

Die vier Teilmärkte und die Marketinginstrumente im Handelsmarketing

Der Begriff Handelsmarketing bezeichnet das eigenständige Marketing von Handelsunternehmen und verfolgt das Ziel einer an den Märkten orientierten Unternehmensführung. Anders als beim Marketing der Hersteller, bei dem die Handelsunternehmen die Objekte der absatzmarktgerichteten Maßnahmen sind, übernehmen beim Handelsmarketing die Handelsunternehmen selbst die Hauptrolle in einem Marketing, das eigenständig und auf mehrere Märkte ausgerichtet ist. Zu den wesentlichen Besonderheiten dabei gehört, dass sich das Konzept des Handelsmarketings im Wesentlichen auf vier Märkte stützt und auf diesen vier Märkten mit spezifischen Marketinginstrumenten arbeitet.

