

Inhaltsverzeichnis

Autorenverzeichnis.....	XI
-------------------------	----

Teil I: Einführung

Thomas Werani

Business-to-Business-Marketing: Bedeutung, Besonderheiten und Implikationen	3
---	---

Teil II: Organisationales Beschaffungsverhalten

Harald Kindermann

Grundlagen des organisationalen Beschaffungsverhaltens.....	17
---	----

Erika Kriechbaumer/Thomas Werani/Claudia Prem

Fallstudie Fronius International GmbH: Das Projekt „Teamselling“	29
--	----

Clemens Strahammer/Arnold Ackerlauer/Thomas Werani

Fallstudie voestalpine AG: Entwicklung einer divisionsübergreifenden Vertriebsstruktur für die Automobilindustrie.....	41
--	----

Teil III: Identifikation von Geschäftschancen

Kurt Gaubinger

Grundlagen der Identifikation von Geschäftschancen: Situationsanalyse	57
---	----

Thomas Werani

Grundlagen der Identifikation von Geschäftschancen: Marktforschung	71
--	----

Kurt Gaubinger

Fallstudie ABATEC Electronic AG: Situationsanalyse eines High-Tech-Unternehmens	85
---	----

Doris Eyett/Kurt Gaubinger

Fallstudie Format Werk GmbH: Kundenzufriedenheitsanalyse im Büroartikelmarkt	99
--	----

Teil IV: Strategische Marketingplanung

Harald Kindermann

Grundlagen der strategischen Marketingplanung..... 111

Markus Putz/Thomas Werani

Fallstudie voestalpine Anarbeitung GmbH: The Only Way Is Up! 123

Petra Kuchinka

Fallstudie Alois Pöttinger Maschinenfabrik GmbH: Die Ladewagen-Erfolgsstory..... 135

Teil V: Geschäftstypenspezifisches Marketing

Thomas Werani/Claudia Prem

Grundlagen des geschäftstypenspezifischen Marketing..... 151

Rainer Daubeck/Kurt Gaubinger

Fallstudie TYROLIT Schleifmittelwerke Swarovski K.G.: Marktexpansion in Osteuropa 211

Kurt Gaubinger

Fallstudie Fill Maschinen- und Anlagenbau: Marketingaktivitäten im internationalen Anlagenbau..... 223

Andreas Platzer/Harald Kindermann

Fallstudie HALI Büromöbel GmbH: Probleme eines Systemanbieters..... 235

Rainer Daubeck/Kurt Gaubinger

Fallstudie FREQUENTIS GmbH: FREQUENTIS Emergency Network für die Philippinen..... 249

Wolfgang Litzlbauer/Thomas Werani/Claudia Prem

Fallstudie Miba AG: Das Projekt „China“ 263

Teil VI: Marketing-Controlling

Kurt Gaubinger

Grundlagen des Marketing-Controllings.....279

Christian Wiesmeier/Horst König/Claudia Prem

Fallstudie AMI Agrolinz Melamine International GmbH: Implementierung einer
Balanced Scorecard295

Stichwortverzeichnis.....303