
Inhalt

Vorwort.....	9
--------------	---

1 Liberalisierung osteuropäischer Wirtschafts- und Gesellschaftssysteme – Strategische Optionen des Westens

Bruno Tietz

Dynamik der osteuropäischen Märkte 13

Joachim Zentes

Eintritts- und Bearbeitungsstrategien für
osteuropäische Konsumgütermärkte..... 63

2 Ost-Marketing der Konsumgüterhersteller – Erfolgspotentiale und Erfolgsvoraussetzungen

Anne Mayor

Yves Rocher auf dem Weg nach Osteuropa 105

Heinz Wiezorek

Coca-Cola goes East 116

Martina Kastler

Die Markteinführung von Signal in Polen –

Probleme und Herausforderungen 134

Andrzej Sznajder

Marketingaktivitäten der Konsumgüterhersteller
auf dem polnischen Markt..... 159

3 Ost-Marketing des Groß- und Einzelhandels – Erfolgspotentiale und Erfolgsvoraussetzungen

Reinhold Würth

Die Osteuropa- und China-Strategie
der Würth-Gruppe. 193

Sigmund Kiener

Quelle in den neuen Bundesländern –
Was können wir für Osteuropa daraus lernen? . . . 207

Julius Meinl

Die Osteuropa-Strategie der Meinl-Gruppe 229

4 Management osteuropäischer Engagements – Herausforderung an Ost und West

Manfred Türks / Michael Träm

Konsumgüterdistribution in Osteuropa –
Erfolgsversprechende Vertriebsoptionen für
westliche Konsumgüterhersteller 247

Martin K. Welge

Joint-Management – Herausforderungen an das
Management in strategischen Allianzen 275

5 Implementierungsstrategien und Implementierungserfahrungen

Joachim Zentes

Realisierung der Ost-Marketing-Strategien –
Ein Handlungskonzept 299

Bruno Tietz

Managementvoraussetzungen
für eine erfolgreiche Implementierung
von Ost-Marketing-Strategien 322

Serviceteil

Anlagen.	359
Biographien	367
Personen- und Sachregister	375