

Christian Vranckx (Hrsg.)

**Political Correctness
in Handelsunternehmen**

Verlag Dr. Kovač

**Hamburg
2023**

Einleitung und Umfragen – Lukas Thel und Niklas Zeller	S. 7
Kapitel 1: Political Correctness im Personalwesen – Jan Mertens	S. 11
Kapitel 2: Preispolitik und Pink Tax – Larissa Rühl	S. 25
Kapitel 3: Vertriebspolitik – Konzepte und Strategien im deutschen Einzelhandel am Beispiel Bananenhandel – Philipp Diesler	S. 51
Kapitel 4: Politisch korrekte Unternehmenskommunikation – Vincent Wellstein	S. 61
Kapitel 5: Produktnamen und Logos – Marcel Knäblein	S. 71
Kapitel 6: Produktpolitik am Fallbeispiel True Fruits – Helene Welz	S. 81
Kapitel 7: Political Correctness im internationalen Kontext – David Saborowski	S. 93
Kapitel 8: Political Correctness in Südkorea, Russland und China – Tillmann Schlieker	S. 103