



die Ausfahrt zum Supermarkt nehmen, erklärt sich aus den vier P im Marketingmix (Product, Price, Promotion, Place). Der Verkaufsort (Place) als Nummer 4 bekommt eine mindestens so hohe Gewichtung wie der Preis als Nummer 2. Ob die Produkthanbieter oder ihre Discountverkäufer mit den Schnäppchengeschäften Gewinn machen, spielt eine untergeordnete Rolle. Professor Thomas Roeb von der FH Bonn-Rhein-Sieg: „An Mobilfunkangeboten verdient kaum ein Discounter, eher noch an den Reisen.“ Löbler erklärt: „Solche Aktionen dienen vor allem dazu, Aufmerksamkeit zu erregen.“

Jede Menge Aufmerksamkeit sicherte sich die Versicherungsgruppe

Arag, als sie vergangenes Jahr über die Rewe-Tochter Penny „Rat&Tat“-Rechtsschutzversicherungen verscherbelte. Branchenkenner schätzen, dass über einen Zeitraum von zwei Wochen 2300 Policen über die Ladentheke gingen. Aktuell im Angebot: „Kids & Klar“, Unfall- und Rechtsschutz für Kinder. Mit jährlich 49 Euro sei der Preis zwar günstig, der gebotene Schutz aber unzureichend, klagt die Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz. So biete die Rechtsschutzversicherung meist nur Schutz für den Fall, dass ein Kind Opfer einer Gewalttat wird.

Zu Butter und Brötchen noch Bargeld an der Kasse ziehen? Längst Realität, die Citibank bietet dies bei

Rewe bereits. „Dieser Service wird aber bisher nur selten in Anspruch genommen“, so Versicherungs- und Bankexperte Jörg Sieweck aus Pulheim bei Köln. Auch Postbank-Kunden sollen im Supermarkt bald Bargeld ohne Gebühr erhalten.

Aktien bei Aldi oder Fonds bei Lidl wird es nach Siewecks Ansicht noch lange nicht geben. Dem Vertrieb von Finanzprodukten seien enge Grenzen gesetzt, auch wenn sich deren Verkauf im Internet schon durchgesetzthabe: „Selbst Massenprodukte wie Fest- und Tagesgeld sind aus Sicht der Verbraucher erklärungsbedürftig und damit nicht einfach neben Eiern und Käse einzukaufen.“

Auch Marketingexperte Löbler mag sich nicht vorstellen, dass wirklich alles beim Supermarkt über die Kassentheke geht: „Es stehen aus gutem Grund noch keine Autos bei den Discountern. Zum Fahrzeugkauf gehört auch das Probefahren, das schlichte Anfassen. Eine Versicherungspolice dagegen kann man in den Schrank legen und muss sie erst im Schadenfall hervorholen.“ Beim Thema Auto irrt der Professor: 1995 brachte Rewe 500 Mexikokäfer an den Kunden. Und 2001 versprach Edeka-Marketingexperte Jochen Graf nach einer Aktion mit einem Fiat samt Motorroller und Mobiltelefon: „Als Nächstes verticke ich Flugzeuge im Supermarkt.“

Anzeige

Der Axel Springer Finanzen Verlag präsentiert:

Intelligente Rohstoffinvestments mit dem UBS Bloomberg CMCI Index

Marcel Langer
UBS Deutschland AG
Intelligente Rohstoffinvestments mit dem UBS Bloomberg CMCI Index

- Grundlagen der Rohstoffmärkte
- Zusammensetzung von Rohstoffzertifikaten
- Einflussfaktoren auf die Preisberechnung von Rohstoffzertifikaten
- Problematik bei der Verbriefung herkömmlicher Rohstoffindizes
- Unterschiede und Vorteile der UBS Bloomberg CMCI Indexfamilie im Vergleich zu herkömmlichen Rohstoffindizes

Thorsten Aberle, Mike Michal
Experten der Gruppe Börse Stuttgart
Der professionelle Handel von Zertifikaten in der Praxis

- Auswahl des richtigen Zertifikats unter Berücksichtigung des Spreads
- Erklärung der Prinzipien der Preisermittlung an der EUWAX (Börse Stuttgart)
- Abgrenzung von börslichem und außerbörslichem Handel
- Vorstellung von Tools zur Auswahl von Zertifikaten

Anmeldung zum Seminar

Ja, ich will am Seminar „Intelligente Rohstoffinvestments“ mit ____ Personen teilnehmen.

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 8.10.2007, Stuttgart | <input type="checkbox"/> 15.10.2007, Berlin |
| <input type="checkbox"/> 9.10.2007, Frankfurt | <input type="checkbox"/> 16.10.2007, Hamburg |
| <input type="checkbox"/> 10.10.2007, Düsseldorf | <input type="checkbox"/> 17.10.2007, Köln |
| <input type="checkbox"/> 11.10.2007, München | |

Jeder Teilnehmer erhält gratis 6 Ausgaben „€uro“.

Alternativ bitte wählen:

- 10 Ausgaben „€uro am Sonntag“

Name / Vorname

Straße

PLZ / Ort

E-Mail (Bitte in Druckbuchstaben schreiben)

Die Seminare beginnen jeweils um 18.30 Uhr und dauern bis 21.30 Uhr (inklusive einem Imbiss in der Pause). Ihre Anmeldung wird wirksam, wenn Ihr Teilnahmebetrag von 35,00 Euro pro Person auf dem Konto 6 55 55 70 83, Good Relations Consulting, BLZ 700 202 70 (HypoVereinsbank München), Stichwort „Rohstoffe“, eingegangen ist. Sie erhalten dann Ihre Anmeldebestätigung und eine Anfahrtsskizze. Die Zahl der Teilnehmer ist allerdings begrenzt. Die Anmeldungen werden in der Reihenfolge ihres Eingangs berücksichtigt.

So melden Sie sich an

per Internet: www.good-relations.net/rohstoffe
per Telefon: 089 / 95 84 27 51
per Fax: 089 / 95 84 27 53