

Inhaltsverzeichnis

Die Herausgeber bitten: Auf ein Wort
Malte W. Wilkes und Wolfgang K.A. Disch..... 9

I Erkenntnisse – Ideen – Interventionen

Der Abschied vom „Abschied vom Marketing“
Rainer Wilkens..... 17

Marketing und Ethik in der Realität
Matthias Praetorius..... 29

Management & Marketing in Spannungszeiten
Malte W. Wilkes 65

Vom De- zum Konstruktiven: Strategisches Kunden-Marketing
Christian Belz..... 73

Philosophie schlägt Instrumentarium: Sieben Beispiele aus der
Pharma-Industrie
Harald Friezewinkel..... 109

II Rund um den „Alternativen Marketing-Preis“

„Vom Sinn und Unsinn von Preisen“
Alphons Silbermann 121

„Der ‚Alternative Marketing-Preis‘: Die Idee“
Malte W. Wilkes und Wolfgang K.A. Disch..... 125

„Alternativer Marketing-Preis“

Preisträger: Konrad Schily 131

1. Begründung der Jury 131

2. Der Mensch: Konrad Schily – Seine Vita 134

3. „Die Sichtweisen anderer kennenlernen“ –
Das Marketing der Universität Witten/Herdecke von innen gesehen
von Konrad Schily..... 134

„Alternativer Marketing-Preis“	
Ehrenplakette für Rainer Michel	147
1. Begründung der Jury	147
2. Der Mensch: Rainer Michel – Seine Vita	149
3. „Kein Mensch hat von uns je Perfektion gefordert“ – Das Alternative Marketing der Kunert AG <i>von Rainer Michel</i>	150
4. Zur Methodik der Ökobilanz – Auszüge aus dem Jahres- bericht 1992	153
5. Verhaltensregeln für die Umweltwerbung – Hilfestellung für eine verantwortungsvolle Wirtschaftswerbung mit umweltbezogenen Aussagen <i>ICC Internationale Handelskammer</i>	160

„Alternativer Marketing-Preis“	
Ehrenplakette für Michael Jones	167
1. Begründung der Jury	167
2. Der Mensch: Michael Jones – Seine Vita	169
3. „Unser Ziel ist nicht einfach Profit – obwohl wir Profit machen müssen“ – Auszüge aus der Danksagung „Marketing nach innen und von innen gesehen“ <i>von Michael Jones</i>	170
4. „Wir führen das Unternehmen als Treuhänder der nächsten Generation“ – Aus einem Gespräch mit Michael Jones	173

III Gedanken und Versuche über Alternative Marketing-Philosophie von Malte W. Wilkes

„Nicht mehr in Gottes Hand – sondern alles im Griff“	
Zwiegespräch über Marketing mit Galileo Galilei	187
„Wieviel Reis wir zur Zeit auch dreschen – es kommt doch nichts als Spreu dabei heraus“	
Zwiegespräch über Marketing mit Mohandas Karamchand Gandhi	193
„Nichts ist auf der Welt wichtiger als Lachen“	
Zwiegespräch über Marketing mit Frida Kahlo	201
„Ich für meinen Teil wünsche alle Gewehre und alles, was dazugehört, zum Teufel“	
Zwiegespräch über Marketing mit Alfred Bernhard Nobel	211

„Wenn der Narr auf seiner Torheit beharrte, so würde er weise“ Zwiesgespräch über Marketing mit William Blake	223
„Es hat mich nie überzeugt, wenn man seinem Feind mit Verleumdungen auf den Leib rückt“ Zwiesgespräch über Marketing mit Samuel Finley Breese Morse	229
Literaturverzeichnis	237
Stichwortverzeichnis	241