

Inhaltsverzeichnis

<i>Teil 1: Grundlagen des Commodity Marketing</i>	11
<i>Margit Enkel/Martin Reimann/Anja Geigenmüller</i> Commodity Marketing.....	13
<i>Thorsten Bestvater</i> Erfolgsfaktoren im Commodity-Geschäft	35
<i>Teil 2: Besonderheiten des Commodity Marketing</i>	61
<i>Manfred Bruhn</i> Commodities im Dienstleistungsbereich.....	63
<i>Klaus-Peter Wiedmann/Dirk Ludwig</i> Commodity Branding.....	85
<i>Jost Adler</i> Ermittlung der Zahlungsbereitschaft für value added Commodities.....	121
<i>Peter Billen/Tilman Raff</i> Kundenbindung bei Commodities – die Quadratur des Kreises?	151
<i>Martin-Matthias Köcher</i> Differenzierungsmöglichkeiten beim Online-Vertrieb von Commodity-Gütern	183
<i>Jost Adler/Christopher McLachlan</i> Produktdifferenzierung durch Management der Kundenwahrnehmung	199
<i>Andreas Klein</i> Nachfragerbündelung als Vermarktungsansatz im Commodity Geschäft	217
<i>Thomas Bender</i> Commodity Pricing	241
<i>Ulrich Melles/Markus Gehrman</i> Kundenbeziehungen im Commodity Marketing	257