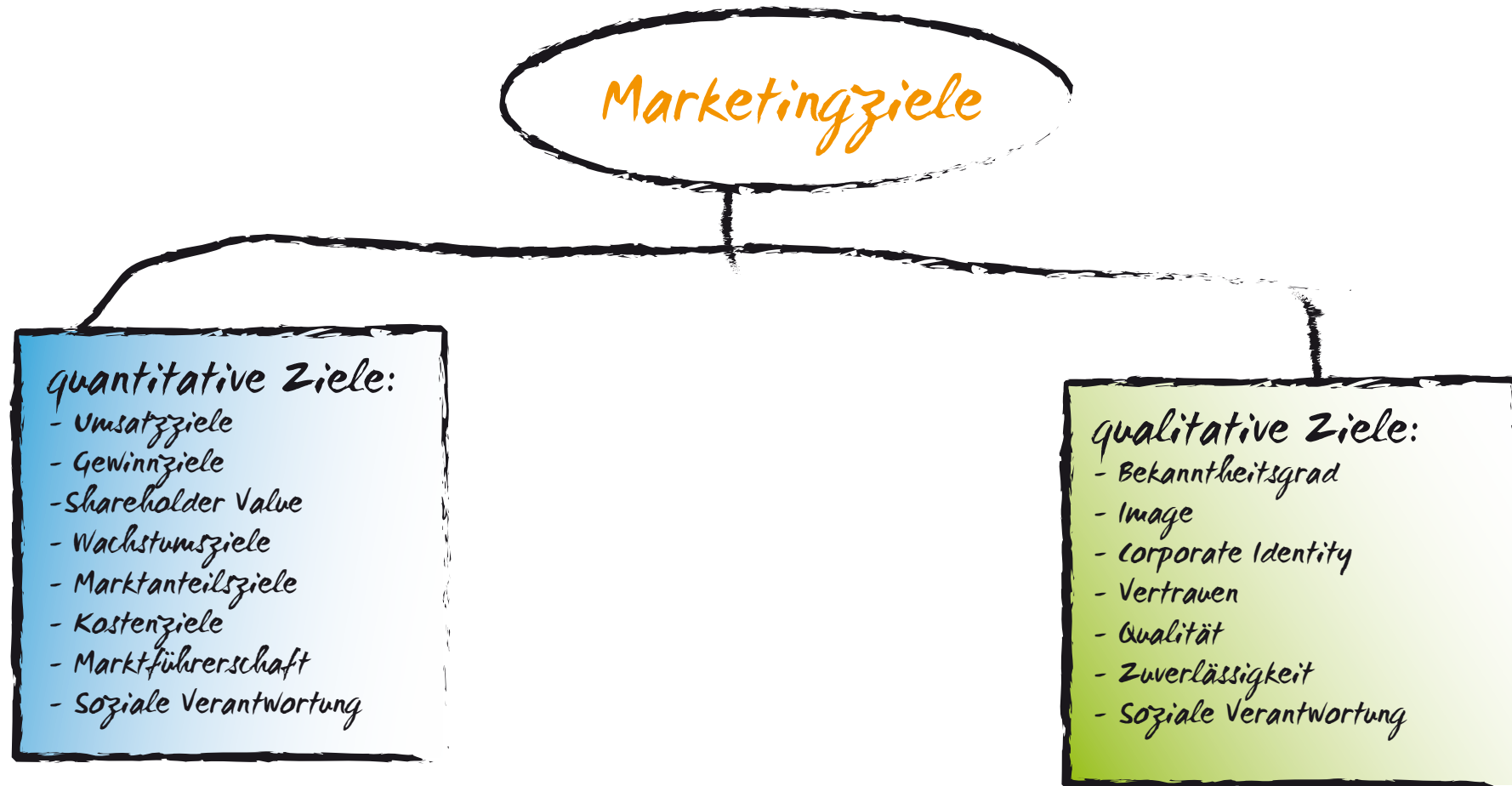


Marketingziele

Quantitative und qualitative Marketingziele



= Formal-Ziele, die den Erfolg unternehmerischen Handelns ausdrücken, z. B. Gewinnmaximierung (= Oberziel) durch Kostenminimierung, Umsatzmaximierung, Produktivität, Wirtschaftlichkeit (= Unterziele).