

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	<b>7</b>
	Wie es zu diesem Buch kam – der Marketing Benchmark Circle <i>Thomas Siegner, Dr. Sonja Sulzmaier</i>	
<b>2</b>	<b>Von EDV zu IT, vom Rechenzentrum zur Cloud</b>	<b>11</b>
	B2B-Marketing im Wandel der Märkte, Technologien und Servicestrukturen <i>Gastbeitrag: Thomas Lünendonk</i>	
<b>3</b>	<b>Marketing und Mehrwert</b>	<b>25</b>
	Zur Neverending Story der Abgrenzung zwischen Marketing und Vertrieb <i>Regina Mehler, Meinrad Much</i>	
<b>4</b>	<b>Marketing und Marke</b>	<b>45</b>
	Durch Marketing den Unternehmenswert steigern <i>Thomas Siegner</i>	
<b>5</b>	<b>Marketing und Macher</b>	<b>57</b>
	Von der Marktanalyse bis zum Portfoliomanagement – was Marketing zur Unternehmensentwicklung beitragen kann <i>Dr. Sonja Sulzmaier</i>	
<b>6</b>	<b>Marketing und Mitarbeiter</b>	<b>71</b>
	Das Einfache, das so schwer zu machen ist: Mitarbeiter als Markenbotschafter <i>Thomas Becker, Thomas Siegner, Dr. Sonja Sulzmaier</i>	
<b>7</b>	<b>Marketing und Medien</b>	<b>99</b>
	Medienübergreifendes Managen von Marketing-Content <i>Carola Grimminger, Christian Stengl</i>	
<b>8</b>	<b>Marketing und Moneten</b>	<b>115</b>
	Wie sich die Budgetstrukturen in der IT verändert haben und weiter verändern werden <i>Markus Altvater</i>	
<b>9</b>	<b>Marketing und Messen</b>	<b>131</b>
	Warum nichts wirksamer ist als der persönliche Kontakt <i>Monika Friedrich</i>	

<b>10</b>	<b>Marketing-Mix</b>	<b>149</b>
	Die hohe Kunst, drei Welten zu verbinden: Marketing, PR und Vertrieb <i>Birgit Eckmüller</i>	
<b>11</b>	<b>Marketing und (Welt-)Markt</b>	<b>165</b>
	Wie sich die Globalisierung der Märkte und der Unternehmen auf das Marketing auswirkt <i>Corinna Voges</i>	
<b>12</b>	<b>Marketing und Mittelstand</b>	<b>185</b>
	Große Projekte mit großem Geld kann jeder, aber wie ist es im Mittelstand? <i>Frank Braun</i>	
<b>13</b>	<b>Marketing und Moral</b>	<b>199</b>
	Was bedeutet Corporate Responsibility und was erwarten die Stakeholder heute von den Unternehmen? <i>Sabine Reuss</i>	
<b>14</b>	<b>Mythen, Märchen und Marketing</b>	<b>217</b>
	Einprägsame Geschichten, Bezeichnungen und Bilder aus dem Alltag <i>Thomas Becker, Frank Braun, Carola Grimminger, Meinrad Much, Thomas Siegner, Christian Stengl</i>	
	<b>Die Autoren</b>	<b>227</b>
	<b>Stichwortverzeichnis</b>	<b>233</b>