

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

ABBILDUNGEN

- Abbildung 1: Außenaufnahme der Tôkyû Hands-Filiale in Shibuya/Tôkyô | 43
- Abbildung 2: Außenaufnahme der Daisô-Filiale in Toyosu (LaLaport)/Tôkyô | 43
- Abbildung 3: Nahaufnahme eines im Zuge der Durchführung saisonaler Promotionaktivitäten ausgeteilten Fächers von LoFt in Shibuya/Tôkyô | 43
- Abbildung 4: „Tax-free“-Hinweis in der LoFt-Filiale in Shibuya/Tôkyô | 70
- Abbildung 5: „Tax-free“-Hinweis im Muji-Flagshipstore in Yurakuchô/Tôkyô | 70
- Abbildung 6: Erste „UNIQLO“-Filiale in Hiroshima, damals noch unter der Bezeichnung „Unique Clothing Warehouse“ | 86
- Abbildung 7: Beispiel für die Produktanordnung in einer Uniqlo-Filiale (Harborland Umie-Store in Kobe/Japan) | 89
- Abbildung 8: Broschüre/Notfallkarte mit Informationen von Jishin Itsumo und Mujirushi Ryôhin | 169
- Abbildung 9: Zeitschriftencover von Muji-Spezialausgaben | 184
- Abbildung 10: BicQlo-Gebäudekomplex in Shinjuku/Tôkyô | 231

TABELLEN

- Tabelle 1: Ausschnitt aus dem „Anholt-GfK Nation Brands IndexSM (NBISM)“ von 2017 | 45
- Tabelle 2: Phasentübersicht zur Marketingentwicklung in Japan | 63

- Tabelle 3: Postertext von „*Yunikuro wa naze jīnzu wo 2900 en de uru koto ga dekimasu ka*“ in japanischer Sprache (Transkription) und deutscher Übersetzung (eigene Übersetzung) | 91
- Tabelle 4: Auswahl an Bildtexten des „I am MUJI“-Projektes | 150
- Tabelle 5: Zusammenstellung zeitnaher Aktivitäten von Ryōhin Keikaku im Zusammenhang mit dem Tōhoku-Erdbeben 2011 | 164
- Tabelle 6: Übersicht der „ITSUMO MOSHIMO“-Projekt-Kampagne | 170
- Tabelle 7: Übersicht der Imagekampagnen bzw. Unternehmensmessages unter der Leitung von Hara Ken'ya für Ryōhin Keikaku (2003-2017) | 181
- Tabelle 8: Voice-Over-Textversionen des Imagefilms für „The Science of Life Wear“ | 201
- Tabelle 9: Einführungstexte von Uniqlo „The LifeWear Book“ in japanischer und deutscher Sprache | 203
- Tabelle 10: Zusammenstellung ausgewählter CSR-Aktivitäten von Fast Retailing im Zuge des Tōhoku-Erdbebens 2011 | 216
- Tabelle 11: Aktivitäten des Uniqlo Recovery Assistance-Projektes | 221
- Tabelle 12: Übersicht des Kooperationsgeschäftes „BicQlo“ (Bikkuro) von Bic Camera und Uniqlo in Shinjuku/Tōkyō | 232
- Tabelle 13: Ausschnitt aus Interbrands „Japans Best Global Brands“-Ranking 2017 mit Uniqlo auf Platz 8 und Mujirushi Ryōhin auf Platz 19 | 253
- Tabelle 14: Inhaltsverzeichnisse und Werbeanzeigen der behandelten Lifestyle-Zeitschriften mit Mujirushi Ryōhin-Schwerpunkt | 259