

## Inhaltsverzeichnis

### Band 1

*Dr. oec. Christian Belz*

Suchfelder für erfolgreiche Marketingrealisierungen 1

### 1. Gesellschaftliche Anforderungen an das Marketing

*Prof. Dr. Mario M. Pedrazzini*

Das Recht – ein Danaergeschenk für das Marketing? 9

*Prof. Dr. Hans Günther Meissner*

Humanisierung des Marketing 19  
Konzepte und ihre Umsetzung in Unternehmen

*Ralph Doller, Heinz-Herbert Dustmann und Gerhard Kleine*

Wir gestalten das Marketing der Zukunft 31  
Gedanken zum Marketing von Studenten der Hochschule  
an der Schwelle zur Praxis

*Prof. Dr. Heribert Meffert*

Planung und Durchsetzung ökologiegerechter Marketingkonzeptionen 39  
Ein entscheidungsorientierter Ansatz

*Walter M. Schneider und Christian Schneider*

Marketing kontra Kassensturz oder «bad news is good news» 61  
Fallbeispiel Geriavit Pharmaton

*Prof. Dr. Rolf Dubs*

Konsumentenerziehung in der Schule – Möglichkeiten und Grenzen 79

*Dr. iur. Eugénie Holliger*

Konsumentenschutz als Herausforderung für das Migros-Marketing 99

*Prof. Dr. Emil Küng*

Grenzen des Marketing im Agrarsektor 115  
Agrarpolitik: Was lässt sich unternehmen bei steigender  
Produktivität und gesättigten Absatzmärkten?

## 2. Spannungsfeld zwischen Unternehmungsstrategien und Taktik

- Prof. Dr. Emil Brauchlin*  
 X Grundsätze und Entwicklungen im strategischen Denken und Handeln 131
- Dirk Schröder*  
 Fundamentale Standort- und Zielbestimmung für die Unternehmung 151
- Prof. Dr. Hans H. Hinterhuber*  
 X Strategie und Taktik im Marketing 191
- Prof. Dr. Knut Bleicher*  
 X Weltweite Strategien der Unternehmungsakquisition und -kooperation  
 zur Bewältigung des Markt- und Technologiewandels 211
- Prof. Dr. Rolf Wunderer und Fredy Walser*  
 Laterale Kooperation zwischen Marketing und F + E -  
 ein strategisches Innovationspotential 229

## 3. Markt- und Kontrollinformationen für das Marketing

- Prof. Dr. Armin Töpfer*  
 Marketing-Audit als strategische Bilanz marktorientierter  
 Unternehmensführung 253
- Prof. Dr. Francesco Kneschaurek*  
 Der heilige Krieg gegen die Propheten, die keine sind... 275
- Peter Hofer*  
 Von der Marktforschungsstudie zum Marketing-Information-Center 297
- Prof. Dr. Manfred Hüttner*  
 X Die Kohortenanalyse als Instrument der strategischen Marktforschung 309

## 4. Realisierung des Marketing zwischen Erfolg und Misserfolg

- Dr. oec. Christian Belz*  
 Marketing in stagnierenden Märkten: Zerstörung oder Aufbau? 331
- Rolf Zimmermann*  
 Der Getränkemarkt zwischen Dynamik, Stagnation und Abenteuer? 355  
 Ein Streifzug durch einen interessanten Markt und Marketing-  
 beispiele der Feldschlösschen-Gruppe

<i>Dr. oec. Rolf Baumgartner</i>	
Praktische Ansätze einer Theorie der erfolgreichen Realisation	379
<i>Prof. Dr. Kasimir M. Magyar</i>	
Qualität kennt keine Kompromisse, Vielfalt kennt keine Grenze Schaffung und Durchsetzung von Qualitätsstrategien und Qualitätsprogrammen bei Mövenpick	393
<i>Prof. Dr. Jan S. Krulis-Randa</i>	
Das Tao des Marktes – ein Weg der Marketing-Realisierung	421
<i>Heini Strehler</i>	
Don't just talk about it. Do it!	435
<i>Dr. oec. Rudolf Villiger</i>	
Missverständnis Marketing	445
<b>5. Personelle Sicherung der Marketing-Arbeit</b>	
<i>Robert J. Schläpfer</i>	
Zukunft aus Werten – Intuitives Marketing	463
<i>Prof. Dr. Cuno Pümpin und lic. oec. Hans Peter Koller</i>	
Organisches Marketing	477
<i>Prof. Norbert A. Harlander</i>	
Mitarbeiterführung im Marketing	491
<i>Dr. oec. Rolf B. Schoch</i>	
Informationen für Personalmarketing	519
<i>lic. oec. Otto Belz</i>	
Wie Ausbildung helfen kann, Marketing zu realisieren	529
<i>Prof. Dr. Norbert Thom</i>	
Innovative Marketing-Manager Voraussetzungen und Wege zum dauerhaften Erfolg	539
<i>Prof. Dr. Andreas Menzl</i>	
Werbung für das dritte Alter – aus dem Marketing des Generationenwechsels	555

## 6. Problemorientiertes Marketing in unterschiedlichen Branchen und Marktsituationen

*Dieter Baader*

Marketing und Wettbewerb

575

Erfahrungen, Erkenntnisse und Massnahmen in der Praxis aus der Sicht eines Markenartikelherstellers der Konsumgüterindustrie

*Wolfgang K. A. Disch*

Markenartikel – Erosion und Erfolgsfaktoren

593

*Prof. Dr. Claude Kaspar*

Neueste Entwicklungen im Tourismus-Marketing

603

*Karl Staub MBA NTSU*

Marketing in der Spielzeugbranche

621

am Beispiel Franz Carl Weber (FCW)

*Sparre Pedersen*

Kaufentscheidungsprozesse bei Investitionsgütern

635

*Fred Sutter und Jack Stüssi*

Pressionen und Marketingprobleme auf dem Gebiet der Telekommunikation

641

*Prof. Dr. Paul W. Meyer und Dr. Anton Meyer*

Marketing für Arztpraxen – Provokation oder Revolution?

651

Band 2

## 7. Wettbewerbsvorteile besonderer Unternehmungen

*Helmut Hillen*

Marketing des Marktführers Möbel Pfister

*Hans Thuli*

Coop-Marketing

Von der genossenschaftlichen Selbsthilfeorganisation zur marktorientierten Coop-Gruppe

*Dieter Glenz*

Marketing in Selbsthilfeorganisationen

*Dr. oec. Jean-Pierre Bleher*

Wie behaupten sich die Raiffeisenkassen im Wettbewerbsmarketing?

~~*Prof. Dr. Hans Jobst Pleitner*~~

~~Strategisches Marketing – Fremdwort für Klein- und Mittelbetriebe?~~

*Dr. oec. Heinrich Krause*

Profilierung im Handel für Damenmode  
am Beispiel der Krause-Senn AG (Zürich)

*Prof. Dr. Alfred Gutersohn*

Marketing des Gewerbes

*TIQ und Dr. oec. Konstantin Theile (Mitautor)*

«Little big man TIQ»

Eine junge Marke in der Uhrenindustrie

*Oscar A. Kambly*

Marketing in Familienunternehmen

## **8. Anforderungen an internationales Marketing**

*Dr. iur. Heinrich Oswald*

Multinationales Marketing

*Prof. Dr. Bruno Bircher*

Marketing im multinationalen Konzern

Das Beispiel des reifen und homogenen Massengutes Zement

*Prof. Dr. Bjarne Bakka*

Sales subsidiaries abroad

Help or headache in export marketing for smaller firms?

*Gustav Werder*

Systeme und Systemkämpfe in der Unterhaltungselektronik-Branche

*Robert Weiss*

Märkte für Halbleiter und Personal Computers – eigene Gesetze?

*Dr. oec. Hans-Luzius Studer*

Marketing für Etikettendruckmaschinen

am Beispiel der Ferdinand Ruesch AG, St.Gallen

*Ranjit K. Mahanty und Moshe E. Rappoport*  
Establishing and Controlling Global Marketing Strategies Using  
Electronic Media –  
A Case Study from 3M in Managing Change

## **9. Erfolgreicher Einsatz besonderer Marketing-Instrumente**

*Christian S. Menet*  
Marketingenerfolg in gesättigten Märkten dank ausgeprägtem Produkt-  
Systemdenken

*Dr. rer. oec. Heribert O. Geisser*  
Service-Mix in der Maschinenindustrie

*Prof. Dr. Richard Kühn*  
Von der Preisstrategie zur operativen Preisbestimmung

*Peter Berger und Markus Bircher*  
Die Jugend-Aktion der Zürcher Kantonalbank: Kommunikation  
als Selbstzweck?

*Siegfried Vögele*  
Praktisches Zielgruppen-Management zur Neukunden-Gewinnung  
im Direkt-Marketing

*Walter Schmid*  
Inbound-Telefon-Marketing im Massenmarkt

*Prof. Horst Lange-Prollius*  
Beziehungsmarketing – oder der Vorsprung beim Minimumfaktor –  
Anmerkungen zur Frage, welchen Einfluss Beziehungen im  
Geschäftsleben haben

*Dr. rer. pol. Bruno Frick*  
UBS Switzerland – ein ungewöhnliches Sponsorprojekt

## **10. Integrale Marketing-Ansätze: Neuorientierung des Marketing?**

*Erich Gugelmann*  
Vertrauensmarketing der Migros

*Prof. Dr. Gottfried Theuer*  
Zwei Wege des Handelsmarketing

*Dr. oec. Dieter Jäggi*  
Marketing by Identity

*Dr. oec. Franz Hidber*  
Integriertes Bauen – die Überlebenschance im umkämpften  
schrumpfenden Baumarkt

*Prof. Dr. Matthias Haller*  
Funktionen-Marketing – zur Bewältigung der «Financial Services  
(R)Evolution»?

*Hans-Peter Sutter*  
Ringier Print – «Mit Druck in die Zukunft»

*Prof. Dr. Werner Kroeber-Riel* ✂  
Erlebnisbetontes Marketing

*Claus Peter Seibt*  
Im Wandel der Wirklichkeit: Sinn in Management und Marketing –  
wider die Praxis des Unsinn

## **11. Werte, Meinungsführer und Modellpersonen im Marketing**

*Prof. Dr. Hans Raffée und Dipl.-Kfm. Peter Wiedmann*  
Marketing und Werte  
Ergebnisse einer empirischen Untersuchung und  
Skizze von Marketingkonsequenzen

*Prof. Dr. Otto Haseloff*  
Über die Marketingbedeutung von Meinungsführern und  
Modellpersonen

Professor Dr. Heinz Weinhold-Stünzi zum 60. Geburtstag

Autorenverzeichnis

Stichwortverzeichnis