

**Joachim Büschken/Margit Meyer/  
Rolf Weiber (Hrsg.)**

# **Entwicklungen des Investitionsgüter- marketing**

**DeutscherUniversitäts Verlag**

# Inhaltsverzeichnis

*Joachim Büschken/ Margit Meyer/Rolf Weiber*

Entwicklungslinien des Investitionsgütermarketing in Deutschland:

Entstehung und Inhalt dieses Buches.....1

## **Erster Teil**

### **Vergangenheit und Zukunft des Investitionsgütermarketing**

*Werner H. Engelhardt*

Zum „State of the Art“ im Investitionsgüter-Marketing.....11

*Klaus Backhaus*

Investitionsgütermarketing: Herkunft und Zukunft.....39

## **Zweiter Teil**

### **Geschäftstypspezifisches Marketing**

*Heribert Meffert*

Kundenorientierung und Kundenzufriedenheit im Investitionsgütermarketing -

Zwei Seiten einer Medaille?.....69

*Margit Meyer/Egbert Kern/ Hans-Jörg Diehl*

Geschäftstypologien im Investitionsgütermarketing -

Ein Integrationsversuch.....117

## **Dritter Teil**

### **Relationship Marketing und Technologiedynamik**

*WulffPlinke*

Effizienz und Effektivität im Management von Geschäftsbeziehungen

auf industriellen Märkten.....179

*Rolf Weiber/ Rüdiger Kapitza/ Tilmann Raff*

Wettbewerbsvorteile in der Werkzeugmaschinenindustrie durch  
effektives und effizientes Geschäftsbeziehungsmanagement.....201

*Rolf Weiber/ Michael Späth*

Vermarktung von Telekommunikationsdiensten im Geschäftskundenbereich:  
Herausforderung an das Investitionsgütermarketing.....229

## **Anhang**

Kurzbiographien der Autoren.....303