

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Komplexität und Ressourceneinsatz als Herausforderungen an die Unternehmensführung	1
<i>Reinhard Hünerberg / Andreas Mann</i>	
Erster Teil: Komplexitäts- und Innovationsmanagement	
„Jedes Geschäft ist ‚global-lokal‘: Die Zukunft der Automobilindustrie“	17
<i>Rüdiger Grube</i>	
Komplexität bei Dienstleistungen	27
<i>Manfred Bruhn / Marc-Oliver Blockus</i>	
Strategische Orientierungen des Innovationsmanagements in Handel und Konsumgüterindustrie	49
<i>Joachim Zentes / Juliane Krebs</i>	
Der Einfluss der RFID-Technologie auf die Unternehmensführung	69
<i>Elgar Fleisch / Günter Müller-Stewens</i>	
Qualitäts- und Komplexitätsmanagement - Parallelitäten und Interaktionen zweier Managementdisziplinen	93
<i>Rainer Lasch / Marco Gießmann</i>	
Human- und technologieorientiertes Wissensmanagement als Basis für Innovationen – Ein Vergleich zwischen KMU und Großunternehmen	125
<i>Wolfgang Pfau / Stephan Mangliers</i>	
Innovationscontrolling von Technologieprojekten in der regenerativen Energiebranche	143
<i>Sören Dressler / Thomas Rachfall</i>	

Zur Komplexität von Marketinginstrumenten – Konzeptionelle Überlegungen zu einer innovativen Integration von Kommunikation und Distribution als Herausforderung an eine marktorientierte Unternehmensführung	165
<i>Reinhard Hünerberg</i>	

Zweiter Teil: Unternehmens- und Mitarbeiterführung

Ganzheitliches Supply Management in international agierenden Unternehmen	187
<i>Ronald Bogaschewsky</i>	

Ganzheitliches Produktmanagement – Architektur, Betrachtungsperspektiven und Methoden	205
<i>Wolfgang Becker / Christian Kunz</i>	

Cause related Marketing als Instrument zur strategischen Unternehmensführung	233
<i>Shamsey Oloko / Ingo Balderjahn</i>	

Teamlernen: Ansatzpunkte und Erfolgsvoraussetzungen	249
<i>Dietrich von der Oelsnitz / Michael W. Busch</i>	

Die Führungs-Paradox-These: Führungsunterstützung bei zeitkritischen Projektteams und Auswirkungen auf den Projekterfolg	273
<i>Rolf Bühner / Carina N. Gebhart</i>	

Roadmap to Brand Behavior - Mitarbeiter zu Markenbotschaftern machen ...	307
<i>Torsten Tomczak / Sven Henkel / Benjamin von Walter</i>	

Demografieorientierte (= marktorientierte) Personalarbeit	327
<i>Fred G. Becker</i>	

Dritter Teil: CRM und Qualität

Beziehungswert und Beziehungsintelligenz – Integration und Interdependenz der kunden- und unternehmensseitigen Perspektive durch intelligentes Beziehungsmanagement	353
<i>Anton Meyer / Andreas Munzel / Christoph Ullmer</i>	

Erfolgsparameter exzellenter Customer Relationship Management-Ansätze	375
<i>Frank Lasogga</i>	
Kundenzufriedenheit, Beschwerdeverhalten und Beschwerdezufriedenheit: Ein Überblick	395
<i>Stefan Müller / Susan Meixner / Stefan Wünschmann</i>	
Der Weg zur Marktorientierung - Fallbeispiel aus dem Automotive Aftermarket	417
<i>Volker Kurfess</i>	
Partnerbindung in Hersteller-Händler-Kooperationen – Das Beispiel der Automobilwirtschaft	435
<i>Klaus Bodensteiner / Reinhard Hünerberg / Andreas Mann</i>	
Marktorientierung und Prozessgestaltung im langfristigen Bauprojektgeschäft	465
<i>Dieter Köster</i>	
Treiber der Fußballfanzufriedenheit - Eine kausalanalytische Untersuchung	491
<i>Manfred Schwaiger / Marko Sarstedt</i>	
Mithilfe von Kundenbindungsmanagement zum Sanierungserfolg von Unternehmen	515
<i>Daniela Lehr</i>	
Qualitätssteigerung durch Six Sigma am Beispiel der Finanzindustrie	527
<i>Jürgen Moormann / Michael Leyer</i>	
Dialogmarketing-Excellence: Qualitäts- und Wertorientierung in der direkten Kundenansprache	551
<i>Andreas Mann</i>	
Autorenverzeichnis	587