

# Inhaltsverzeichnis

## Teil 1 Grundlegende Aspekte des Marketing

Alexander Haas, Björn Sven Ivens	
Innovationsfelder im Marketing – ein Überblick.....	3
Christian Belz	
Trends und Innovationen im Marketing.....	9
Klaus Peter Kaas	
Stand und Entwicklungsperspektiven der Marketingtheorie.....	29
Lutz Hildebrandt, Dirk Temme	
Die Modellierung von Problemen der Marketingforschung mit Strukturgleichungsmodellen.....	49

## Teil 2 Konsumentenverhalten als Basis des Marketing

Peter Weinberg, Sandra Diehl	
Kognitive Konsumentenverhaltensforschung – Überblick und aktuelle Forschungsfragen.....	73
Heribert Gierl, Sandra Reich	
Imagery-Forschung als Bereich der Kommunikationsforschung.....	95
Günter Silberer, Jan-Frederik Engelhardt, Björn Andreassen	
Der Einfluss von Emotionen auf das Blick- und Klickverhalten.....	113
Mark Wendlandt, Ursula Hansen	
Reaktanz als Stolperstein des Beziehungsmarketing.....	133

## Inhaltsverzeichnis

### Teil 3            Prozess

Klaus L. Wübberhorst

Aktuelle Trends und Innovationen in der Marktforschung..... 157

Alexander Haas, Gerhard Hausruckinger, Björn Sven Ivens

Aktuelle Trends und Problemstellungen der Marketingstrategie ..... 173

Sönke Albers, Florian Söhnchen

Verkaufsmanagement – Innovative Ansätze und Ideen..... 193

Oliver Götz, Wayne D. Hoyer, Manfred Krafft, Werner Reinartz

Determinanten einer erfolgreichen CRM-Implementierung ..... 213

Michael Lingenfelder, Claudia Kreipl

Die ECR-Bereitschaft als Schlüssel für erfolgreiche vertikale Kooperationen –  
Konstrukt und Determinanten ..... 233

### Teil 4            Instrumente

Andreas Herrmann, Nicole Hoffmann

Ein Ansatz zur integrativen Marken- und Produktpolitik..... 257

Hermann Simon, Martin Fassnacht

Preismanagement – eine umfassende Perspektive..... 277

Lothar Müller-Hagedorn, Ralf Wierich

Preisschwellen bei auf 9 endenden Preisen? –  
Eine Analyse des Preisgünstigkeitsurteils ..... 293

Hartwig Steffenhagen

Zur Staffelung von Werbeausgaben in Werbesalven..... 315

Hans H. Bauer, Percy Smend

Marktorientierte Gestaltung von Multikanalsystemen –  
Das Beispiel Automobildistribution ..... 335

**Teil 5            Management**

Michael Gaitanides, Ruth Stock  
 Geschäftsprozesse in Marketing und Vertrieb ..... 359

Frank Wimmer, Julika Göb  
 Marketing-Informationsmanagement: Das Konzept der Marketing Intelligence ..... 385

Hajo Hippner, Melanie Merzenich, Claas Morlang, Klaus D. Wilde  
 Das operative CRM im mobilen Internet ..... 401

Götz W. Werner  
 Durch Führung zum authentischen Markenwert..... 421

Richard Köhler  
 Innovative Ansätze und Perspektiven des Marketing-Controlling..... 433

Harald Herrmann  
 Neuerungen im Recht der Verbraucherinformation –  
     Zur Förderung strukturvertrieblicher Marktentwicklungen ..... 455

**Teil 6            Institutionen**

Bernd Stauss  
 Dienstleistungsmarketing als Innovator des Marketingverständnisses? –  
     Eine kritische Auseinandersetzung mit dem Ansatz von Vargo/Lusch ..... 479

Klaus Backhaus, Markus Voeth  
 Industriegütermarketing – Bewährte Erkenntnisse und innovative Perspektiven ..... 501

Heribert Meffert, Nina Fritsch  
 Stiftungen als Promotoren des Wandels –  
     Legitimation und Erfolgsvoraussetzungen innovativer Stiftungsarbeit ..... 523

Joachim Zentes, Hanna Schramm-Klein, Dirk Morschett  
 Neue Ansätze im internationalen Marketing ..... 543