



Fremdwörter Lexikon

MARKETING & VOLKSWIRTSCHAFT

Begriff:	Kurzbeschreibung
A bsatzhelfer	= externe Beeinflusser (Arzt verschreibt Medikament), Agenten, Makler, Kommissionäre
Absatzkanal	= Distributionskanal oder Vertriebskanal
Absatzmittler	= Handel
Absatzwege	= Distributions-Art oder Distributions-Form
Absolute Armut	= Einkommen und VM genügt nicht, sich mit dem Lebensnotwendigen zu versorgen
Abszisse	= Horizontale Linie (Merke: auf Abszisse kann man sitzen) (Gegenteil Ordinate - Vertikal)
ad rem	= Ich suche für die Aufgabe einen Menschen (macht Unternehmen gut und stark)
adäquaten	= zweckmässigen
ADM	= Aussendienstmitarbeiter
Adspektiv	= Gegenwart (siehe auch prospektiv / retrospektiv)
Affektiv	= gefühls-, affektbetont, durch heftige Gefühlsäusserungen gekennzeichnet
Affinität	= Mass der Eignung eines Werbemittels für eine definierte Zielgruppe
AIDA	= Attention, Interest, Desire, Action (Aufmerksamkeit, Interesse, Wunsch, Handlung auslösen)
Aktion	= Tätigkeit einer oder mehrerer Personen
Aktion	= zeitlich befristete Massnahme
Aktives Marketing	= Mitarbeiter kontaktiert Kunde
Allianzen	= Partnerschaften, Zusammenarbeit
Allokationsfunktion	= Steuerung durch Preise, wie knappe Ressourcen für Herstellung eingesetzt werden
Altruismus	= durch Rücksicht auf andere gekennzeichnete Denk- und Handlungsweise, Selbstlosigkeit
Ambivalenz	= Doppelwertigkeit
Analogie	= Gleichheit, Übereinstimmung, Entsprechend
Anbruch Lieferung	= Karton à 12 St. wird aufgebrochen
Andragogik	= Wissenschaft der Erwachsenenbildung und Führung
Annexion	= Fusion, Übernahme, ein Grosser frisst ein kleiner (siehe auch Kombination /Quasifusion)
Arbeitslosigkeit	= Strukturelle, Konjunkturelle, Saisonale, Sockelarbeitslosigkeit
Arbeitsproduktivität	= Leistung pro Mitarbeiter in einer gewissen Zeit oder pro Arbeitsstunde
Arithmetisch	= rechnerisches Mittel, Durchschnittswert
Armut	= absolute, relative, subjektive
Art Work	= Grafische Elemente eines Werbemittels
ASM	= Area Sales Manager
Attraktiv	= Interessant für den Kunden
Auflagebeglaubigung	= WEMF (WerbeMAFO) kontrollierte Auflage eines Presseergebnis
Auftragsperiode	= Die Zeitspanne zwischen Auftragserteilung und Ankunft der Ware beim Kunden
Ausgelistet	= Produkt wird vom Detailhandel rausgeschmissen, nicht mehr länger geführt
Aussenfinanzierung	= Lieferantenkredit, KD-Kredit, Bankkredit, Wechsel, Forfaitierung, Leasing
AZPERK	= Ausgangslage, Ziel, Planung, Entscheid, Realisierung, Kontrolle

B ackward Stock	= Vorrat / Lager
Basiswerbung	= Auf längere Zeit ausgelegte Werbekampagne ohne Aktionscharakter
Beamer	= Ein Hilfsmittel für Vorführungen mit Multimedia
Beeinflusser (extern)	= Presse, Hersteller
Beeinflusser (intern)	= Mitarbeiter
Beeinflusser (Umweltfakt.)	= Gesetze
Below the Line	= Werbung mit Muster, Wettbewerb oder Talon (auch bedruckte Tischset, Bierdeckel)
Beraterhonorar	= Werbeberaterhonorar 15% des Budgets oder 17,65% auf alle Nettorechnungen
Bestandesmasse	= Momentaufnahme (z.B. Inventar)
Bewegungsmasse	= veränderliche Masse
BIP (Brutto Inland Produkt)	= Wertschöpfung in einem Land während eines Jahres
BIP	= Wert aller im Laufe eines Jahres im Inland erbrachten Wertschöpfungen zu Marktpreisen
Bonität	= Zahlungsfähigkeit, Auskunft von: Novinform, Credita oder int. Dun & Bradstreet
Brand Manager	= Marken Kenner
Bretton Woods Institutionen	= IMF und Weltbank
Briefing	= Befehlsausgabe, Instruktion der Mitarbeiter über Vorhaben, Gespräch, Diskussion
Briefing	= Einführung in ein kommunikativ zu lösendes Problem
Bruttoreichweite	= Addition der Reichweiten ohne Berücksichtigung der Doppelleser
BSP (Brutto Sozial Produkt)	= Wertschöpfung von CH im In- und Ausland während eines Jahres
BSP	= Wert aller im Laufe eines Jahres von Inländern erbrachten Wertschöpfungen zu Marktpreisen
Burnt out	= ausgebrannter Mitarbeiter
Business-to-Business	= gewerblicher Produkteverwender
Business-to-Consumer	= privaten Produkteverwender

C all Center	= Interne oder externe Stelle für aktives oder passives Telefonmarketing
Charisma	= besondere Ausstrahlungskraft eines Menschen
Chingels	= Werbesong, z.B. Migros oder Swisscom
CI	= Corporate Identity, Ausstrahlung, Erscheinungsbild und Auftreten einer Firma
Claim	= Wichtigste Werbeaussage, auch Slogan genannt
Coaching	= Beziehung zwischen Coach und Gecoachten, Mittel und Stiel der verwendeten Kommunikation
Cold Calls	= nichtangemeldete Besuche
Consumer benefit	= Käufervorteile (Nutzen vom Produkt)
Consumer Promotion	= Produkteverwender Werbung
Convenience Food	= Bequemlichkeit, vorbereitet, vorgekochtes Essen
Copyright	= Urheberrecht für Bilder, Fotos oder Texte
Copywriter	= Texterin
Corporate Design	= Gestalterisches Erscheinungsbild eines Unternehmens
Corporate Identity	= Gesamtkommunikation eines Unternehmens
Cover	= Umschlag, Deckel
Coverage	= Reichweite
CP	= Customer-Profitability, Kundenprofitabilität
Cross Selling	= Zusatzverkäufe an bestehende Kunden in anderen Produktbereichen
CSS	= Customer Service System (Kunden-Unterstützungssystem)

D ecorator-Packs	= Verpackung ist selbst die Zugabe, z.B. Senf in Trinkgläsern
Deflation	= Genereller Rückgang des Preisniveaus über längere Zeit, Gegenstück zur Inflation
Deflation	= sinkende Preise
Deflation	= Verminderung der Geldmenge um den Geldwert zu steigern und die Preise zu senken
Demografie	= Beschreibung der wirtschafts- und sozialpolitischen Bevölkerungsstruktur
Demographische Merkm.	= Alter, Geschlecht, Grösse, Sprache, Kultur, Einkommen, Bildung
Demos	= Volk
Demoskopisch	= Volksbefragung
Depannage	= Aushelfen: z.B. wenn im Lager Rüti ausverkauft, dann in Lager Jona anfragen
Depression	= Konjunkturphase, geringe Kapazitätsauslastung, hohe Arbeitslosigkeit, sinkende Löhne
Design	= Gestaltung
Desinflation	= sinkende Inflation im positiven Bereich
Desktop-Publishing/DTP	= Text- und Bildgestaltung mittels Computer
Destinatoren	= aktuelle und potentielle Kunden
Detailhandelsumsatz	= Migros 17,4% oder 12.8 Mia; Coop 13.6% oder 10 Mia; andere Rest
Dialektik	= die Kunst der Gesprächsführung und Überzeugungskunst
Didaktik	= die Wissenschaft der Unterrichtslehre, Lehre von Lehren und Lernen
Dienstleistungsgüter	= Tourismus, Bank, Daten, SW, Wäscherei
Direct Mailing	= Direktversand von Werbung
Direct Marketing	= Marketingmassnahmen mit direkter Ansprache der Zielgruppe
Direktzahlung	= Staatliche Unterstützung verknüpft mit Bedingungen zur Steuerung der Wirtschaft
Disinflation	= langfristiges Sinken des Preisniveaus, jedoch noch im positiven Bereich, +0.8 auf 0.6
Diskrete Merkmale	= genaue festlegbare Werte (Unfälle, Autos, Personen) Gegenteil "stetig"
Dispenser	= Ausstellungsmaterial für die Selbstbedienung (Prospekte oder Bestellkarten)
Display	= Aufsteller, Gestell, Ständer, Zigarettenhalter, Ausstellung der zum Verkauf angebotenen Artikel
Distribution	= Absatz Vertrieb, Verteilung
Distributions-Art	= Absatzweg oder Distributions-Form
Distributions-Form	= Absatzweg oder Distributions-Art
Distributionskanal	= Absatzkanal oder Vertriebskanal
Distributions-Kosten	= 10% bis 40% der Verkaufskosten
Divergenzen	= Auseinandergehen, Meinungsverschiedenheit
Divergierend	= auseinandergehend, in entgegengesetzter Richtung
Diversifikation	= Unterteilung, Aufgliederung, Verteilung
Dynamische Zahlen	= veränderliche Zahlen, - Werte, z.B. Kapazität, Potential
E AN-Code	= 13 Stellen Code (2 Land, 5 Hersteller, 5 Produkt, 1 Prüfziffer)
EAN-Code	= 8 Stellen Code (2 Land, 5 Hersteller + Produkt, 1 Prüfziffer) Kleinpackungen
EAN-Code	= Europäisches Artikel Nummerierungssystem
early Birds	= die ersten Einsendungen
E-Commerce	= Verkauf von Produkten und DL über Internet
Effizienzlohntheorie	= Lohnerhöhungen kostensteigernd, Anreize höheren Leistungen kostensenkend
Egozentrisch	= ich bezogen, sich selbst in den Mittelpunkt stellen
Eigenmarke	= Handelsmarken, Hausmarke, z.B. M-Cola von Migros - Distribution über Handel
Eigentumsfluss	= Eigentum fliesst mit Ware (im Normalfall)

Eigentumsvorbehalt	= nur durch Eintrag ins Register von Wohnort des Kunden
Einkommen Staat	= Mehrwertsteuer, Direkte Bundessteuer, Verrechnungssteuer, Benzin, Tabak
Emotionale Intelligenz	= Fähigkeit, Gefühle zu beherrschen und strategisch einzusetzen (rationale Intelligenz)
emotionale Werbung	= Werbung, welche sich an das Gefühl richtet
Empathie	= sich in die Köpfe von anderen versetzen
Empirisch	= auf Erfahrung beruhend
Empirische Werte	= Erfahrungswerte, beobachtete Werte
End User	= Endverbraucher
Endogen	= von innen heraus (Gegenteil von Exogen)
Endogene Einflüsse	= innere Einflüsse (veraltete Produkte, unfähiger Verkauf, keine Kundennähe)
Endogene Quellen	= innere Quellen
Erfolg	= Markt / Zeit = Erfolg ist > je kürzer die Einführungszeit
Ergonomie	= Wissenschaft über die Leistungsmöglichkeiten/-grenzen des arbeitenden Menschen
Eskapismus	= Zerstreuungs- u. Vergnügungssucht, Abwehr von eingefahrenen Gewohnheiten
Ethik	= Lehre von sittlichen Wollen und Handeln des Menschen in verschiedenen Lebenssituationen
Event	= Werbeveranstaltung für bestimmte Zielgruppen
Exekutive	= vollziehende, vollstreckende, ausführende Gewalt im Staat
Exekutivinstanz	= ausführendes Organ
Exklusivmarken	= Markenartikel exklusive Distribution über bestimmten Handel
Exogene Einflüsse	= äussere Einflüsse, von aussen heraus (Gegenteil "endogene" Einflüsse)
Exogene Quellen	= äussere Quellen
externe Kosten	= Kosten werden nicht durch den Verursacher bezahlt sondern durch Allgemeinheit
externe Nutze	= tiefe Kriminalität
externe Überschneidungen	= Überschneidung zwischen mehreren Medien (Doppelleser)
Externes Call Center	= wir bauen ein Telefonmarketing für andere Firmen
Extrapolation	= Hochrechnung
Extrapolieren	= hochrechnen, weiterführen
Eye Catcher	= Blickfang
F aceing	= Übersicht der Warenpräsentation innerhalb eines Regals (Anzahl Produkteinheiten)
Fachzeitschrift	= Zeitschrift von Fachleuten zu Fachleuten (siehe Special-Intrest)
Factoring	= Forderung aus Warenlieferung an einen Dritten übertragen (echt oder unecht)
Fahrverkauf	= von Geschäft zu Geschäft fahren, sofort Aufnehmen und Liefern (Zweifel Chips)
Faktoreinkommen	= Arbeitseinkommen, Kapitaleinkommen
Feasibility	= Machbarkeit
Feedback	= Reaktion, Antwort auf eine werbliche Aktion
Feedback	= Rückkoppelung, Rückmeldung
Feld	= Verkaufsgebiet / Rayon
Feldgrösse	= Grösse des Verkaufsgebiet oder Rayons
Feldverkauf	= Verkäufer geht zum Kunden / persönlicher Verkauf im Aussendienst
fff	= führen, fordern, feedback
Fifo	= First in first out
Flankierende Massnahmen	= Werbung, VKF, Direct Mail, Telefon Marketing, Sponsoring, PR, PPR
Fluktuation	= Mitarbeiter Wechsel
Flyer	= Flugblatt, billiger Prospekt
Follow me	= folgen / nachfolgen

Follow up	= nachfassen / alle Tätigkeiten, welche nach dem Rücklauf eines Direct Mails anfallen.
Follow-up	= Nachfassaktion
Food	= Lebensmittel
Forfaitierung	= Im Exportgeschäft, Vertrag Lieferant mit Forfateur (Staat CH) mittels Wechsel
Formell	= dem Gesetz oder der Vorschrift nach, offiziell
Formelle Gruppe	= geplante, gewollte, offizielle Gruppe (Gegenteil Informelle Gruppe)
Forward Stock	= Verkaufsmaterial im Laden
Franchise	= Vertrag Hersteller und Unternehmer als Eigentümer einen Betrieb zu führen (MacDonald)
Franchising	= in eigener Rechnung (Händler)
Free Lancer	= Freischaffender
Frequenz	= Häufigkeit von Werbeeinschaltungen
Fringe Benefits	= Materielle oder immaterielle Anreize / Vorteile, Incentive
Frontkontrollen	= Kontrollen von AD Besuchen
Führung	= Einfluss nehmen auf andere Menschen um ein bestimmtes gemeinsames Ziel zu erreichen.
Functional Food	= Gesundheit, Vita
Funktionen	= Bereiche / Stellen
Funktionendiagramm	= Aufzeichnung der Aufgaben und Kompetenzen eines PM
Funktionsprinzip	= Grossist hat Aufgabe, Detailhändler zu betreuen, je nach Aufgabe bestimmten Rabatt
Fusion	= Zusammenschluss (Synergien 1+1 = 3)
G adget	= Werbegeschenk
Geld	= Bargeld, Buchgeld, Sichtguthaben, Giroguthaben
Geld	= Zahlungsmittel, Tauschmittel, Wertaufbewahrung, Recheneinheit
Geld Funktion	= allgemein verbindliches, akzeptiertes Zahlungsmittel (Bar oder Buchgeld)
Geldmenge	= M1 = Noten, Sichtgeld, M2 = M1 + Spargelder, M3 = M2 + Termingelder
geographische Merkmale	= Gebiet, Lage, Sprachregion,
geometrische Mittel	= Aufbau von unten (Entwicklung der Schwächeren)
Geschäftspolitik	= Entscheidung taktischer Natur für das Tagesgeschäft
Gestützte Befragung	= Befragung mittels Erinnerungshilfen (Stützen): Welche von diesen kennen Sie?
Gewichtete Distribution	= Verkaufskanal betrachtet bezüglich Umsatz zum Marktvolumen
Give-away	= Gratisgeschenk
Goodwill	= Vertrauen, das der Verbraucher einem Produkt oder einer Firma entgegenbringt
Grafik	= Relationen von Funktionen in Form von Punktemengen, Punktpaare durch Kurven verbunden
Grauiimport	= Ware, die nicht über Generalimporteur auf Markt gebracht wird
Gross Rating Points GRP	= Ist ein Mass für den Werbedruck, 1 GRP entspricht 1ne Kontaktchance
Gut zum Druck	= Unterzeichnetes Probeabzug zur Freigabe des Druckvorganges
Güter	= freie Güter, private Güter, öffentliche Güter, Sachgüter, DL-, Konsum-, Investitions-Güter
H andelsaktivitäten	= Verkaufsförderung, Unterstützung im Handel
Handelsmarken	= Eigenmarken, Hausmarke, z.B. M-Cola von Migros - Distribution über Handel
Hardselling	= Hartes, faktenreiches, reisserisches Verkaufen
Hauptziel	= Vertragsabschluss
Hausmarke	= Eigenmarke, Handelsmarken, z.B. M-Cola von Migros - Distribution über Handel

Headline	= Haupt-Schlagzeile eines Werbemittels
Hedonismus	= philosophische Lehre, das höchste ethische Prinzip streben nach Sinneslust und Genuss
Herstellermarken	= Markenartikel, z.B. Coca Cola - Distribution über Fachhandel
Heterogene Erzeugnisse	= gegensätzliche, verschiedene Produkte
Hierarchie	= Über- und Unterordnungsverhältnisse, pyramidenförmige Rangordnung
Höchstpreisprodukte	= Wucherzins, Mieten
Homo Oeconomicus	= ist ein Modellmensch, der rational entscheidet und diejenige Variante wählt, unter Berücksichtigung seiner Mittel, mit dem bestmöglichen Nutzen (Kosten-Nutzen Verhältnis)
Homo oeconomicus	= Ökonomischer Modellmensch, Verhalten rein rational, Nutzenmaximierung
Homogene Erzeugnisse	= Ähnliche, gleiche, ergänzende Produkte
Hot Shops	= Kreative Teams in einer Werbeagentur
Humanitär	= menschenfreundliche, wohl tätig
Humanität	= edle Gesinnung im Verhalten zu den Mitmenschen und zur Kreatur
Hygiene Faktoren	= Betriebsklima /-politik, Unternehmensleistung, Beziehung Chef, Salär (Selbstverständlichkeiten)
Hypothesen	= unbewiesene Annahme von Gesetzmäßigkeiten oder Tatsachen
I HA	= Institut für Haushalt-Analysen
Image	= Gesamtheit der Vor- und Einstellung gegenüber einem Unternehmen, Produkt oder Marke
IMF	= International Monetary Funds – für kurzfristige Zahlungsbilanzprobleme
Impact	= Werbewirkung
Implementieren	= einführen, einsetzen
Impulskäufe	= kurz entschlossener Kaufentscheid, beim vorbeigehen kaufen
Inbound	= Kundenanfrage, angerufen werden / Passives Telefonmarketing
Incentive	= Anreize zu erhöhten ökonomischer Leistungsbereitschaft
Incentive	= Geschenk oder Prämie als Kauf oder Leistungsanreiz
Incoming Call	= passives Telefonmarketing - Gegenteil Outgoing Call
Inflation	= Erhöhung des Preisniveaus, bez. Abnahme des Geldwertes, gemessen am Index Konsumentenpreise
Inflation	= Geldentwertung / stark erhöhte Geldmenge gegenüber dem Güterumlauf
Inflation	= steigende Preise
Influencer	= Beeinflusser
Informelle Gruppe	= nicht geplante, nicht offizielle, spontan entstanden, Clique
Inhärent	= zusammengehörend
Innenfinanzierung	= Selbstfinanzierung, Unternehmen zahlt trotz Gewinn keine Dividende
In-Packs	= Zusatzartikel in der Verpackung, Hinweis erfolgt über Display
Integer	= unbescholten, ohne Makel, unbestechlich
Integriertes Marketing	= Verkauf unter Marketing
Interaktion	= Wechselbeziehung zwischen Handlungspartnern
Interdependenz	= gegenseitige Abhängigkeit, Vernetzung von Märkten (Badeferien + Badehosen)
Intermedia-Vergleich	= Bewertung und Vergleich der Leistungsdaten zwischen versch. Medienkategorie
Intermediavergleich	= Vergleich der Werbekanäle (Zeitungen, TV, Kino, Plakate) siehe Intramedia.
Internalisieren	= zu eigen machen
interne Kosten	= ich bezahle meine Schule selber
interne Nutzen	= ich kann lesen und schreiben
interne Überschneidung	= Überschneidung von mehreren Ausgaben des gleichen Mediums (Titels)
interne Überschneidungen	= Leserzuwachs nach mehreren Schaltungen, 1 Inserat 28% RW, 3 Inserate 33%

internes Call Center	=	Telefonmarketing für eigene Firma
Interpolieren	=	Wert zwischen zwei Werten ($X1 + X2 / 2$), dazwischen, Zwischenwert
Intramediavergleich	=	Vergleich der Werbeträger (Tagi, NZZ, Basler Z) siehe Intermediavergleich
Intriores Gut	=	Grundbedürfnis Gut (Gegenteil Supriores Gut)
Intuition	=	ahnendes Erfassen, Eingebung
Investitionsgüter	=	Güter mit lang andauerndem Gebrauchszweck
Investitionsgüter	=	Maschinen, Traktoren, Kran, Haus
Involvement low oder high	=	Spontankauf oder Beratungsintensiv
ISO-Standards	=	Qualitätsmanagementsystems (Input-, Prozess-, Output-Qualitäten)

J oint venture	=	Zusammenschliessen zweier Firmen
Judikative	=	richterliche Gewalt im Staat
Junk-Mail	=	unerwünschte Werbung, die ungelesen weggeworfen wird
JUP	=	Jahresumsatzprämie
Just in Time	=	Zeitgerechte Anlieferung von Einzelteilen auf's Förderband (Autoindustrie)

K alte Progression	=	Inflation steigen Saläre, höhere Steuerklasse, jedoch reales Einkommen sinkt
Kapitaldeckungsverfahren	=	Pensionskasse, individuelle EZ auf Kto mit Zins für indiv. Pension
Kapitalverkehrsbilanz	=	siehe Zahlungsbilanz
Kaufkraft	=	Geldmenge, die für den Kauf von Konsumgütern (b. Zeit) flüssig gemacht werden können
Kaufkraftklasse	=	(KKK) CH hat 4. 1.Professoren, Direktor 2. Selbständige 3. Kader 4.Hilfskräfte
Kaufkraftklasse	=	Aufteilung in unterschiedliche Sozialschichten
Kaufkraftparitäten	=	das Verhältnis zweier Währungen bezüglich Kaufkraft
Kaufnachlass	=	Preisreduktion, zeitlich begrenztes Angebot für den Einkauf zu reduzierten Preisen
Kernprodukt, formales Produkt & erweitertes Produkt	=	z.B. Auto, Reifen & Ledersitz
Kerninflation	=	Inflation ohne volatile Güter, z.B. Benzin
Key Account	=	Schlüssel Kunde
Key Account Manager	=	Gross-, Schlüsselkunden Betreuer
Keynesianische Konzeption	=	antizyklisches Finanzpolitik (des Staates)
Kinesik	=	die nonverbale Körpersprache
kkk	=	kommandieren, korrigieren, kontrollieren
Klassische Werbung	=	Printwerbung (Prospekte, Briefwerbung, Folder)
KOF	=	Konjunktur Forschungsinstitut
Kognitiv	=	die Erkenntnis betreffend, erkenntnismässig
Kohäsion	=	der innere Zusammenhalt, Förderung des Gruppenzusammenhaltes
Kollektiv	=	Gruppe, in der Menschen zusammen sind
Kombination	=	Fusion, Übernahme mit Austauschverhältnis z.B. SBG & SBV = UBS (Anexion/Quasi)
Kommunikation	=	Mitteilung einer Botschaft von einem Absender an einen Empfänger
Komplementärgüter	=	Güter, die sich gegenseitig ergänzen
Konfektionierung	=	Werbemittel werden zusammengetragen, adressiert, gefalzt, frankiert, versandt
Kongruenz	=	Übereinstimmung, Deckungsgleich, stufengerecht
Konkav-Strategie	=	Ziel nach und nach erreichen (Geduld)
Konsignation Ware	=	Ausstellerware, Ware wird erst bezahlt, wenn Kunde Ware verkauft hat
Konsumgüter	=	Güter des täglichen Bedarfs

Konsumgüter	= Nahrungsmittel, Zigaretten, Waschmittel, Kaffeemaschinen
Kontakt	= Chance der Begegnung von Leser und Anzeige
Kontakthäufigkeit	= Anzahl der Kontakte, die eine Person mit einem Werbeträger hat
Kontaktkosten	= Preis eines Werbemittels gerechnet auf 1000 Kontakte im Zielpublikum
Kontaktsumme	= Addition der Reichweiten ohne Berücksichtigung der Doppelleser
Konträr	= gegensätzlich, entgegengesetzt
Kontrolladressen	= verhindert die Dopperversendung an den gleichen Adressat
Kontrollspanne	= die Anzahl Unterstellten einer Führungskraft max. 6-8 Personen
Konvex-Strategie	= Ziel sofort mit grossen finanziellen Mittel erreichen
Konzept	= Entwurf, erste Fassung
Kooperativ	= zusammenarbeitend
Kumuliert	= aufaddiert
Kundenkredit	= 1/3 bei Bestellung, 1/3 bei Lieferung und 1/3 nach 30 Tagen
Kybernetik	= Forschungsrichtung, Vergleichbare Betrachtungen über Gesetzmässigkeiten im Ablauf

L ast Call	= aktuellster Preis
Latent	= versteckt, verborgen
Laufweg	= immer rechts um
Lead	= Typografisch hervorgehobener Textbeginn
Leadership	= Führerschaft / Führungsqualitäten
Leaflet	= Flugblatt, kleiner Prospekt
Lean Management	= Führungsorganisation mit flacher Hierarchie (abgemagertes Management)
Lean Marketing	= abgemagertes, effizientes Marketing
Lean Production	= abgemagerte, effiziente, sich auf das nötigste beschränkende Produktion
Legislative	= gesetzgebende Gewalt, Gesetzgebung
Leistungspanne	= Kontrollspanne, die Anzahl Unterstellten einer Führungskraft max. 6-8 Personen
Leitbild	= allgem. Grundsätze, auf welche sich das Verhalten der Unternehmung auszurichten hat.
Lieferantenkredit	= der Lieferant gewährt dem Abnehmer eine bestimmte Zahlungsfrist
Lieferfähigkeit	= wie zuverlässig kann ab Lager geliefert werden
lineare Progression	= gerade steigende Linie
Liquiditätsfalle	= Geldmengenerhöhung ohne Wirkung, (löste keine Zinssenkung aus) Geld liquid geh.
Listung	= Einkaufspreis für Sortimentaufnahme
Litfass-Säule	= Plakatsäule
Logistik	= Lager, Verteilkonzept, Transportmittel, Bestellwesen (physische Distribution)
Lokomotion	= Bewegung von einer Stelle zur anderen, Bewegung auf das Ziel der Gruppe hin.

M AACH-Studien	= Auskunft über Leseverhalten, Konsumverhalten, Einkaufskanäle und Besitzstand
Makro	= gross / Vogelperspektive / Konjunktur / Struktur / aussenwirtschaftliche Beziehungen
Manifest	= greifbar, deutlich, erkennbar
Maquette	= Gestaltungsidee als Entwurf zu Papier gebracht
Marginal	= am Rande
Markenartikel	= Herstellermarken, z.B. Coca Cola - Distribution über Fachhandel
Markenartikel	= Serienerzeugnis mit Markenname
Marketing	= Massnahmen, die den Fluss der Waren oder DL vom Hersteller zum Verbraucher regelt

Marketinginstrumente	= P.VK, VKF, Werb, PR, MAFO, Sponsor, VKF, PR, DM, TM, Messen, Wettbewerb
Marktform	= offener-/geschlossener Markt
Marktversagen	= öffentlichen Gütern, externen Effekten, Wettbewerbsbeschränkungen, asymmetrische Info
Maslow-Pyramide	= 1.Grundbedürfniss, 2.Sicherheit, 3.Sozial, 4.Status, 5 Selbstverwirklichung
Massenmedien	= Informationsträger mit grosser Verbreitung (Zeitung, TV, Radio etc.)
Maximum Prinzip	= mit den gegebenen Mitteln eine möglichst hohe Bedürfnisbefriedigung erreichen
MbO	= Management by Objectiv, führen durch Zielsetzung
Media-Mix	= Kombination verschiedener Werbemittel (TV und Zeitungen z.B.)
Media-Studien	= Studien, um die Nutzung der Medien zu analysieren
Medien	= Hilfsmittel audio (Tonband), visuell (Dia) oder audio-visuelle (Film)
Merchandiser	= Produktpflege am POS (Regalauffüller, Platzierung, Preisauszeichnung, Bestellung)
Merchandiser	= Verkaufsoptimierer, Verkaufsberater, Verkaufsunterstützer
Merchandising	= Warenpräsentation
Metaphysisch	= jede mögliche Erfahrung überschreitend
Methodik	= Vortrags- und Unterrichtslehre (Medieneinsatz, Hilfsmittel, Fragetechnik)
Me-too-Effekt	= Nachahmungseffekt
Mikro	= klein / im Detail / Preisbildung /
Mindestpreisprodukte	= Milch, Weizen
Mini flip Chart	= auf Tisch aufstellbarer Vorzeige-Ordner
Minimum Prinzip	= mit möglichst geringem Einsatz an Mitteln sein Bedürfnis befriedigen
Mobbing	= negative kommunikative Äusserungen von mehreren Personen gegen eine einzelne Person
Moderation	= Leiten und koordinieren von Arbeitsbesprechung oder Seminar (Begleiter)
Modulation	= das Abstimmen von Tonstärke und Klangfarbe
Monetarismus	= Die Geldmenge ist der entscheidende Einflussfaktor für den Konjunkturverlauf
Monetaristische Konzeption	= Die Geldmenge beeinflusst den Konjunkturverlauf (durch SNB)
Monopol	= Vorrecht, alleiniger Anspruch, Marktbeherrschend
Motivationsfaktoren	= Erfolg, Anerkennung, Selbständige Arbeit, Verantwortung übernehmen
N aturalrabatt	= anstatt Preisreduktion, zusätzliche Produkte anbieten (Gutscheine)
Near-Food	= Körperpflege, Putzmittel, Seife
Negat. Einkommenssteuer	= Personen mit zu wenig Einkommen bezahlen keine Steuer(Kopfsteuer)
Neophile	= Leute die alles neu kaufen, wie eine Krankheit, zahlen jeden Preis, Bevölkerungsanteil beträgt ca. 14%
Netto-Reichweite	= $A25\%, B28\%, C21\%$ - Formel = $1-(0.75*0.72*0.79)=0,573*100 = 57,3\%$
Nettoreichweite	= Summe aller Mediennutzer
Nettoreichweite	= Anz. Personen, die von einer Werbeträgerkombination mindestens einmal erreicht werden
Neurolinguistische	
Programmierung (NLP)	= Geheimnisse erfolgreichen Kommunikation erforschen
NLP	= Neuro (Gehirn) Linguistic (Sprache) Programming (Lernen)
NIB (Netto Inland Produkt)	= BIP abzüglich Abschreibungen, bewertet zu Marktpreisen
Nicht-Integriertes Marketing	= Verkauf neben dem Marketing (Organigramme)
Nominelle Grössen	= zu laufenden Preisen bewertet
Non-Food	= z.B. Velo, Sportartikel
Nonkonformismus	= individualistische Haltung in politischen, religiösen und sozialen Fragen
NOS	= never out of stock
NSP (Netto Sozial Produkt)	= BSP abzüglich Abschreibungen, bewertet zu Marktpreisen

Null-Nummer	=	Musterexemplar eines Presseerzeugnisses vor der Ersterscheinung
Numerische Distribution	=	Produkt bezogen, Anzahl V-Stellen, die unser Produkt führen
O bjektiv	=	sachlich, unparteiisch
OEM	=	Original Equipment Supplier (Erstausrüster)
öffentliches Gut	=	Rechtssicherheit, Umweltqualität, Preisstabilität
Ökonomisches Prinzip	=	Handeln in der Weise, dass der Nutzen maximiert wird (Min-/Max-Prinzip)
Oligopol	=	Markt wird von wenigen Grossunternehmen beherrscht (Coca-Cola)
Omnibus-Umfrage	=	verschiedene Unternehmen machen zusammen eine Umfrage (MAFO)
One Shot	=	Einmalige Aktion zum Direktverkauf von Waren oder Dienstleistungen
On-Packs	=	ein kleiner Gegenstand wird zusätzlich an Produktpackung angebracht
operative Distribution	=	Marktbearbeitung - eigene Org. Struktur (Werb, VF, VK) -Partner Aufgaben
Opinion Leader	=	Meinungsmacher, Meinungsführer, Meinungsträger, Pionier, Trendsetter
Opportunitätskosten	=	Berücksichtigung DB des verdrängten P. für Bestimmung der P-Untergrenze
Opportunitätskosten	=	die Kosten / Nutzen der nicht gewählten Variante
Opportunitätskosten	=	Kosten aus dem Verzicht des Nutzens der nicht gewählten Alternative.
Ordinate	=	Vertikale Linie (Gegenteil Abszisse - Horizontale)
Organisationsinstrumente	=	Organigramm, Stellenbeschreibung, Funktionen- und Flussdiagramm
out of Stock	=	gibt an bei wie vielen Geschäften unser Produkt nicht gefunden wurde
outbound	=	Aktiver Telefonverkauf / Eingesetzt um Produkte zu verkaufen oder AD Termine fixieren
outgoing Call	=	aktives Telefonmarketing - Gegenteil Incoming Call
Outplacement	=	Entlassung einer Führungskraft und Vermittlung an ein anderes Unternehmen
Outsourcing	=	Auslagern einer Dienstleistung/Aufgabe/Produktion an eine Drittfirma
Overlap	=	Überschneidung der Leser-, Zuschauer- und Hörerschaft
P .C. per capita	=	pro Kopf
Packshot	=	Im Werbefilm eingeblendete Packung eines Produktes
Pädagogik	=	Wissenschaft der Erziehung und Bildung
Panel	=	über längeren Zeitraum regelmässige Befragung zur gleichen Marktleistung (Haushalt, EP,U)
Panorama-Anzeige	=	Inserat, das über den Bund gedruckt wird
PAP	=	Prioritäten-Aktionsprogramm
Parallelimport	=	Import ohne Gebietsschutz
Pareto Prinzip	=	Prinzip 20/80 (mit 20% Kunden einen Umsatz von 80% erzielen)
Passives Marketing	=	Kunde kontaktiert Mitarbeiter
PAT	=	Persönliche Arbeitstechnik
Pay-off	=	Wirksamer Schlussteil eines Werbemittels
Pencil-Selling	=	dem Kunden vorrechnen, wieviel er mit uns gewinnen / verdienen kann
Personalentwicklung Firma	=	Sicherstellung dass Anforderungen durch die MA erfüllt.
Personalentwicklung MA	=	Entwicklung und Entfaltung des eigenen Potentials
persönlicher Verkauf	=	Vertreterbesuche, Telefonverkauf, Ladenverkauf
physische Distribution	=	Info-, Waren-, Geld-, Eigentumsfluss - Standort, Lager, Transport, Service-N
Plagiat	=	Nachahmung, Übernahme von wichtigen Elementen einer Kampagne
Planungshorizont	=	zeitliche Abgrenzung
Planungshorizonte	=	0-1 kurz (taktisch), 1-5 mittel (operativ), 6-10J. langfristige Planung (strategisch)
Platzverkauf	=	Kunde kommt in den Verkaufsladen
Point of Purchase	=	Kaufpunkt

Point of Sales	= Verkaufspunkt, Verkaufsstelle, Degustationen, Demonstrationen
Politikarten	= Konjunktur-, Struktur-, Geld- & Währungs-, Verkehrs-,Innen- und Aussenpolitik
Polypol	= vollkommene Konkurrenz
POoE	= Private Organisationen ohne Erwerbscharakter
PöoM	= Politisch ökonomisch ökologisches Modell
POS	= Point of Sales, Verkaufspunkt
Posttest	= Test nach Einführung (Gegenteil Pretest)
PPR	= Product Public Relation
PR	= Public Relation
PR Rating	= Zu einer bestimmten Zeit auf einem bestimmten TV-Sender gemessene Zuschauerzahl
Pragmatisch	= sachbezogen, sachkundig, geschäftskundig
Prämissen	= Voraussetzungen, Kriterien, Punkte
Pre Test	= Vor Test, Probelauf, probieren
Preisauszeichnung	= Produkt mit Preis versehen
Preiselastizität	= P-Elastizität ist um so grösser, je stärker eine P-Änderung die Nachfrage beeinflusst
Pretest	= Test vor Einführung (Gegenteil Posttest)
Primär VP	= Ziele QN + QL, 6 Subvariablen, Kontaktplanung, Flankierende Massnahmen, Umsatzpl.
Primat	= Vorrang, bevorzugte Stellung
Prisma Steller	= Aufsteller in Prismaform
Prisma Wender	= Reklame, die sich dauernd wendet
Pro Test	= Nach Test
Produkte-Lebenszyklus	= Einführung, Wachstum, Reife, Sättigung, Rückgang
Produktionsfaktoren	= Arbeit, Natürliche Ressourcen (Rohstoffe), Kapital und Wissen
Produktionsgüter	= Kabel, Federn, Chips, Steuerung, Rohstoffe, Weiterverarbeitungsprodukte
Proformen	= Sprachwendungen, z.B. es, das Auto, anstelle Fahrzeug
Projektion	= Hochrechnung. Auf die Gesamtheit hochgerechnete Zahl der Leser oder Zuschauer
Promo A/B/C	= Promotion, Absatzförderung, bester Absatzplatz (POS) im Laden
Promotion	= Verkaufsförderung
Prospektiv	= vorausschauend (siehe auch retrospektiv)
Protektionismus	= Schutz der eigenen Wirtschaft vor ausländischer KK durch Zölle, Kontingente.
Psychographische Merkm.	= Einstellung, Motive (Stufe nach Maslow)
Psychologie	= Psychologie ist die Wissenschaft vom Verhalten der Lebewesen
Public Relations	= Pflege der öffentlichen Meinung
Pull	= auf den Käufer/Konsumenten ausgerichtete Massnahmen (Werbung)
Pull Strategie	= Nachfragesog erzeugen - Werbung beim Konsumenten
Push	= auf den Handel ausgerichtete Massnahmen (VKF, Schulung, Bonus, Wettbewerb für VK-Pers.)
Push Strategie	= Hineinverkauf - Verkaufsförderung (Handel, eigenes Unternehmen, Beeinflusser)
Push-Pull Relation	= in Prozent Angabe über das Verhältnis Push/Pull z.B. 40% Push, 60% Pull
Q ualitative Ziele	= z.B. Image- oder Bekanntheitsgrad verbessern, kann nicht gemessen werden
Quantitative Ziele	= z.B. Anzahl Besuche, Umsatz, kann gemessen oder gewogen werden
Quasifusion	= Fusion, Übernahme aber unfriendly Take Over Beteiligung 51% (Anexion/ Kombination)

R ack Jobber	= Gestellauffüller, mietet Regalfläche auf eigene Rg und Risiko (z.B. Zweifel Chips)
Ragionenbuch	= gibt Auskunft über im Handelsregister eingetragene Firmen
Ratio	= Verhältnis
Rationale Intelligenz	= Fähigkeit Rational zu entscheiden (siehe auch emotionale Intelligenz)
Real Grössen	= Inflationsbereinigt
reason why	= Grund warum der Käufer unsere Produkte kaufen soll
Recall Test	= Erinnerungstest (Was ist von der Werbung geblieben)
Recognition Test	= Wiedererkennung (Was für Gegenstände erkennt man wieder)
Regalstopper	= Direkt am Regal angemachte Stopper, mit Produktwerbung, Aufmerksamkeits-erreger
Reichweite	= Prozentanteil der Personen, die durch die gewählten Werbeträger erreicht werden
Reinzeichnung	= Reproduktionsfähige Vorlage
Relative Armut	= Armut in Relation zum allgemeinen Lebensstandard gesetzt
Relaunch	= bei Sättigung eines Produktes nochmals puschen mit einem neuen Marketingmix (revivel)
Reminder	= Wiederholung einer Werbebotschaft
Repro-Geschäft	= Wertpapierverkauf mit Vereinbarung, das Gleiche zu späteren Zeit zurückzu-kaufen
Ressourcen	= Arbeitskräfte
Restriktion	= Einschränkung
Retainment	= Mitarbeiter behalten können
Retouren	= unzustellbare Sendungen (Empfänger umgezogen, unbekannt, gestorben usw)
Retrospektiv	= zurückschauend, Vergangenheit (siehe auch prospektiv)
Revivel	= bei Sättigung eines Produktes nochmals puschen aber nur mit Werbung (siehe relaunch)
Rezession	= Rückgang der Zuwachsraten des BIP während einer gewissen Zeit (Gegenteil Wachstum)
Rhetorik	= die Wissenschaft der Redekunst
Robison-Liste	= Eine Liste aller Haushalte, die keine Werbung wollen (unternehmenseigene Liste)
Rolloverplanung	= rollende Planung, ständige Anpassung auch von Zielkorrekturen
Rotair	= aufgehängte Drehwerbung/plakat - an der Decke angemacht
Rückzugsziel	= zu einem späterem Zeitpunkt die Möglichkeit einer erneuten Offertabgabe
RVL	= Regional Verkaufs Leiter
S ägezahneffekt	= Störquellen, z.B. immer wieder von Tel unterbrochen werden
Sales Promotor	= Verkaufsförderer
Salesfolder	= Broschüre mit Produkteinformationen (zusätzl. Info Promotion - wann Werbung)
Sample	= Stichprobe
Schütte	= Aktionskorb, Riesenkorb günstige Artikel in Massen (Wühltisch, Wühlkorb)
SECO	= Staatssekretariat für Wirtschaft
Sekundär VP	= Planung und Schaffung der unternehmensseitigen Voraussetzungen für den Verkauf
Selfliquidator	= Zugabe, die man jedoch verkauft, kostendeckende VKF
Share in Handlers	= Theoretischer Marktanteil bei Volldistribution (MarktAnteil*100/gew.Distr.)
Shareholder Value	= gewinnorientiertes Führen eines Unternehmen, nur Interesse Eigentümer
Shop in Shop	= unser Produkt im Warenhaus mit unseren eigenen Möbel, Ausstattung, unser Personal
Single Sourcing	= ein Anlieferer
Slogan	= Kurzform einer Werbeidee

SNB Instrumente	= Repo-Zins, Lombard, Deviseninterv., Goldgeschäfte, Neg. Zins, Emmkontr.
Solvabilität	= Zahlungsfähigkeit, abgeleitet von solvent
Sortimentsbreite	= Breites Angebot unterschiedlicher Produkte
Sortimentstiefe	= Unterteilung der unterschiedlichen Produkte in Typen, Grössen, Ausführung
Soziale Kompetenz	= Verantwortungsbewussten und selbstsicheren Handelns (sozialer Umgang)
Sozialklassen	= Einstufungen aufgrund Schulbildung und Stellung im Beruf A5-7,B4,C3,D2-1 Punkte
Sozio Demographisch	= Unterteilung der Bevölkerung nach: Mann, Frau, Ausbildung, Einkommen
Special-Interest Zeitschriften	= Zeitschriften von Fachleuten für das breite Publikum(siehe Fachzeitsch)
Sponsor	= Unternehmen, das Veranstaltungen und Sendungen finanziell unterstützt
Spot	= Werbeeinschaltung am TV oder Radio
Staatsversagen	= Durch politische Fehlsteuerung treten Wohlfahrtsverluste auf
Staatsversagen	= Politische Fehlsteuerungen, Fehlallokationen der Produktionsfaktoren
Stagflation	= in einer Rezession bei einer Inflation (neg. Wachstumsraten des BIP und einer Inflation)
Stagflation	= tiefe oder negative Wachstumsraten des BIP und einer Inflation
Stagnation	= negative Wachstumsraten des BIP
Stagnation	= Stillstand des Wirtschaftswachstums bei gleichzeitiger Geldentwertung / Arbeitslosigkeit
Stakeholder	= Anspruchsgruppe - interne Eigentümer, Manag.+MA, externe FK-Geber, Kred.KD, KK
Statistische Zahlen	= Vergangenheitszahlen, - Werte, z.B. Umsatz- oder Marktanteil Vorjahr
Status Quo	= beibehalten eines Zustandes
Stelle	= der kleinste Baustein der Organisationsstruktur
Steller	= Aufsteller auf Tisch, z.B. Kasse, Ladentheke etc.
Stetige Merkmale	= messbare oder wägbare Werte, Werte mit Zahlen nach dem Komma
Steuerbetrug	= Urkundenfälschung
Steuerhinterzug	= Geld nicht bei Steuern angeben
Steuer-Progressive	= Prozentual stärkere Besteuerung von höheren als von niedrigen EK
Stipulieren	= vertraglich vereinbaren, festlegen, festsetzen
Story Board	= Entwurfsskizze zu einem Werbefilm
Strategie	= Marktdurchdringung, Produktentwicklung, Marktentwicklung - Konvex oder Konkav-Strategie
Strategisch	= Langfristig Strategie, 5-10 Jahre
strategische Distribution	= direkt oder indirekter Absatz - Handelskanäle, Absatzhelfer
Streckengeschäft	= Ware wechselt während dem Weg zum Käufer mehrmals den Besitzer
Streichartikel	= ein unrentables Produkt aus dem Sortiment herausnehmen
Streuverlust	= Mailings, welche die gewünschte Zielgruppe nicht erreichen
Strukturpolitik	= Beeinflussung der sektoralen Zusammensetzung einer Volkswirtschaft
Strukturwandel	= Sektoren, Branchen, Grösse Firmen, Bevölkerungsstruktur, Export- und Importquote
Strukturwandel	= Veränderung der Zusammensetzung der Beziehungen (Bevölkerung, Arbeitssektor)
Subjektiv	= individuell, parteiisch
Subjektive Armut	= Subjektives Empfinden, wenig ist viel und viel ist zu wenig
Substitutionsgüter	= Güter, durch die sich andere Güter ersetzen lassen
Substitutionsprodukt	= unterschiedliches Produkt, das dem selben Zweck dient
Subvention	= unentgeltliche Unterstützung vom Staat an benachteiligte Gruppierungen
Supporting evidence	= Zusatzmotivation, z.B. Aussagen von Beeinflussern
Supriores Gut	= Luxus Gut (Gegenteil Intriorees Gut)
Sustainable development	= Nachhaltige Entwicklung

Sweepstake	= Gratisverlosung / Teilnahmescheine am Produkt / Wettbewerb ohne Frage, nur Adresse
SWOT-Analyse	= strengths, weakness, opportunities, threats => Stärken, Schwächen, Chancen, Gefahren
System	= Teile, die zueinander in einer Funktion stehen müssen

T aktisch	= kurzfristig Strategie, bis 1 Jahr
Tandembesuch	= Besuch Chef mit ADM
Tansaktionsanalyse (TA)	= Theorie der menschlichen Persönlichkeit, der zwischenmensch. Beziehung
Tausend-Kontakt-Preis	= (TKP) Die Kosten für 1'000 Kontakte
Tausend-Leser-Preis	= Die Kosten für das min. einmalige Erreichen von je 1'0000 Lesern aus Zielgru.
Teaser	= Neugier erweckendes Werbeelement
Testimonial	= Bekannte Pers. oder zufriedener Kunde bestätigt die Güte eines Produktes (Referenz)
Teuerung	= langfristiges Ansteigen des Preisniveaus (bis +2%, über +2% gleiche Inflation)
Themenzentr. Interaktion	= (TZI) Gruppenkonzept, aktives entdeckendes Lernen
Time to Market	= zur richtigen Zeit am Markt
to coach	= trainieren, Tipps und Anweisungen geben
TQM	= Total Quality Management
Trade Marketing	= handelsgerichtetes Marketing der Hersteller bezüglich Handel (VKF durch KAM)
Trade off	= Austauschbeziehungen zwischen Alternativen
Trailer	= kurze, aus wenigen Szenen zusammengesetzte Vorschau
Transaktionskosten	= Kosten für ein Tauschgeschäft, z.B. Vertragsabschluss-, Info-, Suchkosten
Tratte	= Wechsel
Trendbruch	= Einbruch der Absatzzahlen
Trendsetter	= einer Entwicklungs- bzw. Trendrichtung nacheifern
Turn Key	= Schlüsselfertig
Turnaround	= Ein Unternehmen das es geschafft hat, schwarze Zahlen zu schreiben (Verlust/Gewinn)
Typografie	= Schrift und Satz

U AP	= Unique advertising proposition: durch Kommunikation einzigartige Eigenschaft (Malboro)
Umlageverfahren	= AHV laufende einnahmen für laufende Ausgaben
Umschlagnachlass	= für jede VK Einheit wird dem Handler eine bestimmte Summe zurückerstattet
ungestützte Befragung	= Ermittlung des Bekanntheitsgrades ohne Hilfsmittel (Unterstützung)
unlautere Werbung	= Werbung, welche unwahre, irreführende oder unnötig herabsetzende Angaben aufweist
unpersönlicher Verkauf	= Automaten, Internet, Selbstbedienung
Unternehmungsleitbild	= Unternehmerisches Credo in schriftlicher Form, mit Zielen, verteilt an MA
Unternehmungsphilosophie	= Ideelle „Leitplanken“ und Vorstellungen, ohne Ziele, nicht schriftlich
USP	= Unique selling proposition: einzigartiger Verkaufsvorteil P-Eigenschaft (Coca Cola Pulver)

V erbundwerbung	= Hersteller entwirft/finanziert Inserat mit Platz für die Händler Adresse
Verkaufsförderung	= Sale Promotion
Verkaufsformen	= persönlicher Verkauf(AD, TM), unpersönlicher Verkauf(DM, Versandkat, Prospek)
Versus	= gegen

Vertrauensbereich	= Genauigkeit des Ergebnisses einer Befragung auf grund der Stichprobengrösse
Vertriebskanal	= Absatzkanal oder Distributionskanal
Vieleck	= Preisstabilität, Wachstum, Vollbeschäftigung, Soz.Ausgleich, Umwelt, Staatsbudget, ausgewiesene Zahlungsbilanz
VIS	= Verkaufsinformationssystem.
Volkseinkommen	= Summe aller Entschädigungen an Einwohner eines Landes während einem Jahr
Volkswirt. Gesamtrechnung	= Die Erfassung der gesamten Wirtschaftsleistung
Vorleistung	= alle Produktionsmittel, die von anderen Produzenten bezogen werden
Vorverkauf	= Bestellung bevor Produkt da ist

W achstum	= Langfristige Entwicklung des BIP, ohne Berücksichtigung der Störfaktoren
Wachstum	= langfristige Entwicklung des BIP, unabhängig von kurz- oder mit. Störungen (geg. Rezession)
Warm Calls	= angemeldete Besuche
Weltbank	= langfristige Entwicklungsprobleme (Finanzierung durch Obli)
WEMF-Karte	= Geografische Darstellung der Wirtschaftsgebiete der Schweiz
Werbeagentur	= Beratungsunternehmen, das für Firmen Werbung plant, konzipiert, realisiert.
Werbudget	= Aufgliederung der Werbekosten aufgrund eines Werbeplanes für bestimmten Zeitraum
Werbemittel	= Inserat, Fernsehspot, Radiospot, Plakat, Werbefilm im Kino, Werbebrief
Werbeträger	= Zeitschrift, TV, Radio, Aussenwerbung, Muster, Prospekte, Ladenmaterial (Displayer)
Werbeziele	= Bekanntheit, Wissen, Einstellung, Verhalten
Wertschöpfung	= Differenz zwischen der abgegebene Leistungen und Vorleistungen
Wiederkaufnachlass	= Reduzierung der Preissumme beim zweiten Einkauf, aufgrund Förderungsmass.
Workflow	= Ablauforganisation, Abläufe
Wurfsendung	= unadressierte Werbesendungen die in Briefkästen verteilt werden
WWW	= Willensbildung, Willensdurchsetzung, Willenssicherung

Z ahlungsbilanz	= Ertrags- und Kapitalverkehrsbilanz, Transaktionen der Inländer mit Rest der Welt
Zahlungsbilanz	= Ertragsbilanz und Kapitalverkehrsbilanz und SNB Bilanz = 0
Zielbeziehungen	= Zielharmonie, Zielneutralität, Zielkonkurrenz
Zielebenen VKF	= eigenes Unternehmen, Handel, Konsument, externe Berater
Zielgruppensystematik	= Feinunterteilung einer bestimmten Zielgruppe