

# Inhaltsverzeichnis

## I. Facetten des sektoralen Marketing

Sektorales Marketing – Impulsgeber für Wissenstransfer und Innovation im Marketing <i>Arnold Schuh und Hartmut H. Holzmüller</i>	3
---	---

## II. Forschung in den Sektoren des Marketing

Marketing Fast Moving Consumer Goods – Der Nukleus der sektoralen Sichtweise <i>Hartmut H. Holzmüller</i>	33
Handel im Spannungsfeld von Marketing, Distribution und Kooperation <i>Herbert Kotzab</i>	53
Investitionsgütermarketing bzw. Business-to-Business Marketing – Zentrale Erklärungs- und Managementansätze <i>Arnold Schuh</i>	71
Dienstleistungsmarketing – Entwicklung und künftige Perspektiven <i>Dieter Scharitzer</i>	89
Internationales Marketing – Entwicklung, Status und Trends <i>Barbara Stöttinger</i>	105
Entwicklungen und Trends im Nonprofit-Marketing <i>Claudia Klausegger</i>	125
Marketing für Klein- und Mittelbetriebe – Spezifische Betrachtungslinien im Objektbereich <i>Dietmar Rößl</i>	143

### III. Innovative Methoden und Techniken in den Sektoren

Heuristiken in der Produktpolitik <i>Winfried J. Steiner und Harald Hruschka</i>	163
Zur qualitativen Konsumentenforschung <i>Renate Buber</i>	183
Daten- und Messäquivalenz in der internationalen Marktforschung <i>Thomas Salzberger</i>	199
Kundenbindung bei elektronischen Geschäftsbeziehungen <i>Arne Floh</i>	219
Formalisierung qualitativer internationaler Marketingforschung – Grundsätze und Anwendungsfall <i>Elfriede Penz und Rudolf R. Sinkovics</i>	235

### IV. Umsetzungs- und Anwendungsfelder

Management von Marketingevent-Projekten <i>Roland Gareis</i>	259
Marketing für den Immobilien-Bereich – Ein Plädoyer für alternative Ansätze <i>Alexander Scheuch</i>	275
BauMax: Profilierung im „Do-It-Yourself“-Handel durch professionelle Kommunikationspolitik <i>Michael Scheuch</i>	291
Wie innovative Marken Märkte gestalten – Das Beispiel Nescafé <i>Andreas Nentwich</i>	307
Pricing-Strategien in hochkompetitiven Märkten – Eine Case Study aus der Mobilfunkbranche in Österreich <i>Reinhard Zuba</i>	323
Location Based Services – Geschäftsmodelle und Einsatzfelder <i>Martin Bodensterfer und Rainer Hasenauer</i>	337

---

Transaktionsfernsehen <i>Andreas Büchelhofer</i>	351
Erlebniswelten als innovatives Instrument des Kulturmarketing <i>Monika Koller</i>	365
Codico: Mit Fokussierung und Kundennähe zum Erfolg in der Distribution von elektronischen Bauelementen <i>Heinrich Hawlik und Sven Krumpel</i>	383
<b>Autorenverzeichnis</b>	397