

# Zukunftsperspektiven des Marketing - Paradigmenwechsel und Neuakzentuierungen

Festschrift anlässlich der Emeritierung  
von Prof. Dr. Dr. h. c. Hans Hörschgen

Herausgegeben von

Christine Rabe und Johannes Lieb



Duncker & Humblot • Berlin

# Inhaltsverzeichnis

## *Erster Teil*

### **Integration und Auflösung**

*Ralf Steinbach*

Marketing- Status Quo und Zukunftsanforderung .....13

*Erich Klaus*

Unternehmensnetzwerke als aktuelle Herausforderung für die Marketing-  
Wissenschaft.....25

*Marion Friese*

Ziele von Kooperationen im Dienstleistungssektor.....49

*Dominik Wagemann*

Internetbasierte Marketingkommunikation - Potenziale für den Hochschulsektor... 73

## *Zweiter Teil*

### **Einfachheit und Komplexität**

*Alexander Daniel*

Implementierung als Kernaufgabe im Marketing-Management.....93

*Alexander Makarov*

Strategisches Marketing-Management in Zeiten von Globalisierung und Innova-  
tionbeschleunigung.....121

*Anja Karina Herrmann*

Der Einsatz des Analytic Hierarchy Process und des Supermatrix-Verfahrens zur  
Bestimmung der relativen Wichtigkeit von Dienstleistungsmerkmalen - Das Bei-  
spiel ÖPNV.....145

## Inhaltsverzeichnis

### *Dritter Teil* **Innovation und Beständigkeit**

*Torben Jansen und Christina Rabe*

Wertewandel bei den neuen Alten - eine kohortenanalytische Untersuchung .....163

*Jürgen Kirsch*

Senioren - Marktsegment der Zukunft.....181

*Bernd Müllerschön*

Aktuelle (?) Entwicklungen im Handels-Marketing. Eine kritische Reflexion -  
dargestellt am Beispiel des Kunsthandels im 19. Jahrhundert.....197

*Michel Mann*

Kritische Erfolgsfaktoren von Produkteinführungen - dargestellt am Beispiel  
eines Konsumgüterherstellers.....207

*Christina Rabe*

Anwendungspotenziale traditioneller und neuerer Ansätze zur Messung von  
Einstellungen.....233

### *Vierter Teil* **Euphorie und Nüchternheit**

*Günter Käßer-Pawelka und Ulrich Lotz*

Customer Relationship Management bei Institutionellen Dienstleistern -  
Leistungstransparenz bei Kammern und Verbänden.....251

*Angelika Hilger*

Erfolg und Marketing-Erfolgsfaktoren von Internationalisierungsstrategien - das  
Beispiel VR China.....279

*Andreas Kaapke und Nina Ritzka-Roelofs*

Zur ökonomischen Sinnhaftigkeit von Sonderveranstaltungen bzw. Verkaufsakti-  
onen im Handel?..... 297

*Brigitte Gaiser*

Brennpunkt Markenführung - gestern und heute.....323

*Michael Froböse*

Zukunftsperspektiven der Online-Marktforschung.....	349
Biographie von Prof. Dr. Dr. h. c. Hans Hörschgen.....	359
Autorenverzeichnis.....	361