

Karl-Heinz Strothmann (Hrsg.)

Kompetenztransfer im Investitionsgüter- marketing

Technische Universität Darmstadt	
Fachbereich 1'	
Betriebswirtschaftliche Bibliothek	
Inventar-Nr.:	48.748
Abstell-Nr.:	A 28/2546
	
	
	

DeutscherUniversitätsVerlag

Inhaltsverzeichnis

Erster Teil:

Kompetenztransfer - Maxime einer neuen Marketingkonzeption

Sven Prüser

Der Kompetenzbegriff und seine erweiterte Interpretation 3

Karl-Heinz Strothmann

Kompetenzmarketing für Investitionsgüter 13

Hans-Hermann Ullwer

Kernkompetenzen versus Kompetenztransfer - Ein Widerspruch? 35

Zweiter Teil:

Die Kompetenzidentifikation - Grundlage des Kompetenztransfers

Doris Sieber

Kompetenzidentifikation - Ansätze und Methoden 51

Horst Kleinert

Kompetenzen aufspüren und nutzen - Entscheidungshilfen für
Gründungsunternehmen 61

Thomas Ginter

Die Identifikation ökologischer Kompetenz als Grundlage eines ökologisch
bewußten Kompetenztransfers 75

Kristin Butzer-Strothmann

Die Früherkennung von Kompetenzdefiziten im Anbieterunternehmen als
Grundlage des Geschäftsbeziehungsmanagement 87

Dritter Teil:

Strategische und operative Aspekte des Kompetenztransfers

Thomas Baaken

Die Differenzierung des Käuferrisikos als Konzept zur Auswahl von
Transferinstrumenten 107

Corinna Voges

Outsourcing unter Kompetenztransferaspekten 127

Jacqueline Rieger

Die Kommunikation von Kompetenz 141

Manfred Busche

Die Messe als Instrument des Kompetenztransfers 157

Hannelore Selinski

Kompetenztransfer im Messewesen - dargestellt anhand von Aussteller-
kooperationen 171

Autorenverzeichnis 195