



**Informationen zu den Arbeitspapieren des  
Lehrstuhls für Marketing und Handel an der Universität Essen**

Hendrik Schröder

**Zum Einfluß des Euro auf das Marketing  
in der Konsumgüterbranche**

Arbeitspapier Nr. 1

**Informationen**

- Erscheinungsjahr: 1998
- Schriftenreihe: „Arbeitspapiere des Lehrstuhls für Marketing und Handel an der Universität Essen“

**Herausgeber**

Univ.-Prof. Dr. Hendrik Schröder  
Universität Essen  
Fachbereich Wirtschaftswissenschaften  
Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing und Handel  
Universitätsstr. 12  
45117 Essen

Tel.: (0201) 183 - 2261/3385  
Fax: (0201) 183 - 2833  
E-mail: [hendrik.schroeder@uni-essen.de](mailto:hendrik.schroeder@uni-essen.de)  
Internet: [www.marketing.uni-essen.de](http://www.marketing.uni-essen.de)

## Informationen zu den Arbeitspapieren des Lehrstuhls für Marketing und Handel an der Universität Essen

### Inhalt

- 1 Die Bedeutung des Euro für die Konsumgüterbranche
- 2 Die Bedeutung des Euro für das Marketing
- 3 Situationsanalyse und Prognose der Währungsumstellung
  - 3.1 Unmittelbare und mittelbare Wirkungen der Währungsumstellung
  - 3.2 Zeitlich begrenzte und dauerhafte Wirkungen der Währungsumstellung
- 4 Der Einfluß des Euro auf die Gestaltung der Marketinginstrumente
  - 4.1 Der Einfluß auf die Preispolitik
    - 4.1.1 Die Gestaltung der Preishöhe
    - 4.1.2 Der Zeitpunkt der Preisanpassung
    - 4.1.3 Preisdifferenzierung
    - 4.1.4 Doppelte Preisauszeichnung
  - 4.2 Der Einfluß auf die Produktpolitik
  - 4.3 Der Einfluß auf die Distributionspolitik
  - 4.4 Der Einfluß auf die Kommunikationspolitik
- 5 Fazit