

Inhaltsverzeichnis

A. Situation und Zielsetzung	3
B. Management Summary	6
C. Studiendesign	9
C.1. Konzeption und Vorgehensweise	10
C.2. Stichprobenzusammensetzung	12
C.3. Methodische Besonderheiten	16
D. Detailergebnisse: Einkaufsindikatoren der Branche	18
D.1. Kaufhäufigkeit	20
D.2. Kaufort	23
D.3. Kaufmenge	28
D.4. Gekaufte Marken	31
E. Detailergebnisse: Kaufentscheidungsfaktoren der Branche	33
E.1. Kaufgründe	36
E.2. Entscheidungsort	40
E.3. Entscheidungsverantwortung	44
E.4. Beteiligte Personen beim Einkauf	45
E.5. Entscheidungsverantwortung für gewählte Marken	48
F. Fazit/Ausblick	56