

INHALTSVERZEICHNIS

	Seite
Verzeichnis der Tabellen	1
Verzeichnis der Abbildungen	3
Danksagung	5
Vorwort	7
Einführung: Wirtschaftsmacht und Gesundheit	9
Teil I: Struktur des Weltmarktes	19
1. Historischer Überblick	21
2. Produktion, Handel und Konsum	25
3. Arbeitsmarkt und Technologie	39
Teil II: Unternehmensstrukturen	43
4. Konturen des Wachstums	45
5. Der Biermarkt	51
6. Der Weinmarkt	83
7. Der Spirituosenmarkt	99
8. Groß- und Einzelhandel	117
Teil III: Marketing-Strategien	121
9. Der Marketing-Komplex	123
10. Werbung und Verkaufsförderung	127
11. Verkaufsstrategien in Übersee	143
12. Preispolitik und Finanzkapital	155
Schlußwort	163
Index	165