

Margit Enke

Anja Geigenmüller (Hrsg.)

# **Commodity Marketing**

Grundlagen – Besonderheiten –  
Erfahrungen

2., vollständig überarbeitete  
und erweiterte Auflage



# Inhaltsverzeichnis

Win

## *Teil 1: Grundlagen des Commodity Marketing*.....1

Margit Enke / Anja Geigenmüller / Alexander Leischnig  
Commodity Marketing – Eine Einführung .....3

Christian Homburg / Matthias Staritz / Stephan Bingemer  
Commodity-Differenzierung – Ein branchenübergreifender Ansatz .....31

Manfred Bruhn  
Commodities im Dienstleistungsbereich .....57

## *Teil 2: Besonderheiten des Commodity Marketing* .....79

Klaus-Peter Wiedmann / Dirk Ludewig  
Commodity Branding .....81

Alexander Leischnig / Anja Geigenmüller  
Wie wichtig sind Marken bei Commodities? Eine konzeptionelle Analyse .....115

Florian Dost / Robert Wilken  
Verhaltensorientierter Ansatz zur Erklärung von Preisreaktionen bei Commodities  
und Empfehlungen für die Preissetzung auf Commodity-Märkten .....133

Markus Voeth / Uta Herbst  
Preisverhandlungen auf Commodity-Märkten .....149

Karl-Heinz Sebastian / Andrea Maessen / Sebastian Strasmann  
Commodity Pricing – Was beliebig austauschbare Produkte einzigartig macht .....173

Ioana Minculescu / Michael Kleinaltenkamp / Doreén Pick  
Wider die Commoditisierung – Ansätze zur Messung der Individualisierung .....185

Daniel Spiecker / Bernd Stauss  
Preisunzufriedenheit als Determinante der Kundenabwanderung bei Commodity-  
Dienstleistungen .....209

Frank Jacob / Jens Sievert  
Die Kundenmitwirkung als Instrument des Commodity Marketing .....237

<b>Andreas Klein</b>	
Nachfragerbündelung als Vermarktungsansatz im Commodity-Geschäft .....	261
<b>Peter Billen / Tilmann Raff</b>	
Kundenbindung bei Commodities – Die Quadratur des Kreises? .....	285
<b>Tom Schöpe / Margit Enke</b>	
De-Commoditisierung durch Vertrieb – Eine empirische Analyse .....	319
 <i>Teil 3: Branchenspezifisches Commodity Marketing</i> .....	 341
<b>Anja Geigenmüller / Christos G. Aneziris</b>	
Umsetzung einer nicht-preisbezogenen De-Commoditisierung – Eine explorative Untersuchung in der Feuerfestindustrie .....	343
<b>Kati Kasper-Brauer / Alexander Leischnig</b>	
Logistics Services – Ein Commodity als Differenzierungsfaktor .....	363
<b>Lutz Lohse / Manuela Künzel</b>	
Customer Relationship Management im Energiemarkt .....	381
<b>Christian Schwind</b>	
Reputationsmanagement der Marke GAZPROM .....	401
<b>Thomas Bender</b>	
Commodity Pricing – Wege aus der Preisfalle bei Gerätebatterien .....	411
<b>Doreén Pick</b>	
Die Rolle von Preiskenntnis und Preiserwartungen für das Kundenmanagement von Telekommunikationsanbietern .....	427
<b>Sabine Möller / Sebastian Roltsch</b>	
Differenzierung von Commodities am Beispiel von Hochleistungskraftstoffen .....	457
<b>Bernhard Kaltefleiter / Margit Enke</b>	
Ansätze zur De-Commoditisierung im Energiesektor – Das Fallbeispiel VNG .....	479