

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort ..... VII

*Philip Kotler*

Geleitwort ..... IX

*Klaus E. Goehrmann*

Geleitwort ..... XI

*Guido Sandler*

Geleitwort ..... XIII

Autorenverzeichnis ..... XXI

*Manfred Bruhn, Manfred Kirchgeorg und Johannes Meier*

Marktorientierte Unternehmensführung im wirtschaftlichen und  
gesellschaftlichen Wandel – Zum Lebenswerk von Heribert Meffert ..... 1

## **Teil I: Marketing im wirtschaftlichen Wandel**

*Klaus Backhaus und Helmut Schneider*

Marketing: Ein Interpretationsversuch aus Münsteraner Perspektive ..... 13

*Ulrich Lehner*

Marktorientierte Unternehmensführung – Reflexionen aus der Praxis ..... 31

*Ralf Reichwald und Kathrin M. Möslein*

Marktorientierte Führung in organisatorischen Führungssystemen ..... 47

*Christian Homburg und Ove Jensen*

Internationale Marktorientierte Unternehmensführung ..... 63

## *Inhaltsverzeichnis*

### ***Manfred Bruhn und Manfred Kirchgeorg***

Marktorientierte Führung im Wandel von Umweltbewusstsein und ökologischen  
Rahmenbedingungen ..... 83

### ***Klaus L. Wübbenhorst und Raimund Wildner***

Möglichkeiten und Grenzen der marktorientierten Unternehmensführung  
in stagnierenden Märkten ..... 115

### ***Christoph Burmann und Jan-Philipp Weers***

Markenimagekonfusion: Eine neue Managementtherausforderung  
in reifen Märkten ..... 135

### ***Bernd M. Michael***

„Just-in-Time“-Markenführung oder:  
Wie geht man mit dem hektischen Zeitgeist um? ..... 159

### ***Helmut Sihler***

Luxusmarken im gesellschaftlichen Wandel ..... 175

### ***Manfred Krafft und Max Niederhofer***

Möglichkeiten und Grenzen der marktorientierten Unternehmensführung  
in Zeiten der Rezession ..... 183

### ***Hartmut Mehdorn und Ralf Klein-Bölting***

Möglichkeiten und Grenzen der marktorientierten Führung  
in deregulierten Märkten am Beispiel der Deutschen Bahn ..... 195

### ***Jürgen Kluge***

Marketing für den Mobilfunk von morgen – Wie sich in einem saturierten Markt  
Wachstumsimpulse schaffen lassen ..... 209

## **Teil II: Marketing von nicht-kommerziellen Institutionen im gesellschaftlichen Wandel**

### ***Volker Then***

Marketing in Stiftungen ..... 227

**Torsten M. Breden und Wilhelm Krull**

Marktorientierte Führung von Stiftungen in der Bürgergesellschaft – Möglichkeiten und Grenzen der Marktmetaphorik..... 241

**Detlef Müller-Böling**

Marketing von Hochschulen – Ein Rück- und Ausblick ..... 261

**Ernst Buschor**

Möglichkeiten und Grenzen der marktorientierten Führung von Bildungseinrichtungen..... 283

**Ursula Hansen, Dirk Moosmayer und Matthias Bode**

Werte betriebswirtschaftlicher Professoren in Forschung und Lehre – Ergebnisse einer weltweiten Studie ..... 299

**Roland Berger**

Anwendungsbereiche und Ziele von Marketing in der öffentlichen Verwaltung ..... 325

**Thomas Hauff, Bernadette Spinnen und Berthold Tillmann**

Marktorientierte Führung für Kommunen – Anspruch, Praxis und Perspektiven eines ganzheitlichen Stadtmarketings ..... 349

**Wolfgang Schuster**

Die Stadt als Marke im internationalen Wettbewerb ..... 385

**Christoph Kannengießer und Christian Schnee**

Politisches Marketing – Die Kraft der Emotionen nutzen..... 405

**Hans Raffée**

Möglichkeiten und Grenzen der marktorientierten Führung von Kirchen ..... 417

**Richard Köhler**

Laudatio..... 443

Schriftenverzeichnis von Prof. em. Dr. Dr. h.c. mult. Heribert Meffert ..... 447

Stichwortverzeichnis..... 489