

Thomas Werani/Kurt Gaubinger/
Harald Kindermann

Praxisorientiertes Business-to-Business Marketing

Grundlagen und Fallstudien
aus Unternehmen



I Inhaltsverzeichnis

Autorenverzeichnis.....	XI
<i>Teil I: Einführung</i>	
Thomas Werani	
Business-to-Business-Marketing: Bedeutung, Besonderheiten und Implikationen.....	3
<i>Teil II: Organisationales Beschaffungsverhalten</i>	
Harald Kindermann	
Grundlegendes organisationalen Beschaffungsverhaltens.....	17
Erika Kriechbaumer/Thomas Werani/Claudia Prem	
Fallstudie Fronius International GmbH: Das Projekt „Teamselling“.....	29
Clemens Strahammer/Arnold Ackerlauer/Thomas Werani	
Fallstudie voestalpine AG: Entwicklung einer divisionsübergreifenden Vertriebsstruktur für die Automobilindustrie.....	41
<i>Teil III: Identifikation von Geschäftschancen</i>	
Kurt Gaubinger	
Grundlagen der Identifikation von Geschäftschancen: Situationsanalyse.....	57
Thomas Werani	
Grundlagen der Identifikation von Geschäftschancen: Marktforschung.....	71
Kurt Gaubinger	
Fallstudie ABATEC Electronic AG: Situationsanalyse eines High-Tech-Unternehmens.....	85
Boris Eyett/Kurt Gaubinger	
Fallstudie Format Werk GmbH: Kundenzufriedenheitsanalyse im Broartikelmarkt.....	99

Inhaltsverzeichnis

Teil IV: Strategische Marketingplanung

Harald Kindermann

Grundlagen der strategischen Marketingplanung.....111

Markus Putz/Thomas Werani

Fallstudie voestalpine Anarbeitung GmbH: The Only Way Is Up!.....123

Petra Kuchinka

Fallstudie Alois Pöttinger Maschinenfabrik GmbH: Die Ladewagen-Erfolgsstory....135

Teil V: Geschäftstypenspezifisches Marketing

Thomas Werani/Claudia Prem

Grundlagen des geschäftstypenspezifischen Marketing.....151

Rainer Daubeck/Kurt Gaubinger

Fallstudie TYROLIT Schleifmittelwerke Swarovski K.G.: Marktexansion in Osteuropa.....211

Kurt Gaubinger

Fallstudie Fill Maschinen- und Anlagenbau: Marketingaktivitäten im internationalen Anlagenbau.....223

Andreas Platzer/Harald Kindermann

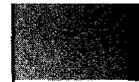
Fallstudie HALI Büromöbel GmbH: Probleme eines Systemanbieters.....235

Rainer Daubeck/Kurt Gaubinger

Fallstudie FREQUENTIS GmbH: FREQUENTIS Emergency Network für die Philippinen.....249

Wolfgang Litzlbauer/Thomas Werani/Claudia Prem

Fallstudie Miba AG: Das Projekt „China“.....263



Teil VI: Marketing-Controlling

Kurt Gaubinger

Grundlagen des Marketing-Controllings.....279

Christian Wiesmeier/Horst König/Claudia Prem

Fallstudie AMI Agrolinz Melamine International GmbH: Implementierung einer
Balanced Scorecard.....295

Stichwortverzeichnis.....303