

[Free pdf] Marketingstrategien international tauml;tiger logistischer Dienstleister (German Edition)

# Marketingstrategien international tauml;tiger logistischer Dienstleister (German Edition)

*Daniel Rodriguez*

*DOC | \*audiobook | ebooks | Download PDF | ePub*

Daniel Rodriguez

---

**Marketingstrategien international tätiger logistischer  
Dienstleister**

Studienarbeit



DOWNLOAD



READ ONLINE

#4385437 in eBooks 2004-04-18 2004-04-18 File Name: B007Q03AGS | File size: 41.Mb

**Daniel Rodriguez : Marketingstrategien international tauml;tiger logistischer Dienstleister (German Edition)**  
before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Marketingstrategien international tauml;tiger logistischer Dienstleister (German Edition):

Studienarbeit aus dem Jahr 2003 im Fachbereich BWL - Marketing, Unternehmenskommunikation, CRM, Marktforschung, Social Media, Note: 2,3, , Sprache: Deutsch, Abstract: Die heutige Situation logistischer Dienstleister ist durch vielfauml;tige Merkmale gekennzeichnet. Wie auch in allen anderen Bereichen, ist der Transport- oder

auch Logistiksektor durch den Wandel vom Verkaufsmarkt zum Kaufmarkt betroffen. Die Speditionen (als logistische Dienstleister) sind einer immer größer werdenden Konkurrenz ausgesetzt. In den letzten Jahren hat ein erbitterter Preiskampf in der Transport- und Logistikbranche stattgefunden. Dieser wurde unter anderem durch das Tarifaufhebungsgesetz 1993 eingeleitet und ein Ende ist bis heute nicht in Sicht. Durch den Wegfall der staatlichen Tarifpolitik ist es zu einem ruinösen Wettbewerb und zu einem Verfall der Preise gekommen. Im Zuge der EU-Liberalisierung ist es zu einer Zulassung der Kabotage bei allen Verkehrsträgern (Ausnahme: Eisenbahn) gekommen, was den Wettbewerb noch mehr verschärft hat. Die Globalisierung hat sich ebenfalls auf den Logistiksektor ausgewirkt. Ausschreibungen für logistische Dienstleistungen werden heutzutage nicht mehr national gemacht sondern international. So kann es zum Beispiel vorkommen, dass ein logistischer Dienstleister ein Neugeschäft erhält, das von einer ausländischen Niederlassung akquiriert wurde. Der Marketingstrategie eines logistischen Dienstleisters kommt immer mehr Bedeutung zu. Um sich langfristige Marktanteile zu sichern oder eine hervorragende Positionierung im Markt zu erhalten, muss eine Spedition oder ein logistischer Dienstleister sich Gedanken über die eigenen Marketingziele und insbesondere über die Marketingstrategien und über das Marketing-Mix machen. Marketingziele zu formulieren erscheint relativ einfach, aber der Weg dahin und die Mittel die dafür eingesetzt werden müssen, sind die schwierigeren Prozesse. Durch den globalen Wettbewerb muss ein logistischer Dienstleister seine Vorteile im Wettbewerb erringen und verteidigen. Dies kann mit einer kundenorientierten Strategie geschehen, die durch ein Marketing- und Produktmix und durch geeignete Vertriebsstrukturen und -aktivitäten gekennzeichnet ist. 11 Vgl. Kaschek 2002, S. 18