

Diskussionsbeiträge des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaft der
Gerhard-Mercator-Universität-Gesamthochschule Duisburg

Nr. 239

Relationship-Marketing

Gerhard Bodenstein/Anke Zühlsdorf (Hrsg.)

Gerhard-Mercator-Universität -GH- Duisburg
Fachbereich Wirtschaftswissenschaft
Fachgebiet Marketing & Konsum

Duisburg
September 1997

Inhalt:

	Seite
Vorwort	3
Das Fachgebiet Marketing & Konsum stellt sich vor	4
Tagungsprogramm	6
Prof. Dr. G. Bodenstein Relationship-Marketing: Alter Wein in neuen Schläuchen?	7
Prof. Dr. H. J. Schmengler After Sales Marketing: Zur Bedeutung der Nachkaufphase für die Kundenbindung	14
Dr. A. Spiller Beschwerdemanagement als Instrument der Kundenbindung	41
Dipl.-Ök. H. Mühlenhoff Beziehungen zum Arbeitgeber: Berufswege im Marketing und Hinweise zur Karriereplanung aus Sicht eines Personalberaters	72
Literaturverzeichnis	83
Kurzporträts der Autoren	86