



Markenpolitik im Einzelhandel: Interaktionseffekte zwischen Herstellermarken und Retail Brands (German Edition)

Jan Wilhelm Wittig

Download now

[Click here](#) if your download doesn't start automatically

Markenpolitik im Einzelhandel: Interaktionseffekte zwischen Herstellermarken und Retail Brands (German Edition)

Jan Wilhelm Wittig

Markenpolitik im Einzelhandel: Interaktionseffekte zwischen Herstellermarken und Retail Brands (German Edition) Jan Wilhelm Wittig

Stimmt die Behauptung "geiz ist geil", oder gelingt es REWE "jeden Tag ein bisschen besser" zu werden? Hat der Discounter Lidl Recht, wenn er mit dem Versprechen wirbt "Lidl lohnt sich", oder lassen sich die Verbraucher durch diese Slogans nicht in die Geschäfte locken? Die Konsumenten sind heutzutage beim Einkauf im deutschen Handel von einer Vielzahl an Marken und den damit verbundenen Slogans und Werbekampagnen umgeben; es gibt nur noch wenige Produkte oder Händler, die nicht als Marke beworben werden. Dabei ist der Einfluss der Markenpolitik auf die Verbraucher von großem Interesse für die Hersteller und Händler. Wie entscheidet der Konsument bei welchem Händler er welches Produkt kauft und welchen Einfluss üben dabei die verschiedenen Markentypen aus? Ziel dieser Untersuchung war es daher, eine geeignete Methodik zu entwickeln, um Interaktionseffekte zwischen Hersteller- und Händlermarken zu identifizieren. Dafür wurde ein Fragebogen mit ausgesuchten Konstrukten entwickelt. Zum Verständnis des Einfluss auf die Konsumentenwahrnehmung wird im theoretischen Teil des Buches zunächst die Funktionsweise der markenpolitischen Konzepte dargestellt. Im empirischen Teil der Studie wird das Konzept der Studie erläutert und die Eignung der Methodik dargelegt. Zur Gewinnung aussagekräftiger Resultate wurden Images von verschiedenen Händlern im deutschen Lebensmitteleinzelhandel erhoben. Diese Händlermarken wurden anschließend in Kombination mit Marken aus den Branchen Bier, Waschmittel und Papiertaschentücher abgefragt, um Rückschlüsse auf den Einfluss auf die Konsumentenwahrnehmung zu ziehen. Mit diesen Daten konnte die aufgestellten Hypothesen untersucht und Interaktionseffekte zwischen diesen beiden Markentypen identifiziert werden. Die Resultate dieser Studie geben Aufschluss über mögliche Markenstrategien für Hersteller und Händler im deutschen Einzelhandel.

 [Download Markenpolitik im Einzelhandel: Interaktionseffekte ...pdf](#)

 [Read Online Markenpolitik im Einzelhandel: Interaktionseffek ...pdf](#)

Download and Read Free Online Markenpolitik im Einzelhandel: Interaktionseffekte zwischen Herstellermarken und Retail Brands (German Edition) Jan Wilhelm Wittig

From reader reviews:

Lula Barnes:

Now a day people that Living in the era exactly where everything reachable by connect with the internet and the resources inside it can be true or not call for people to be aware of each facts they get. How a lot more to be smart in obtaining any information nowadays? Of course the correct answer is reading a book. Studying a book can help people out of this uncertainty Information specially this Markenpolitik im Einzelhandel: Interaktionseffekte zwischen Herstellermarken und Retail Brands (German Edition) book because this book offers you rich info and knowledge. Of course the information in this book hundred % guarantees there is no doubt in it you probably know this.

Omar Stewart:

Often the book Markenpolitik im Einzelhandel: Interaktionseffekte zwischen Herstellermarken und Retail Brands (German Edition) has a lot details on it. So when you make sure to read this book you can get a lot of help. The book was written by the very famous author. The author makes some research prior to write this book. This specific book very easy to read you can obtain the point easily after reading this book.

Sandra McLean:

You could spend your free time to study this book this reserve. This Markenpolitik im Einzelhandel: Interaktionseffekte zwischen Herstellermarken und Retail Brands (German Edition) is simple to develop you can read it in the park your car, in the beach, train in addition to soon. If you did not possess much space to bring typically the printed book, you can buy the actual e-book. It is make you easier to read it. You can save often the book in your smart phone. Consequently there are a lot of benefits that you will get when one buys this book.

Nancy Leto:

A lot of publication has printed but it is unique. You can get it by world wide web on social media. You can choose the most effective book for you, science, comedian, novel, or whatever by searching from it. It is named of book Markenpolitik im Einzelhandel: Interaktionseffekte zwischen Herstellermarken und Retail Brands (German Edition). You'll be able to your knowledge by it. Without causing the printed book, it could add your knowledge and make anyone happier to read. It is most important that, you must aware about e-book. It can bring you from one destination to other place.

**Download and Read Online Markenpolitik im Einzelhandel:
Interaktionseffekte zwischen Herstellermarken und Retail Brands
(German Edition) Jan Wilhelm Wittig #EWL6QVJRFHZ**

Read Markenpolitik im Einzelhandel: Interaktionseffekte zwischen Herstellermarken und Retail Brands (German Edition) by Jan Wilhelm Wittig for online ebook

Markenpolitik im Einzelhandel: Interaktionseffekte zwischen Herstellermarken und Retail Brands (German Edition) by Jan Wilhelm Wittig Free PDF d0wnl0ad, audio books, books to read, good books to read, cheap books, good books, online books, books online, book reviews epub, read books online, books to read online, online library, greatbooks to read, PDF best books to read, top books to read Markenpolitik im Einzelhandel: Interaktionseffekte zwischen Herstellermarken und Retail Brands (German Edition) by Jan Wilhelm Wittig books to read online.

Online Markenpolitik im Einzelhandel: Interaktionseffekte zwischen Herstellermarken und Retail Brands (German Edition) by Jan Wilhelm Wittig ebook PDF download

Markenpolitik im Einzelhandel: Interaktionseffekte zwischen Herstellermarken und Retail Brands (German Edition) by Jan Wilhelm Wittig Doc

Markenpolitik im Einzelhandel: Interaktionseffekte zwischen Herstellermarken und Retail Brands (German Edition) by Jan Wilhelm Wittig Mobipocket

Markenpolitik im Einzelhandel: Interaktionseffekte zwischen Herstellermarken und Retail Brands (German Edition) by Jan Wilhelm Wittig EPub