

Industriegütermarketing – Trends und Entwicklungen



Prof. Dr. Christain Belz
Universität St. Gallen



Prof. Dr. Christian Schmitz
Universität St. Gallen



Prof. Dr. Dirk Zupancic
German Graduate School of Management and Law (GGs), Heilbronn

Technologische Vorteile allein reichen heute im Industriegütermarketing nicht mehr aus. Marketing und Vertrieb haben sich in vielen Industrieunternehmen vom Absatzkanal zum zentralen Wettbewerbsfaktor entwickelt, der Vorteile für Kunden schaffen kann. Unternehmen müssen ihre Kunden verstehen, ihre Leistungen erklären und die Vorteile ihrer Lösung im Vergleich zur Konkurrenz überzeugend darstellen können. Leistungen müssen für Kunden häufig angepasst und teilweise sogar vollständig individualisiert werden. Das Industriegütermarketing hat sich entsprechend in der betriebswirtschaftlichen Forschung und Lehre als stark wachsende Disziplin etabliert.

Insbesondere in den letzten Jahren zeigen sich neue Perspektiven und es wurde eine Vielzahl innovativer Ansätze entwickelt. In der vorliegenden Ausgabe der Marketing Review St. Gallen diskutieren Autoren aus Wissenschaft und Praxis diese Trends im Industriegütermarketing. Auf einen thematischen Überblick durch die Experten Professor Dr. Backhaus, Professor Dr. Belz und Professor Lilien, PhD, folgen fokussierte Beiträge zu einzelnen Entwicklungen. Potenziale neuer Märkte spielen eine ebenso grosse Rolle wie Chancen des Lösungsverkaufs oder die Interaktion mit Buying-Center-Mitgliedern. Unterschiedliche Trends im Industriegütermarketing werden aufgezeigt und Lösungen vorgestellt. Darüber hi-

naus gewährt Urs Hanselmann, der Geschäftsführer Hilti Schweiz, in einem Interview Einblicke in den Umgang eines der führenden Unternehmen in der Baubranche mit den aktuellen Herausforderungen.

Wir bedanken uns herzlich bei allen Beteiligten und wünschen unseren Leserinnen und Lesern wichtige Impulse.

Christian Belz

Christian Schmitz

Dirk Zupancic