

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort	VII
---------	-----

## Erster Teil

### Grundfragen der marktorientierten Unternehmensführung

Marktorientierte Unternehmensführung im Umbruch	3
<i>Heribert Meffert</i>	
Marketingwissenschaft im Wandel – Anmerkungen zur Paradigmendiskussion	35
<i>Heribert Meffert</i>	
Anspruch, Aussage und Implementierung des Lean Marketing	67
<i>Heribert Meffert</i>	

## Zweiter Teil

### Käuferverhalten und Marketingforschung

Beschwerdeverhalten und Zufriedenheit von Konsumenten	91
<i>Heribert Meffert und Manfred Bruhn</i>	
Operationalisierung des Imagetransfers	119
<i>Heribert Meffert und Gerrit Heinemann</i>	
Umweltbewußtes Konsumentenverhalten	135
<i>Heribert Meffert</i>	
Nutzensegmentierung im Verkehrsdienstleistungsbereich	143
<i>Heribert Meffert und Jesko Perrey</i>	

**Dritter Teil****Strategisches Marketing**

Marketingstrategien in jungen Märkten . . . . .	175
<i>Heribert Meffert und Klaus-Ulrich Remmerbach</i>	
Marketingstrategien in stagnierenden und schrumpfenden Märkten . . . . .	203
<i>Heribert Meffert</i>	
Kundenbindung als Element moderner Wettbewerbsstrategien . . . . .	247
<i>Heribert Meffert</i>	
Zwischen Kooperation und Konfrontation . . . . .	267
<i>Heribert Meffert</i>	
Strategien zur Profilierung von Marken . . . . .	287
<i>Heribert Meffert</i>	

**Vierter Teil****Marktorientiertes Umweltmanagement**

Das neue Leitbild Sustainable Development – der Weg ist das Ziel . . . . .	313
<i>Heribert Meffert und Manfred Kirchgeorg</i>	
Ziele und Strategien des betrieblichen Umweltmanagements im Wandel . . . . .	333
<i>Heribert Meffert und Manfred Kirchgeorg</i>	
Öko-Marketing – Erfolgsvoraussetzungen und Entwicklungsperspektiven . . . . .	353
<i>Heribert Meffert und Manfred Kirchgeorg</i>	
Ein Unternehmen zieht aufs Meer, um sein Vertrauen zu verlieren . . . . .	373
<i>Heribert Meffert und Manfred Kirchgeorg</i>	

## **Fünfter Teil**

### **Internationales Marketing**

Globalisierungsstrategien und ihre Umsetzung im internationalen Wettbewerb . . . . .	383
<i>Heribert Meffert</i>	
Wettbewerbsstrategische Aspekte der Globalisierung – Status und Perspektiven der länderübergreifenden Integration . . . . .	411
<i>Heribert Meffert</i>	
Erfolgswirkungen der internationalen Marketingstandardisierung . . . . .	441
<i>Heribert Meffert und Joachim Bolz</i>	

## **Sechster Teil**

### **Marketing und Allgemeine Betriebswirtschaftslehre**

Größere Flexibilität als Unternehmungskonzept . . . . .	467
<i>Heribert Meffert</i>	
Die virtuelle Unternehmung: Perspektiven aus der Sicht des Marketing . . . . .	489
<i>Heribert Meffert</i>	
Herausforderungen an die Betriebswirtschaftslehre – Die Perspektive der Wissenschaft . . . . .	517
<i>Heribert Meffert</i>	
Stichwortverzeichnis . . . . .	551