

Lars Binckebanck • Christian Beiz (Hrsg.)

# Internationaler Vertrieb

Grundlagen, Konzepte und Best Practices  
für Erfolg im globalen Geschäft

4ü Springer Gabler

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	V
Die Herausgeber.....	XV
Die Autoren.....	XVII
<b>Teil 1: Grundlagen.....</b>	<b>1</b>
Internationaler Industrievertrieb.....	3
<i>Christian Beiz, Michael Reinhold</i>	
Internationaler Vertrieb: Stand der Forschung.....	223
<i>Lars Binckebanck, Ann-Kristin Höller</i>	
<b>Teil 2: Umfeldfaktoren.....</b>	<b>241</b>
Internationales Konsumentenverhalten.....	243
<i>Ralf Terlutter, Fanny Dobrenova</i>	
Globalisierung und Beschaffung.....	263
<i>Ulli Arnold</i>	
Corporate Governance im internationalen Vertrieb'.....	281
<i>Sergey Frank, Michael Mayer</i>	
Consulting Fokus (Capgemini Consulting): Umfeldfaktoren - Strategische Konsequenzen für den internationalen Vertrieb.....	297
<i>Antje Niehaus, Katrin Emrich</i>	
<b>Teil 3: Länder &amp; Segmente.....</b>	<b>309</b>
Erfolgs-Know-how für internationale Geschäfte in Russland und den USA.....	311
<i>Sergey Frank</i>	
Erfolgsfaktor Marktbearbeitung - Das Beispiel Viessmann in China.....	329
<i>Andreas Tank</i>	
Internationale Marktsegmentierung.....	345
<i>Johan Kuntkes</i>	

Consulting Fokus (Roland Berger); Differenzierter Vertrieb vor globalem Hintergrund....	367
<i>Björn Bloching, Lars Luck</i>	
<b>Teil 4: Strategie im internationalen Vertrieb.....</b>	<b>375</b>
Strategische Optionen des internationalen Vertriebs.....	377
<i>Hanna Schramm-Kkin</i>	
Elemente und Management internationaler Vertriebsphilosophien.....	393
<i>Lars Binckebanck, Ann-Kristin Hölter</i>	
Consulting Fokus (Simon-Kucher & Partners): Wachstum und Ertragssteigerung durch Internationalisierung.....	411
<i>Harald L. Schedl, Alexander Thöle, Malgorzata Zegar</i>	
Best Practice: Maßgeschneiderte Marktbearbeitung im Globalvertrieb am Beispiel SCHOTT Solar.....	425
<i>Thomas Nieraad</i>	
<b>Teil 5: Organisation im internationalen Vertrieb.....</b>	<b>437</b>
Direkter oder indirekter Vertrieb? Vertriebsstrukturelle Entscheidungen in Auslandsmärkten.....	439
<i>Klaus Backhaus, Michael Budt, Kai Lügger</i>	
Vertriebsorganisationen: Von der Vertretung zum Kooperationspartner.....	469
<i>Otto Beiz</i>	
Management der Zusammenarbeit mit internationalen Vertriebspartnern.....	475
<i>Christian Schmitz</i>	
Best Practice: Die internationale Vertriebsorganisation der Firma Schäper Sportgerätebau GmbH.....	489
<i>Josef Hesse</i>	
<b>Teil 6: Internes Schnittstellenmanagement im internationalen Vertrieb.....</b>	<b>497</b>
Leistungsdefinition im internationalen Vertrieb - Zwischen Kundennähe und Komplexitätsfalle.....	499
<i>Thomas Friedli, Daniel Bellm</i>	

Die Rolle des internationalen Vertriebs im Preismanagement.....	515
<i>Martin Fassnacht, Jerome Alexander Königsfeld</i>	
Die Rolle des internationalen Vertriebs bei der Umsetzung der B-to-B-Markenpolitik....	531
<i>Lars Binckebanck</i>	
Consulting Fokus (Markmetrics): Vertrieb als Instrument der internationalen Markenführung.....	563
<i>Thomas Andresen</i>	
Best Practice: Internes und internationales Schnittstellenmanagement bei Bühler.....	577
<i>Andreas Lorenz</i>	
<b>Teil 7: Menschen als Erfolgsfaktor im internationalen Vertrieb.....</b>	<b>587</b>
Der Zusammenhang zwischen Arbeits- und Händlerzufriedenheit: Eine empirische Analyse bei einem internationalen Konsumgüterhersteller.....	589
<i>Heiner Evanschitzky, Max Werdermann</i>	
Verhandlungsmanagement als Erfolgsfaktor im internationalen Vertrieb.....	603
<i>Markus Voeth, Uta Herbst</i>	
CRM-Systeme als Instrument internationaler Vertriebssteuerung am Beispiel der Automobilindustrie.....	617
<i>Andreas Baier, Oliver Kiene, Bernd Kreuzer</i>	
Controlling für den internationalen Vertrieb.....	645
<i>Ralf Keslen, Michael Lühn</i>	
Consulting Fokus (Mercuri International): Internationales Verkaufsprozess- management am Beispiel Carl Zeiss IMT - Die Champions League des Vertriebs.....	665
<i>Marcus Redemann</i>	
Best Practice: Entwicklung und Internationalisierung einer effizienten Vertriebssteuerung durch Dialogmarketing am Beispiel der STILL GmbH.....	677
<i>Thomas Gey, Sänke Caro</i>	