

# Inhaltsverzeichnis

1	Begriffe der Bauwirtschaft	
2	Management und Marketing in der Bauwirtschaft	
2.1	Management und Internationales Management	
2.2	Marketing und Internationales Marketing	
3	Internationales Baumarketing	
3.1	Weltmarktforschung (internationale Baumarketing-Umwelt)	
3.1.1	Aufgabenumwelt	
3.1.2	Makroumwelt	
3.1.3	Grobanalyse der Makroumwelt	
3.1.3.1	Politisch-rechtliche Marketing-Umwelt	
3.1.3.2	Weltwirtschaftliche Marketing-Umwelt	
3.1.3.3	Sozio-kulturelle Marketing-Umwelt	
3.1.3.4	Geografisch-technische Marketing-Umwelt	
3.2	Konzeptionelle Planung im Internationalen Baumarketing	
3.2.1	Planung internationaler Marketingziele	
3.2.2	Internationale Marketingstrategien	
3.2.2.1	Internationale Marktsegmentierung	
3.2.2.2	Intranationale Marktsegmentierung	
3.2.3	Marktwahl	
3.2.4	Markteintritt	
3.3	Maßnahmenplanung im Internationalen Baumarketing	
3.3.1	Investitions- und Projektplanung der Bauherren	
3.3.1.1	Infrastruktur-Projekte	
3.3.1.2	Fabrik-Projekte	
3.3.2	Organisationales Beschaffungsverhalten der Bauherren	
3.3.2.1	Öffentliche Bauherren	
3.3.2.2	Unternehmen	
3.3.2.3	Organisationen ohne Erwerbszweck	
3.3.3	Baumarketing der internationalen Bauunternehmen	
3.3.3.1	Marketingentscheidungen in der Voranfragenphase	
3.3.3.2	Marketingentscheidungen in der Angebotserstellungsphase	
3.3.3.3	Marketingentscheidungen in der Vergabephase	
3.3.3.4	Marketingentscheidungen in der Projektabwicklungsphase	
4	Internationales Baumarketing für mittelständische Bauunternehmen	
4.1	Betriebswirtschaftliche Größenprobleme mittelständischer Unternehmen	
4.2	Unternehmensanalyse und Unternehmenspolitik der mittelständischen Bauunternehmen	
4.2.1	Unternehmensanalyse	
4.2.2	Unternehmenspolitik	
4.3	Konzeptionelle Planung mittelständischer Bauunternehmen im Internationalen Baumarketing	
4.3.1	Planung internationaler Marketingziele	
4.3.2	Internationale Marketingstrategie	
4.3.3	Marktwahl und Feinanalyse von Österreich	
4.3.4	Markteintritt in Österreich	
4.4	Maßnahmenplanung im Internationalen Baumarketing für mittelständische Bauunternehmen	
4.4.1	Marketingentscheidungen in der Voranfragenphase	
4.4.2	Marketingentscheidungen in der Angebotserstellungsphase	
4.4.3	Marketingentscheidungen in der Vergabephase	
4.4.4	Marketingentscheidungen in der Projektabwicklungsphase	
	Abbildungsverzeichnis	
	Literaturverzeichnis	

--	--