahrzeugeinsatzpolitik	1544
VII. Die Tourenpolitik	1545
VIII. Die Fuhrparkkostenpolitik	1549
E. Die Auslieferungspolitik im Einzelhandel	1549
F. Die Reisendenfuhrpark- und -tourenpolitik	1551
G. Die Kundendiensttransportpolitik	1552
H. Ausgewählte mathematische Transportmodelle	1553
I. Die Grundmodelle des Transports	1553
II. Die Erweiterungen des Grundmodells	1556
III. Die Rundreisemodelle	1560
J. Die computerisierten Transportmodelle	1563

<i>Fünfter Abschnitt: Die Lagerbestandspolitik</i>	1567
A. Ein System der Modelle	1567
B. Die Grundlagen der Entscheidungen	1570
C. Ausgewählte Modelle der Lagerhaltungspolitik	1575
D. Die computerisierten Bestandsmodelle	1585
<i>Sechster Abschnitt: Die Politik des Einsatzes sonstiger Sachfaktoren</i>	1592
A. Der Gegenstand	1592
B. Zum Einsatz von Datenverarbeitungsanlagen	1592
<i>Siebenter Abschnitt: Die Kombination der Betriebsfaktoren</i>	1596
A. Die Abgrenzungen	1596
B. Die kategorialen Gesetzmäßigkeiten der Faktorkombination	1596
I. Die Grundlagen	1596
II. Die empirischen Nachweise	1604
C. Die Gesetzmäßigkeiten und die Zielbeitragsmessung	1609
D. Die Kapazitätspolitik	1613
I. Der Gegenstand	1613
II. Die Grundlagen der Entscheidungen	1615
E. Die Beschäftigungs- und Anpassungspolitik	1618
I. Der Gegenstand	1618
II. Die Grundlagen der Entscheidungen	1619
F. Die Verfahrenspolitik	1623
I. Der Gegenstand	1623
II. Die Grundlagen der Entscheidungen	1625
G. Ausgewählte Modelle zur Beschäftigungs-, Kapazitäts- und Verfahrenspolitik	1627
I. Die Ansätze zu kurzfristigen Anpassungsmöglichkeiten	1627
II. Die Verfahrenvergleichsmodelle	1629
III. Die simultane Planung von Personal- und Betriebs- mittelbeständen	1636

Zehntes Kapitel

DIE FINANZIERUNGSPOLITIK

A.	Die Abgrenzungen	1643
B.	Die Beziehungen zwischen Investition und Finanzierung	1650
C.	Die Eigenheiten der Finanzierungspolitik im Handel	1653
D.	Die gesamtwirtschaftlichen Grundlagen der unternehmerischen Finanzierungspolitik	1654
E.	Die Komponenten der unternehmerischen Entscheidungsmodelle der Finanzierungspolitik	1660
	I. Der Gegenstand	1660
	II. Die Daten	1661
	III. Die Ziele	1665
	IV. Die Instrumente	1671
F.	Die Finanzstrukturpolitik	1681
G.	Die Finanzablaufpolitik	1704
H.	Ausgewählte handelsrelevante Finanzierungsinstitutionen	1707
	I. Die privaten Institutionen	1707
	II. Die öffentliche Wirtschaftsförderung unter besonderer Berücksichtigung des Handels	1712
J.	Ausgewählte entscheidungsorientierte Finanzierungsmodelle	1714
	I. Der Gegenstand	1714
	II. Die heuristischen Ansätze	1716
	III. Die Finanzierungsentscheidungen bei gegebenen Investitionsprojekten	1723
	IV. Die simultanen Investitions- und Finanzierungsentscheidungen	1728
	V. Zum Problem der Sicherheit	1732
	Literaturverzeichnis	1735
	Sachverzeichnis	XXIII