

## Inhaltsverzeichnis

<b>A. Situation und Zielsetzung .....</b>	<b>3</b>
<b>B. Management Summary .....</b>	<b>6</b>
<b>C. Studiendesign .....</b>	<b>10</b>
C.1. Konzeption und Vorgehensweise .....	11
C.2. Stichprobenszusammensetzung .....	13
C.3. Methodische Besonderheiten .....	17
<b>D. Detailergebnisse: Einkaufsindikatoren der Branche .....</b>	<b>19</b>
D.1. Kaufhäufigkeit .....	21
D.2. Kaufort .....	24
D.3. Kaufmenge .....	29
D.4. Gekaufte Marken .....	31
<b>E. Detailergebnisse: Kaufentscheidungsfaktoren der Branche .....</b>	<b>33</b>
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
<b>F. Fazit/Ausblick .....</b>	<b>56</b>