

Heribert Meffert (Hrsg.)

Excellence in Marketing - Erfolgsfaktoren im Wandel

Dokumentation

des 5. Münsteraner Marketing-Symposiums
aus Anlass des 30-jährigen Bestehens
des Instituts für Marketing an der
Westfälischen Wilhelms-Universität Münster
am 16. Oktober 1999

Inhaltsverzeichnis

	Seite
1. Erfolgsfaktorenforschung im Marketing - Auf der Suche nach dem „Stein der Weisen“ <i>Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Heribert Meffert, Universität Münster</i>	1
2. Excellence in den Distributionssystemen der Konsumgüterwirtschaft - Vorbilder für das stufenübergreifende Management des Wertschöpfungsprozesses <i>Prof. Dr. Dieter Ahlert, Universität Münster</i>	15
3. Erfolgsfaktorenforschung im Marketing: Die andere Welt des Industrial Marketing <i>Prof. Dr. Klaus Backhaus, Universität Münster</i>	25

Forum I:

4. Erfahrungsberichte aus dem Konsumgütermarketing	
4.1 Beispiel Gebrauchsgütermarkt Zusammenfassung des Vortrags von <i>Peter Körfer-Schün, Vorsitzender des Vorstands der Friedrich GroheAG</i>	33
4.2 Beispiel Kosmetikbereich Zusammenfassung des Vortrags von <i>Prof. Dr. Uwe Specht, Mitglied der Geschäftsführung der Henkel KGaA</i>	37
4.3 Zusammenfassung der Diskussion	42

Forum II:

5. Erfahrungsberichte aus dem Dienstleistungsmarketing	
5.1 Logistik und Fiege: Erfolgsfaktoren im Wandel Zusammenfassung des Vortrags von <i>Dr. Hugo Fiege, Inhaber der Fiege Gruppe</i>	46
5.2 Erfolgsfaktoren der Marktorientierung der Deutschen Post AG Zusammenfassung des Vortrags von <i>Dr. Hans-Dieter Petram, Mitglied des Vorstandes der Deutschen Post AG</i>	55
5.3 Zusammenfassung der Diskussion	62

Forum III:**6. Erfahrungsberichte aus dem Handelsmarketing**

- | | | |
|-----|---|----|
| 6.1 | Messen führt zu Veränderung - Konsequente Kundenorientierung
am Beispiel OBI
Zusammenfassung des Vortrags von <i>Prof. Dr. Utho C. Creusen,</i>
<i>Geschäftsführender Gesellschafter der OBI Bau- und Heimwerker-</i>
<i>märkte GmbH & Co. KG</i> | 66 |
| 6.2 | Convenience in Deutschland - Erfolgsfaktoren und Perspektiven
Zusammenfassung des Vortrags von <i>Dr. Kay Hafner,</i>
<i>Mitglied der Geschäftsleitung der LEKKERLAND-TOBACCOLAND</i>
<i>Deutschland GmbH & Co. KG</i> | 73 |
| 6.3 | Zusammenfassung der Diskussion | 82 |

Forum IV:**7. Erfahrungsberichte aus dem Investitionsgütermarketing**

- | | | |
|-----|---|----|
| 7.1 | Erfolgsfaktoren aus Sicht der Gildemeister AG
Zusammenfassung des Vortrags von <i>Dr. Rüdiger Kapitz,</i>
<i>Vorsitzender des Vorstands der Gildemeister AG</i> | 85 |
| 7.2 | Erfolgsfaktoren aus Sicht der Hydraulik Nord-Gruppe
Zusammenfassung des Vortrags von <i>Dr. Gunnar Ohlsen,</i>
<i>Geschäftsführender Gesellschafter der Hydraulik Nord GmbH</i> | 93 |

Forum V:**8. Erfahrungsberichte aus dem Medienmanagement**

- | | | |
|-----|---|-----|
| 8.1 | Beispiel Medienmärkte
Zusammenfassung des Vortrags von <i>Prof. Dr. Jan Hensmann,</i>
<i>Selbstständiger Unternehmensberater</i> | 100 |
| 8.2 | Beispiel Telekommunikation
Zusammenfassung des Vortrags von <i>Harald Stöber,</i>
<i>Vorsitzender des Vorstands der Mannesmann Arcor AG & Co.</i> | 107 |
| 8.3 | Zusammenfassung der Diskussion | 114 |

Forum VI:**9. Erfahrungsberichte aus dem Umweltmanagement**

- 9.1 Unternehmerische Herausforderungen an einen Umweltdienstleister
Zusammenfassung des Vortrags von *Dr. Werner Kook*,
Vorsitzender des Vorstandes der Interseroh AG 116
- 9.2 Zukunftskonzept oder Konzept ohne Zukunft?
Zusammenfassung des Vortrags von *Prof. Dr. Manfred Kirchgeorg*,
Handelshochschule Leipzig 120
- 9.3 Zusammenfassung der Diskussion 123

**10. Marktorientierte Unternehmensführung im Wandel -
Erfolgsfaktoren im Umbruch**

Zusammenfassung der Podiumsdiskussion 126

11. Schlusspräsentation: Multimedia-Thefutureof Marketing

Zusammenfassung des Vortrags von *Dr. Thomas Middelhoff*,
Vorsitzender des Vorstandes der Bertelsmann AG 133