

# Inhalt

|   |            |
|---|------------|
| Vorwort zur Case-Collection II .....  | V          |
| Vorwort zur Case-Collection I .....   | VII        |
| <b>Teil I</b>   |            |
| <b>Einsatz und Nutzen der Fallstudienmethode .....</b>  | <b>3</b>   |
| <i>Tobias Schlömer</i>  |            |
| <b>Teil II</b>  |            |
| <b>Wettbewerbsstrategien .....</b>  | <b>19</b>  |
| I. R.SH - Der beständige Pionier des Hörfunks .....   | 21         |
| <i>Manfred Krafft</i>   |            |
| II. Marketing im augenoptischen Gesundheitshandwerk:<br>Der Fall Augenoptik Messerschmidt .....                   | 49         |
| <i>Rolf Dröge</i>   |            |
| <b>Teil III</b>   |            |
| <b>Marktbearbeitungsstrategien .....</b>  | <b>79</b>  |
| I. Kärcher: Vom gewerblichen Anbieter zum Marktführer im Consumer-Markt -<br>Wachstum durch Diversifikation ..... | 81         |
| <i>Jochen Klett/Anton Meyer/Christian Blümelhuber/Robert Ertl</i>   |            |
| II. Deutsche Lufthansa AG: Standardisierungspotentiale globaler<br>Kommunikationsaktivitäten .....                | 107        |
| <i>Peter Hammann/Cordula Tebbe/Karin Wächtler</i>   |            |
| <b>Teil IV</b>  |            |
| <b>Markenführungsstrategien .....</b>   | <b>135</b> |
| I. Poly Nature Color: Mit aktivem Trade Marketing zum Erfolg .....  | 137        |
| <i>Christian Krämer/Thomas Sindemann</i>  |            |
| II. Kamill: Positionierungsstrategien im Rahmen einer Markenfamilie .....   | 169        |
| <i>Marc Brenneiser/Henric Hahne in Zusammenarbeit mit Richard Köhler</i>  |            |
| III. GROHE: Strategische Neuausrichtung einer Marke auf den Weltmarkt .....                                       | 205        |
| <i>Peter Körfer-Schün/Peter Hammann</i>   |            |
| Autorenverzeichnis .....  | 225        |
| Herausgeberteam .....   | 231        |