

Inhaltsverzeichnis

	Seite
1. Einführung in die Problemstellung Prof. Dr. Dr. h. c. H. Meffert, Universität Münster	1
2. Customer Relationship Marketing aus wissenschaftlicher Perspektive Zusammenfassung des Vortrags von Prof. Dr. M. Bruhn, Universität Basel	6
3. Herausforderungen für die Entwicklung und Umsetzung von Customer Relationship Marketing-Konzepten Zusammenfassung des Vortrags von Dr. A. Merbecks, McKinsey & Company	24
4. Customer Relationship Marketing durch Verknüpfung von alten und neuen Medien Zusammenfassung des Vortrags von H. Kroke, DirectGroup Bertelsmann	38
5. Customer Relationship Marketing durch Database-Management und Kooperationen Zusammenfassung des Vortrags von O. Wagner, Miles & More, Deutsche Lufthansa AG	44
6. Customer Relationship Marketing durch Schaffung von Informations- und Erlebniswelten Zusammenfassung des Vortrags von G. C. Wolf, WOLF-Garten GmbH & Co. KG	52
7. Zusammenfassung der Diskussion	58