

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Prolog Herausgeber	3
Case 1: AmpliMed [®] -Heilstrom-Therapie: Markteinführung medizinisch-technischer Geräte Fritz Unger	7
Case 2: Georg Fischer Rohrleitungssysteme AG: Überprüfung und Modifizierung eines Distributionskonzeptes Joachim R. Daduna	21
Case 3: GardenInternational: Erschließung nationaler und inter- nationaler Märkte durch Franchising (am Beispiel einer fiktiven Fallstudie basierend auf realen Gegebenheiten) Rainer Busch unter Mitarbeit von Christian Gregor	35
Case 4: Handelsmarketing: Abwehr von Discountern mit Aktions- preispolitik oder durch Dauer-Niedrigpreislinien Wolfgang Oehme	59
Case 5: Hoechst AG Business-Unit Hartfolien: Entwicklung einer Marketingstrategie für PVC-Folien im westeuropäischen Klebebandmarkt Hans-Dieter Kleinhückelskoten	69
Case 6: IKEA Family Club: Beispiel für Kundenbindungsmarketing Werner Pepels	99
Case 7: Kneipp-Sanatorium Raffhuber: Marketingkonzeption im Dienstleistungsbereich Rötger Nötzel	115
Case 8: Mannesmann Mobilfunk - D2: Vertriebswege-Entscheidungen in der Wachstumsphase im Mobilfunkmarkt Hans-Joachim Schmengler unter Mitarbeit von Matthias Thieme	125
Case 9: Plundersches Kunstinstitut - Städtisches Museum für Kunst und Gewerbe: Kulturelles Absatz- und Beschaffungsmarketing Rötger Noetzel	137

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Case 10: Siemens Intranet: Online-Marktforschung Gabriele Theuner unter Mitarbeit von Stefan Schönmann	149
Case 11: „Skoda is coming back to the world“: Strategische Neu- positionierung eines ehemals staatseigenen Konzerns Hans Joachim Schmengler unter Mitarbeit von Martin Spreen	169
Case 12: SmithKline Beecham: Markenportfolio-Management Werner Pepels	179
Case 13: Social Marketing: Marketingstrategie für eine Akademie Werner Pepels	197
Case 14: SystemTrieb Teil A: Unternehmens- und Produktanalyse Werner Bornholdt	209
Case 15: SystemTrieb Teil B: Produktdiversifikation Werner Bornholdt	225
Case 16: TIHA GmbH: Internationalisierung im Mittelstand Heinz-Werner Schuster	245
Case 17: Time/system GmbH: Wie man 60 % mehr Umsatz auf der CeBIT erzielt Matthias Huckemann	267
Case 18: Volma Wirkwaren/Maute: Vom multiplen Nutzen weiblicher Rundungen für Marketing-Theorie und -Praxis Ingo Hirsch	281
Case 19: Wannenweber: Produkt-/Geschäftsfeldstrategie eines führenden Sanitärherstellers Dirk Schneider	301
Autorenhinweise	315