

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--------------------------------|-----|
| Vorwort des Herausgebers | VII |
|--------------------------------|-----|

Teil A: Marktsegmentierung

Gabriele Barten

| | |
|--|---|
| Beziehungsmanagement im Vertrieb von industriellen Produktionsanlagen – ein kaufphasensegmentierender Ansatz integrierter Kommunikation | 3 |
|--|---|

Hermann Diller und Hans H. Stamer

| | |
|---|----|
| Preissegmentierung im Markt für Konsumgüter | 35 |
|---|----|

Teil B: Markenpositionierung und -führung

Carsten Baumgarth

| | |
|-----------------------------------|----|
| Markenwert von B-to-B-Marken..... | 77 |
|-----------------------------------|----|

Sandra Feldmann

| | |
|------------------------------|----|
| Positionierung im Sport..... | 97 |
|------------------------------|----|

Günter Heyden

| | |
|---|-----|
| Markenführung im deutschen Biermarkt..... | 123 |
|---|-----|

Heribert Meffert

| | |
|---|-----|
| Identitätsorientierte Markenführung – konzeptionelle Grundlagen und praktische Umsetzung | 143 |
|---|-----|

Hartwig Steffenhagen

| | |
|--|-----|
| Effektivität und Effizienz in der Markenkommunikation..... | 165 |
|--|-----|

Teil C: Multimedia und Neue Medien

Dietmar Barzen

| | |
|--|-----|
| Strukturveränderungen auf den Medienmärkten? | 183 |
|--|-----|

Axel Eggert

Internet als Kommunikationsform für Beschwerden bei Kfz-Herstellern209

Gisela Hüser und Manfred Grauer

Technologischer Wandel und Entstehen des Internets237

Henrike Sänger

Internet-IR: (in)direkter Weg zum Investor.....257

Teil D: Marketing und Management

Heymo Böhler und Christoph Rasche

Vom Marktschreier zu Machiavelli – Perspektiven wettbewerbsstrategischer Ansätze in einer globalisierenden Wirtschaft277

Thomas Roeb

Effiziente Auendienststeuerung - dargestellt am Beispiel der Firma WÜRTH.287

Roland Schulz

Personalmanagement als internes Marketing301

Teil E: Kleine und mittlere Unternehmen (KMU)

Hermann Fuchslocher

Marketing von mittelständischen Modeherstellern heute und morgen.....319

Felix Gustav Hensel

Die Kommunikationsstrategie als Teil der Marketingstrategie – dargestellt am Beispiel der GUSTAV HENSEL GmbH & Co. KG, Lennestadt337

Wolfgang Müller

Marktorientierte Unternehmensführung im mittelständischen Großhandel – eine empirische Bestandsaufnahme.....345

Andreas Pinkwart und Daniel Heinemann

Marketingforschung innovativer Gründungsunternehmen.....373

Teil F: Marketing-Lehre*Carsten Baumgarth und Ursula Hansjosten*

Lehrbücher für die Marketingausbildung an Hochschulen.....397

*Manfred Bruhn und Florian Siems*Anforderungen an Programme des E-Learning für die universitäre
Marketingausbildung im Grundstudium.....415

Donatoren433

Autorenverzeichnis.....435