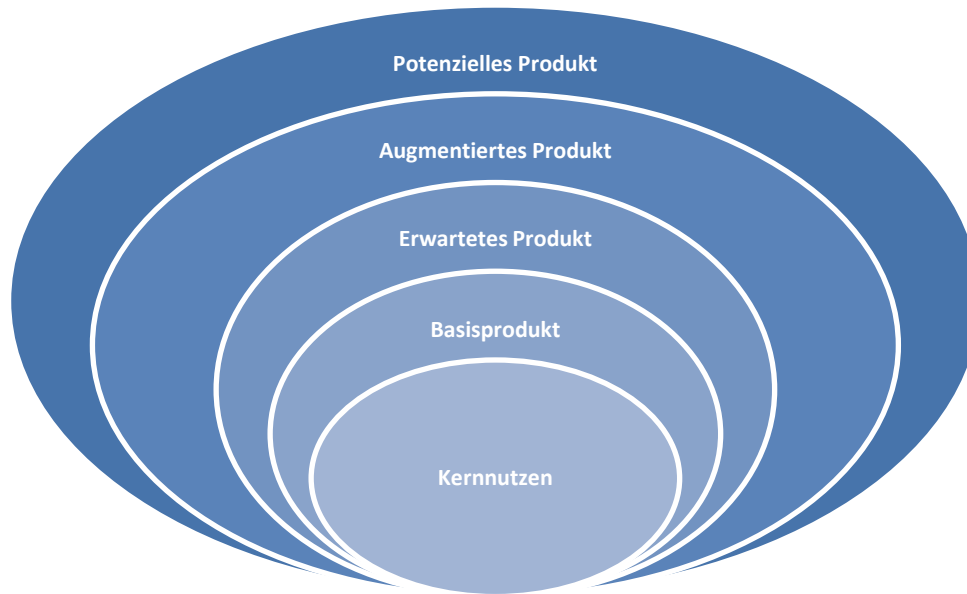


Fünf Konzeptionsebenen für das Produkt



Quelle: Kotler / Keller / Bliemel 2007, S. 493.