

Vorwort.....	7
Teil 1:	
Marketinginvestition und Mediamix im Handel	
Management Summary	8
Die wichtigsten Ergebnisse in Kürze	10
Methodischer Ansatz	14
Art der Erhebung.....	14
Struktur der Studienteilnehmer	16
Marketinginvestitionen – Status und voraussichtliche Entwicklung.....	18
Werbekosten	18
Entwicklung der Werbekosten	21
Budgetverwendung	21
Mediamix im Handel – Status und voraussichtliche Entwicklung	24
Kommunikationsströme im Vergleich.....	26
Kommunikationskanäle heute und Prognose	27
Flyer, Kataloge, Magazine	28
Anzeigen	30
Instore Marketing	30
Onlinemarketing	32
Weitere Kommunikationskanäle	33
Mediamix im Branchenvergleich.....	34
Teil 2:	
Ergänzungsbefragung	
zu Mobile Marketing in Retail	36
Mobile Marketing in Retail	38
Allgemeine Mobile Strategie des Handels.....	40
Mobile im Anmarsch	42
Teil des Marketingmix	43
Mobile Couponing stärkt stationären Handel	44
Mobile Couponing.....	44
Was gut werden soll, braucht seine Zeit.....	47
Baustein in Gesamtstrategie.....	48
Beschleunigung der Kassendurchlaufzeit	50
Fazit.....	51
Abbildungsverzeichnis	53
Impressum	55