

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	VII
Karl-Heinz Strothmann – 60 Jahre .....	IX

## Zur Einführung

Konzeptionen des Investitionsgüter-Marketing – eine kritische Bestandsaufnahme ausgewählter Ansätze .....	3
<i>Von Prof. Dr. Werner Hans Engelhardt und Dipl.-Ök. Petra Witte</i>	
Ruhr-Universität Bochum	

## Erster Themenbereich:

### Industrielles Kauf- und Interaktionsverhalten

Entscheider-Typologien und das Buying Center-Konzept .....	21
<i>Von Prof. Dr. Alfred Kuß</i>	
Fernuniversität Hagen	
Der entscheidungsprozeßorientierte Ansatz im Investitionsgütermarketing .....	39
<i>Von Dr. Ronald Pörner</i>	
KM – kabelmetal AG	
Zum Interaktionsansatz im Innovationsmarketing .....	53
<i>Von Dipl.-Kfm. Mario Kliche</i>	
Freie Universität Berlin	
Psychologische Aspekte des Interaktionsansatzes im Investitionsgüter-Marketing .....	77
<i>Von Prof. Dr. Rainer Ziegler</i>	
Technische Fachhochschule Berlin	

**Zweiter Themenbereich:**

**Instrumentelle und Marketing-Management-Konzeptionen**

Marktforschung für Investitionsgüter in den neunziger Jahren .....	93
<i>Von Dipl.-Vw. Karin Maaß/Dipl.-Kff. Heike Hußmann/Dipl.-Soz. Uwe Manschwetus</i> Institut für industrielle Markt- und Werbeforschung Prof. Dr. K.-H. Strothmann	
Markt- und Kundensegmentierung in dynamischer Betrachtungsweise .....	113
<i>Von Prof. Dr. Bernd Günter</i> Freie Universität Berlin	
Moderationsgestützte Nutzwertanalysen als Entscheidungshilfen für die Kommunikationsplanung .....	131
<i>Von Prof. Dr. Horst Kleinert</i> Technische Fachhochschule Berlin	
Aspekte der Werbung für Investitionsgüter in der Praxis .....	153
<i>Von Dr. Dankwart Rost</i> ehem. Siemens AG	
„Fair Play“ in Europa – Plädoyer für ein grenzenloses Messemarketing nach 1992 .....	169
<i>Von Prof. Dr. Hannelore Selinski</i> Fachhochschule Köln	
Messen als Instrument zur Umsetzung innovativer Technologien im Investitionsgütermarketing .....	191
<i>Von Dr. Dr. h.c. Klaus E. Goehrmann</i> Deutsche Messe AG	
Öffentlichkeitsarbeit für Investitionsgütermessen .....	207
<i>Von Dipl.-Kfm. Eberhard Roloff</i> Deutsche Messe AG	
Nach-verkaufen: Wege zur Sicherung der Kunden-Zufriedenheit .....	229
<i>Von Dipl.-Kfm. Wolfgang K.A. Disch</i> Marketing Journal	

Integrierte Marketing-Logistik .....	241
<i>Von Prof. Dr. Klaus Backhaus und Dr. Margit Meyer</i>	
Westfälische Wilhelms-Universität Münster	

Die Steuerung von Marketing-Instrumenten – Marketing-Controlling in der Investitionsgüterindustrie .....	269
<i>Von Dr. Werner Knetsch und Dr. Tom Sommerlatte</i>	
Arthur D. Little International	

Technologie-Marketing .....	289
<i>Von Prof. Dr. Thomas Baaken</i>	
Fachhochschule Düsseldorf	

**Dritter Themenbereich:  
Schnittstellen und interdisziplinäre Perspektiven**

Ein Decision Support-System für das strategische Beschaffungsmanagement .....	313
<i>Von Prof. Dr. Günther Haedrich und Dipl.-Kfm. Frank Gussek</i>	
Freie Universität Berlin	

Auswirkungen der europäischen Normung auf die Investitionsgüterindustrie .....	333
<i>Von Prof. Dr. Wulff Plinke und Dipl.-Kfm. Mario Rese</i>	
Freie Universität Berlin	

Know-how-Transfer als Instrument der Strukturpolitik .....	349
<i>Von Dr. Petra Rothholz</i>	
Gesamtverband des Einzelhandels Berlin	

Technologietransfer im Investitionsgütermarketing .....	363
<i>Von Prof. Dr. Heinz Strebel</i>	
Universität Oldenburg	

Anlageinvestitionen und Umweltschutz .....	381
<i>Von Prof. Dr. Burkhard Strümpel und Dr. Brigitte Clemens-Ziegler</i>	
Freie Universität Berlin	

Ausgewählte Veröffentlichungen von Prof. Dr. Karl-Heinz Strothmann .....	399
Autorenverzeichnis .....	403