

Stichwortverzeichnis

Organisationsstruktur 306
Output der Leistungserstellung 102

P

Panel 147
Panellerhebung 147
Patent 307
Personal Selling 190
Personenfirma 12
Personengesellschaften 20, 28
Pflichtpraktikum 66
Poor Dogs 159
Pop-up-Store 276
Portfolioanalyse 158
Preisdifferenzierung 168
Preiseinführungsstrategien 167
Preisgestaltung 166
–, Einflussfaktoren 166
–, Strategien 166
Preispolitik 165, 285
Preispositionierungsstrategien 167
Preisstrategien 166
Premiumpreisstrategie 167
primäre Marktforschung 138, 140
Prinzipien der optimalen Beschaffung 213
Product-Placement 179
Produkt- und Sortimentspolitik 153
Produktdifferenzierung 161
Produkteliminierung 161
Produktgruppe 163
Produktinnovation 161
Produktion 103
Produktionsfaktoren 102
–, Arten 102
–, optimaler Einsatz 104
Produktionskosten 110
Produktionsrisiko 76
Produktivität 104
Produktlebenszyklus 157
Produktprogramm 163
Produktqualität 107
Produktvariation 161
Pro-Forma-Rechnung 87
Programmgebundene Bedarfsermittlung 214
Prokura 58
–, Arten 59
–, Erlöschen 60
Prokurist 58
Promotionspreisstrategie 167
Prozess der Leistungserstellung 103
psychologische Preisstrategien 168
Public Relations 187

Q

Question Marks 159

R

Rackjobber 281
Rechtsformen 23
–, Kriterien für die Wahl 19
–, Überblick 23
Recycling 239
Regalgroßhändler 281
Reifefunktion 231
Reifephase 158
relativer Marktanteil 159
Relaunch 161
Rentabilität 105
Revisionsverband 52
Risiken für den Exporteur 75
Risiken für den Importeur 80
Risiko 72
Risikoübergang 82
Rollende Landstraße 257
Roll-on/Roll-off 257
Rückgangsphase 158
Rücklagen 40

S

Sachfirma 12
Sachgüter 102
Salespromotion 188
Sattelanhänger 257
Sattelaufleger 257
Sättigungsphase 158
Schienengüterverkehr 256
Schiffahrt 236
Schutzrechte 307
SDGs 305
Seeschiffahrt 256
Segmentauswahl 125, 127
Segmentierungskriterien 126
sekundäre Marktforschung 138, 139
Sicherungsfunktion 231
Sortiment 163
Sortimentsbreite 163
Sortimentstiefe 163
Spediteur 252
–, Leistungen 252
–, Rechte und Pflichten 253
Speditionsvertrag 252
Spekulationsfunktion 231
Spezialgeschäfte 275
Sponsoring 189
staatliche Exportgarantie 78
Stammkapital 40
Standortfaktoren 303
Stars 159
stationärer Handel 275
Stille Gesellschaft 32
Stiller Gesellschafter 32
Storetest 138
Straßen- oder Markthandel 278
Straßengüterverkehr 255
Stückliste 214

Supermärkte 276
Supply Chain 245
Supply-Chain-Management 245
–, Chancen und Risiken 246
–, Maßnahmen 247

T

taktische Preisstrategien 168
Tausend-Kontakt-Preis 181
Teilerhebung 140
Teleshopping 277
Termintreue 108
Traditionspapiere 261
Transportdokumente 86, 260
Transportkosten 110
Transportlogistik 238
Transportmittel 255
–, Vor- und Nachteile 258
Transportorganisation 252
Transportrisiko 77
Trends im Handel 91

U

Überbrückungsfunktion 231
Überzeugungsstrategie 178
UGB 10
Umformungsfunktion 231
Umlaufvermögen 102
Umsatz 305
Umschlagbetriebe 254
Umsetzungsfahrplan 312
Unternehmen 10
Unternehmensbezeichnung 11
Unternehmensgesetzbuch 10
Unternehmensstandort 302
Unternehmensvision 302
Unternehmenswert-Anteile 48
Unternehmensziele 305
Unternehmer 10
Unterscheidung und Vergleich 178
Unterscheidungskraft 12
Urheberrecht 307
Ursachen des Außenhandels 74
Ursprungszeugnis 87
USP 129, 307

V

Verkaufsförderung 188
Versandhandel 277
Vertriebspolitik 172
Virtual Reality 147
Virtuelle Marktplätze 281
Vollerhebung 140
Vollmacht 58
Vorgründungsgesellschaft 35
Vorratsbeschaffung 205
Vorstand 45

W

Wachstumsphase 158
Warenpräsentationsfunktion 231
Warenverkehrsbescheinigung 87
Wechselkursrisiko 79
Werbeempfänger 177
Werbeetat 181
Werbemittel 179
Werbeplanung 182
Werbestrategien 178
Werbeträger 180
Werbung 176
–, Empfänger 177

–, kritische Aspekte 183
–, Strategien 178
–, Verantwortung 184
Werkverkehr 255
Werkvertrag 67
Werkvertragsnehmer 67
Wertschöpfungskette 245
Wettbewerbsverbot 29, 31
Wirtschaftlichkeit 105

X

XYZ-Analyse 212

Z

Zahlungsausfallrisiko 78
Zahlungsversprechen einer Bank 78
zentrale Lager 233
Ziele der Leistungserstellung 104
Zusatzleistung 153
Zusatznutzen 153
Zustelldienste 254
Zustellgroßhandel 281
Zweipunktklauseln 82

Bildnachweis

Bildnachweis

Seite 12 Red Bull (stock.adobe.com © OlegDoroshin)
Seite 87 Drohne Schiebel (shutterstock © Sergey Kohl)
Seite 112 Produktion (shutterstock © Azamat Imanaliev)
Seite 124 Starbucks (stock.adobe.com © Farknot Architect)
Seite 124 Lieferando (stock.adobe.com © keBu.Medien)
Seite 127 Disney+ (stock.adobe.com © Kaspars Grinvalds)
Seite 128 Nivea (stock.adobe.com © monticellllo)
Seite 129 Cola (stock.adobe.com © ozmen)
Seite 129 Iphone (stock.adobe.com © yalcinsonat)
Seite 129 Schuhe (stock.adobe.com © ArieStudio)
Seite 141 Instagram (shutterstock © Ink Drop)
Seite 155 Duplo (stock.adobe.com © PhotoSG)
Seite 155 Nutella (stock.adobe.com © AlenKadr)
Seite 161 ChatGPT (stock.adobe.com © Timon)
Seite 161 Coca Cola (stock.adobe.com © ALEXANDER BAYUROV)
Seite 162 Fanta (stock.adobe.com © Markus Mainka)
Seite 163 Samsung Galaxy S22 (stock.adobe.com © arbaz)
Seite 163 Galaxy (stock.adobe.com © rvlsoft)
Seite 163 Tablet (stock.adobe.com © rvlsoft)
Seite 167 H&M (stock.adobe.com © Lutsenko Oleksandr)
Seite 167 Primark (stock.adobe.com © vejaa)

Seite 168 Smartphone (shutterstock © hadrian)
Seite 172 Amazon (stock.adobe.com © ink drop)
Seite 175 Ikea (stock.adobe.com © ManuPadilla)
Seite 179 Plakate (shutterstock © Thinglass)
Seite 190 Redbull (stock.adobe.com © Photofex)
Seite 221 iphone (shutterstock © sdx15)
Seite 231 Lager (stock.adobe.com © mandritoiu)
Seite 233 Spar (stock.adobe.com © lexpixelart)
Seite 248 Zara (shutterstock © Dutch_Photos)
Seite 252 Schenker (stock.adobe.com © Trygve)
Seite 276 Tankstellenshop (stock.adobe.com © M. Suhail)
Seite 279 Shopping Center (stock.adobe.com © Grigory Bruev)
Seite 281 Lager (stock.adobe.com © Heorshe)
Seite 283 Lager (shutterstock © KadirOrhan)
Seite 286 Rituals (stock.adobe.com © Heorshe)
Seite 287 Amazon Go (stock.adobe.com © CascadeCreatives)
Seite 291 Amazon Go (stock.adobe.com © Oksana)
Seite 291 Roboter (stock.adobe.com © Andriy Blokhin)
Seite 294 Amazon Go (stock.adobe.com © Oksana)
Seite 302 Netflix (shutterstock © Bogdan Glisik)
Seite 309 Handy (stock.adobe.com © Rafael Henrique)

Alle weiteren Bilder und Grafiken sind Eigentum der TRAUNER Verlag + Buchservice GmbH bzw. wurden von Bildagenturen (stock.adobe.com, shutterstock.com, istockphoto.com) zugekauft.