

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	I
Abkürzungsverzeichnis	III
Abbildungsverzeichnis	IV
Tabellenverzeichnis	V
1 Internationale Luxusmarken in der Textilbranche- Begehrlichkeit zwischen Dynamik und Konstanz	1
2 Luxusmarken in der Textilbranche	3
2.1 Definitiorische Grundlagen zu Luxusmarken, Merkmale und Konsummotive	3
2.1.1 Der Begriff der Luxusmarke	3
2.1.2 Motive für den Luxuskonsum	7
2.2 Besonderheiten von Luxusmarken unter besonderer Berücksichtigung der Textilbranche	13
2.2.1 Abgrenzung der Luxustextilbranche	13
2.2.2 Struktur des Marktes für Luxustextilgüter	14
3 Internationale Markenführung	18
3.1 Definition und Ziele der internationalen Markenführung	18
3.1.1 Definition der internationalen Markenführung	18
3.1.2 Ziele der internationalen Markenführung	20
3.2 Prozess und Strategien der internationalen Markenführung	22
3.2.1 Prozess der internationalen Markenführung	23
3.2.2 Strategien der internationalen Markenführung	24
4 Anforderungen an die Markenführung internationaler Luxusmarken in der Textilbranche - Problematik, Hypothesen und Lösungsansätze	29
4.1 Systematik der Probleme im Zusammenhang mit der Markenführung von Luxusmarken in der Textilbranche	29
4.1.1 Problematik im Zusammenhang mit den Besonderheiten der Internationalität	30
4.1.2 Problematik im Zusammenhang mit den Besonderheiten von Luxusgütern	39

4.1.3 Problematik im Zusammenhang mit den Besonderheiten der Textilbranche	43
4.2 Hypothesen und exemplarische Lösungsansätze zur Problematik der internationalen Markenführung von Luxusmarken in der Textilbranche	48
4.2.1 Forschungshypothesen zur internationalen Markenführung von Luxusmarken in der Textilbranche	49
4.2.2 Exemplarisch skizzierte Lösungsansätze zur Problematik der internationalen Markenführung von Luxusmarken in der Textilbranche	50
4.2.2.1 Lösungsansätze zur Problematik im Zusammenhang mit der Internationalität	50
4.2.2.2 Lösungsansätze zur Problematik im Zusammenhang mit dem Luxusgut	51
4.2.2.3 Lösungsansätze zur Problematik im Zusammenhang mit der Textilität	57
5 Zusammenfassung und Ausblick	60

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Luxusmarkeneinteilung nach Kapferer	S. 81
Abbildung 2: Motive der Luxusmarkenwahl	S. 81
Abbildung 3: Der Weltmarkt für Luxusgüter	S. 82
Abbildung 4: Ziele der Markenführung	S. 82
Abbildung 5: Markenmanagementprozess	S. 83
Abbildung 6: Luxusmarkenstrategien	S. 83
Abbildung 7: Exportanteil der textilen Luxushersteller	S. 84
Abbildung 8: Rahmenbedingungen des internationalen Bekleidungsmarketings	S. 84
Abbildung 9: Eigen-Retail-Anteil bei Luxusgüter- unternehmen	S. 85

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Problematik im Zusammenhang mit den <i>Besonderheiten der Internationalität</i>	S. 86
Tabelle 2: Problematik im Zusammenhang mit den <i>Besonderheiten von Luxusgütern</i>	S. 87
Tabelle 3: Problematik im Zusammenhang mit den <i>Besonderheiten der Textilität</i>	S. 88