

Prof. Dr. Dr. h.c. Dr. h.c. Günter Specht

Veröffentlichungen

(Stand: Oktober 2020)

Bücher

Grundlagen der Preisführerschaft, Eine betriebswirtschaftliche Betrachtung unter besonderer Berücksichtigung des Einzelhandels, Wiesbaden 1971

Marketing-Management und Qualität des Lebens, Stuttgart 1974

Die Macht aktiver Konsumenten, Stuttgart 1979

Industrielles Beschaffungsverhalten, Frankfurt am Main/Bern/New York 1985

Distributionsmanagement, Stuttgart u.a. 1988; überarbeitete und erweiterte 2. Aufl., Stuttgart u.a. 1992, überarbeitete und erweiterte 3. Auflage, Stuttgart u.a. 1998

Marketing-Schnittstellen, Herausforderungen für das Management, herausgegeben zusammen mit G. Silberer und H.W. Engelhardt, Stuttgart 1989

Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Stuttgart 1990, 2., überarbeitete und erweiterte Aufl., Stuttgart 1997, 3., überarbeitete Aufl., Stuttgart 2001

Qualitätsmanagement in der Produktentwicklung (zusammen mit Herrmann J. Schmelzer), Stuttgart 1991

Forschungs- und Entwicklungsmanagement (zusammen mit Christoph Beckmann), Stuttgart 1996

Forschungs- und Entwicklungsmanagement, Kompetenz im Innovationsmanagement, 2., überarbeitete und erweiterte Aufl., (zusammen mit Christoph Beckmann und Jenny Amelingmeyer, Stuttgart 2002

Einführung in die Betriebswirtschaftslehre (zusammen mit Ingo Balderjahn), 4., überarbeitete und erweiterte Aufl., Stuttgart 2005, 5., überarbeitete Aufl., Stuttgart 2007, 6., überarbeitete Aufl., Stuttgart 2011, 7., überarbeitete Aufl., Stuttgart 2016, 8., überarbeitete Aufl., Stuttgart 2020

Wissensintegration in der Instandhaltung – Optimierung von Instandhaltung und Service für Industrieanlagen durch systematische Wissenserfassung und Wissensnutzung, herausgegeben zusammen mit Michael Weinrauch und Klaus-Peter Blume, Köln 2004.

Distributionsmanagement, überarbeitete und erweiterte 4. Aufl., (zusammen mit Wolfgang Fritz), Stuttgart u.a. 2005

Aufsätze:

Grundlagen der Preisführerschaft aus betriebswirtschaftlicher Sicht, Bericht über die Dissertation, in: Mannheimer Berichte, (Juli 1971) Heft 2, S. 21-24

Selbst-Image des Konsumenten und Marketing-Management, in: Instrumente der Unternehmensführung, Festschrift zum 85. Geburtstag von Otto Bredt, Hrsg.: Karl Hax und Kurt Pentzlin, München 1973, S. 109-128

Öffentliche Güter, Marketing für, in: Handwörterbuch der Absatzwirtschaft, Hrsg.: Bruno Tietz, Stuttgart 1974, Sp. 1565-1574

Thesen zu Basiswerturteilen der Marketing-Wissenschaft (zusammen mit Hans Raffée), in: Die Unternehmung in ihrer gesellschaftlichen Umwelt, Bericht von der wissenschaftlichen Tagung der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft in München vom 4. bis 7. Juni 1974, Hrsg.: Peter Mertens, Wiesbaden 1975, S. 197-210

Kampagnen für den Konsum, Marketing als konjunkturpolitisches Instrument, in: Wirtschaftswoche, 29. Jg. (1975) Heft 12, S. 56-60

Basiswerturteile der Marketing-Wissenschaft (zusammen mit Hans Raffée), in: Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 26. Jg. (1974), S.373-396, leicht gekürzt abgedruckt in: Markt und Konsument, Teilband II, Zur Kritik der Markt- und Marketing-Theorie, Hrsg.: H. Fischer-Winkelmann und R. Rock, Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Studientexte, Bd. 2, München 1976, S. 319-349

Thesen über Zusammenhänge zwischen dem Marketing-Management und der Qualität des Lebens, in: Markt und Konsument, Teilband II, Zur Kritik der Markt- und Marketing-Theorie, Hrsg.: H. Fischer-Winkelmann und R. Rock, Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Studientexte, Bd. 2, München 1976, S. 351-355

Zum Selbstverständnis der Marketing-Wissenschaft - Eine Entgegnung (zusammen mit Hans Raffée), in: Die Unternehmung, 30. Jg. (1976) Heft 1, S. 169-180

Horizontale Marktführerschaft, Wettbewerb und Wettbewerbsrecht, in: Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung, 22. Jg. (1976) Heft 2, S. 116-132

Nachfragemacht - Zur Novellierung des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen aus wirtschaftswissenschaftlicher Sicht, in: Die Betriebswirtschaft, 38. Jg. (1978), S. 203-217

Der Handel - Partner oder Kontrahent bei der Absatzplanung, in: Marketing-Praxis heute, Hrsg.: TETRA PAK, Hofheim 1978

Beachtung von Warentestergebnissen vorteilhaft, Bericht über die Ergebnisse einer empirischen Untersuchung zur Wirkung von Informationen der Stiftung Warentest (zusammen mit Friedrich Landes), in: Nachrichten der Industrie- und Handelskammer Darmstadt, 34. Jg. (März 1979), S. 93-95

Das Artikulationsverhalten von Konsumenten als Mittel der Anbieterbeeinflussung, in: Konsumentenverhalten und Information, Hrsg.: Heribert Meffert, Hartwig Steffenhagen und Hermann Freter, Wiesbaden 1979, S. 445-474

- Macht und Marketing aktiver Verbraucher, in: Werbeforum, (1980) Heft 5, S. 3-6
- Der Möbelhandel - Partner oder Kontrahent bei der Produktinnovation, in: 1. Wirus Werkstattgespräch, Eine Dokumentation, Gütersloh 1981, S. 14-24
- Impulse kommen vom Kunden, in: Möbelwirtschaft, 9. Jg. (1981) Heft 4, S. 65-68
- Adam Horn emeritiert (zusammen mit Rolf Becks), in: Magazin, Zeitschrift der Technischen Hochschule Darmstadt, (März 1980), S. 10
- Die Nutzung von Informationen der Stiftung Warentest in Facheinzelhandlungen (zusammen mit Jörg Hübner), in: Marketing und Verbraucherpolitik, Hrsg.: Ursula Hansen, Bernd Stauss und Martin Riemer, Stuttgart 1982, S. 390-399
- Marketing-Wissenschaft und Verbraucherpolitik (zusammen mit Hans Raffée), in: Marketing und Verbraucherpolitik, Hrsg.: Ursula Hansen, Bernd Stauss und Martin Riemer, Stuttgart 1982, S. 552-568
- Informationsverhalten jugendlicher Konsumenten, Bericht über eine empirische Langzeitstudie, in: Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung, 29. Jg. (1983), S. 36-66
- Wirkungen des Artikulations- und Mobilitätsverhaltens von Konsumenten im Facheinzelhandel, in: Marketing, Zeitschrift für Forschung und Praxis, 5. Jg. (1983), S. 288-298
- Technologieorientierte Wettbewerbsstrategien (zusammen mit Wilhelm W. Zörgiebel), in: Marketing, Zeitschrift für Forschung und Praxis, 7. Jg. (1985) Heft 3, S. 161-172
- Distribution in Deutschland (zusammen mit Klaus Süß), in: Elektronik, 34. Jg. (1985) Heft 13, S. 73-76
- Les études de Marketing en Allemagne Fédérale, in: ENSIA, Le Marketing Agro-Alimentaire, Hrsg.: C. Bauer, J.M. Fayet et J.J. Schoonbaert, Massy 1985, S. 64
- Technologieorientierte Wettbewerbsstrategien (zusammen mit Wilhelm W. Zörgiebel), in: Strategisches Marketing, Hrsg.: Hans Raffée und Klaus Wiedmann, Stuttgart 1985, S. 491-517
- Automatisierungsmöglichkeiten im Werkzeug- und Formenbau (zusammen mit Frank Matzen und Wilhelm W. Zörgiebel), in: Werkstatt und Betrieb, 119. Jg. (1986) Heft 3, S. 168-170
- Possibilities of Automation in Tool and Mould Manufacture (zusammen mit Frank Matzen und Wilhelm W. Zörgiebel), in: Industrial and Production Engineering, Vol.10 (1986) No. 1, S. 11-12
- Beschaffungsverhalten in der Bundesrepublik Deutschland und in Ungarn, in: Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 38. Jg. (1986) Heft 4, S. 270-288
- Information und Beschaffung, in: Chemische Industrie, 109. Jg. (1986) Heft 4, S. 222-227
- A Magyarországon és a Német Szövetségi Köztársaságban működő vegyipari vállalatok beszerzési magatartásának összehasonlítása (zusammen mit Lajos Kiss), in: Ipargazdaság, 38. Jg. (1986) Heft 3, S. 25-30

Industrial Buying Behavior in West Germany and Hungary (zusammen mit Lajos Kiss), in: Contemporary Research in Marketing, Vol. 2, Proceedings of the XVth Annual Conference of the European Marketing Academy, June 3rd - 6th, 1986, Helsinki, Finland, Editors: Kristian Möller and Mikael Paltschik, Helsinki 1986, p. 665-680

Grundprobleme eines strategischen markt- und technologieorientierten Innovationsmanagements, in: Seeheimer Seminare: Schnittstelle Marketing und Technologie, Tagung vom 1. bis 3. November 1985, Hrsg.: AIESEC TH Darmstadt, Darmstadt 1986

Schnittstelle Marketing und Technologie, in: Innovations Supplement: Fabrik der Zukunft, S. 9-10, abgedruckt in: Der Betriebsleiter, 27. Jg. (1986) Heft 11, und abgedruckt in: Der Konstrukteur, 17. Jg. (1986) Heft 11

Grundprobleme eines strategischen markt- und technologieorientierten Innovationsmanagements, in: Wirtschaftswissenschaftliches Studium, 15. Jg. (1986) Heft 12, S. 609-613

Automatisierung der Einzelfertigung am Beispiel des Formenbaus (zusammen mit Christoph Kollatz und Wilhelm W. Zörgiebel), in: Werkstatt und Betrieb, 120. Jg. (1987) Heft 3, S. 175-177

Erfolgsfaktoren technischer Führer- und Folgerpositionen (zusammen mit René Perillieux), in: Proceedings of the International Symposium on Economics and Management, Editor: Jian Jingbo and Zhai Lilin, May 17-21, 1987, Shanghai, China 1987, S. 203-215

Success Factors of Technological Leader and Follower Positions (zusammen mit René Perillieux), in: Contemporary Research in Marketing, Proceedings of the XVIth Annual Conference of the European Marketing Academy, May 31st - June 3rd, 1987, Toronto, Canada, Editors: Peter Leeflang and Marshall Rice, Toronto 1987, p. 1-21

Automating the Manufacture of One-Offs with Mould Making as an Example (zusammen mit Christoph Kollatz und Wilhelm W. Zörgiebel), in: Industrial & Production Engineering, Vol. 11 (1987) Heft 3, S. 16-26

Schnittstelle Marketing und Technologie, in: Markt - Kommunikation, Jahrbuch der Industriewerbung 1987, Hrsg.: Verlag für Wirtschaft und Technik, Wiesbaden 1987, S. 88-89

Erfolgsfaktoren technischer Führer- und Folgerpositionen auf Investitionsgütermärkten (zusammen mit René Perillieux), in: Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 40. Jg. (1988) Heft 3, S. 204-226

Integrierte Technologie- und Marktplanung mit Innovationsportfolios (zusammen mit Kay Michel), in: Zeitschrift für Betriebswirtschaft, 58. Jg. (1988) Heft 4, S. 502-520

Integrated Technology and Market Planning Using Innovation Portfolios, in: Innovative Marketing - A European Perspective, Proceedings of the XVIIth Annual Conference of the European Marketing Academy, April 5th - 8th, 1988, Bradford, England, Editors: Keith Blois and Stephen Parkinson, Bradford 1988, p. 580-600

L'Integrazione tra Pianificazione Tecnologica e di Mercato (zusammen mit Kay Michel), in: L'Impresa, Rivista Italiana di Management, (1989) Heft 1, S. 53-63

Perspektiven der Umkehrosmose-Technik (zusammen mit Thomas Wenzel), in: Chemieanlagen und Verfahren, 22. Jg. (Mai 1989), S. 3

Qualitätsmanagement im Innovationsprozeß - unter besonderer Berücksichtigung der Schnittstellen zwischen FuE und Vertrieb, in: Marketing-Schnittstellen, Hrsg.: G. Specht, G. Silberer und H.W. Engelhardt, Stuttgart 1989, S. 141-163

A Marketing és technológia közös pontjai, in: Ipar Gazdasag, XLI. évfolyam 2. szám, Februar 1989, S. 25-26

Dynamische Distributionsstrategien in High-Tech-Märkten, in: Absatzwirtschaft, 34. Jg. (1991) Heft 2, S. 78-85

Organisation des Strategischen Technologie-Managements (zusammen mit Arnold Ewald), in: Die Unternehmung, 45. Jg. (1991) Heft 3, S. 167-183

Qualitätsmanagement in Produktplanung und Produktentwicklung (unter Mitarbeit von Hermann J. Schmelzer), in: Marketing Kihívasok és a Vallalati Alkalmazkodás a '90-es Években, Tagungsband der 1. Marketing-Konferenz an der Universität Veszprém, 10.-12. Juni 1991, Hrsg.: Zoltan Gaál, Veszprém 1991, S. 4-27

Organisatorische Implementierung des Strategischen Technologie-Managements - Stufenkonzept zur Implementierung einer integrierten Technologie- und Marktplanung (zusammen mit Arnold Ewald), in: Die Betriebswirtschaft, 51. Jg. (1991) Heft 6, S. 733-747

Minőség-menedzsment a terméktervezésben és fejlesztésben, in: Ipar-Gazdasag, 43. Jg. (1991) Heft 8-9, S. 21-32

Qualitätsmethoden im Vergleich - Verbreitung und Bewährung in der Entwicklung (zusammen mit Hermann J. Schmelzer und Bernd Gerhard), in: F+E-Trendbuch 1992, Hrsg.: Hermann Selzle, Landsberg/Lech 1992, S. 40-44

Qualität schon in der Entwicklung sichern - Praktische Erfahrungen mit Qualitätsmethoden (zusammen mit Hermann J. Schmelzer und Bernd Gerhard), in: Konstruktion & Elektronik, 15. Jg. (1992) Heft 8, S. 3

Instrumente des Qualitätsmanagements in der Produktentwicklung (zusammen mit Hermann J. Schmelzer), in: Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 44. Jg. (1992) Heft 6, S. 531-547

Lebenszykluskonzept, in: Lexikon der Betriebswirtschaftslehre, Hrsg.: Hans Corsten, München/Wien 1992, S. 525-529, 2. Aufl. 1993, S. 525-529, 3. Aufl. 1995, S. 570-574

Forschung und Entwicklung (F&E), F&E-Budget, F&E-Controlling, F&E-Förderung, F&E-Organisation, F&E-Planung, F&E-Risiko, F&E-Strategien, in: Vahlens Großes Marketing-Lexikon, Hrsg.: Hermann Diller, München 1992, S. 330-331, S. 347-352

Lizenz, Lizenzpolitik, Lizenzrecht, in: Vahlens Großes Marketing-Lexikon, Hrsg.: Hermann Diller, München 1992, S. 621-624

Patent, Patentinformationen, Patentpolitik, Patentrecht, in: Vahlens Großes Marketing-Lexikon, Hrsg.: Hermann Diller, München 1992, S. 854-858

Technologiemanagement, Technologie-Portfolio, Technologiestrategien, in: Vahlens Großes Marketing-Lexikon, Hrsg.: Hermann Diller, München 1992, S. 1132-1136

Technologiemanagement - Grundgedanken zum Gegenstand und zugleich Sammelrezension, in: Die Betriebswirtschaft, 52. Jg. (1992) Heft 4, S. 547-566

Technologiemanagement, in: Handwörterbuch der Betriebswirtschaft, 5. Aufl., Hrsg.: Werner Kern, Richard Köhler und Hans-Ulrich Küpper, Teilband 3, Stuttgart 1993, Sp. 4154-4168

"Make or buy" bei industriellen Engineering-Leistungen (zusammen mit Michael Rudnig und Gundolf Baier), in: VDI-Z, 135. Jg. (1993) Heft 10, S. 34-37

Portfolioansätze als Instrument zur Unterstützung strategischer Programmentscheidungen, in: Handbuch Produktionsmanagement, Hrsg.: Hans Corsten, Wiesbaden 1994, S. 93-114

Institutionalisierung eines Technologiemanagements, in: Handbuch Technologiemanagement, Hrsg.: Erich Zahn, Stuttgart 1994, S. 491-519

Messen und Medien - Zum Informationsverhalten kunststoffverarbeitender Unternehmen (zusammen mit Joachim Tarara), in: Kunststoffe, 84. Jg. (1994) Heft 12, S. 1655-1658

Trade Fairs and Media - How do Plastics Processing Companies Gather Informations? (zusammen mit Joachim Tarara), in: Kunststoffe plast europe, 84. Jg. (1994) Heft 12, S. 5-8

Kundenorientiertes Qualitätsmanagement, in: Tagungsband Karlsruher Arbeitsgespräche 1995 Qualitätsmanagement, 30. - 31. März 1995, Hrsg.: Bey, Ingward, Projektträger Fertigungstechnik und Qualitätssicherung, Forschungszentrum Karlsruhe, Karlsruhe 1995, 277-279

Schnittstellenmanagement, in: Handwörterbuch des Marketing, 2. Aufl., Hrsg.: Bruno Tietz, Richard Köhler, Joachim Zentes, Stuttgart 1995, Sp. 2265-2275

System-Marketing, in: Handwörterbuch des Marketing, 2. Aufl., Hrsg.: Bruno Tietz, Richard Köhler, Joachim Zentes, Stuttgart 1995, Sp. 2425-2436

Conflict in Technical Product Innovation Projects and its Impact on Innovation Success (zusammen mit Norbert Bach und Bernd Gerhard), in: Proceedings of the 24th European Marketing Academy Conference „Marketing Today and for the 21st Century“, Cergy-Pontoise, May 16-19, 1995, Hrsg.: Michelle Bergadaà, Vol. II, Cergy-Pontoise 1995, S. 1111-1130.

Zusammenarbeit und Konflikte in Innovationsprojekten als Determinanten des Erfolgs technischer Produktinnovationen (zusammen mit Bernd Gerhard), in: Publications of the University of Miskolc, Series F, Economic Science, Vol. 2, Editor: I. Piskóti and Szakály, Miskolc 1995, S. 23-50

Technologie-Lebenszyklen, in: Handwörterbuch der Produktionswirtschaft, 2. Aufl., Hrsg.: Werner Kern, Hans-Horst Schröder, Jürgen Weber, Stuttgart 1996, Sp. 1983 - 1994

Bestimmt der Kunde das Produkt?, in: Marketing, Hrsg.: 4. Universitätslehrgang „Verkaufs- und Marketingleiter, Schloß Hofen, Zentrum für Wissenschaft und Weiterbildung, Lochau/Vorarlberg, Beilage der Vorarlberger Nachrichten und der Neuen Tageszeitung, Mai 1996, S. 7 - 9

Integrierte Produkt- und Prozeßentwicklung, in: Markt, Technik, Umwelt, Hrsg.: Wolfgang Fritz, Stuttgart 1996, S. 47 - 74

Umweltmanagement der Unternehmen, in: Ökologie I, Hrsg.: Zentrum für Interdisziplinäre Technikforschung, Vorlesungsskriptum, Technische Hochschule Darmstadt, Darmstadt 1996, S. 50 - 74

Der Produkt-Lebensphasenansatz und umweltorientierte Produkt- und Prozeßplanung, in: thema Forschung, 1. Jg. (1996), Heft 2, S. 120 - 127.

Auswirkungen der Zertifizierung – Empirische Studie zu DIN (EN) ISO 9001-9003 und ihre Bestimmungsgrößen, (zusammen mit Martin Schenk) in: Werkstatt und Betrieb, 129. Jg. (1996), H. 11, S. 932 - 934.

Managementkonzepte für die Restrukturierung von Produkt- und Prozeßinnovationen, in: Unternehmenserfolg durch Restrukturierung von Entwicklungs- und Konstruktionsprozessen, Hrsg.: Verein Deutscher Ingenieure, VDI-Gesellschaft Entwicklung Konstruktion Vertrieb, VDI Berichte 1338, Düsseldorf 1997, S. 19 - 42.

Markt- und technologieorientierte Vorentwicklung im Produkt- und Systemgeschäft, in: Markt-leistung und Wettbewerb – Strategische und operative Perspektiven der marktorientierten Leistungsgestaltung, Werner H. Engelhardt zum 65. Geburtstag, Hrsg.: Backhaus, Klaus u.a., Wiesbaden 1997, S. 401 - 421.

The Influence of External Participation on the Success of Innovation Processes in Business-to-Business Markets (zusammen mit Jenny Amelingmeyer und Bernd Gerhard), in: 13th IMP Conference: Interaction, Relationships and Networks in Business Markets, Hrsg.: Mazet, Florence / Salle, Robert / Valla, Jean-Paul, Work in Progress Papers, Volume 1, Lyon 1997, S. 5 - 19.

Managing Conflicts Between the Functional Units in Innovation Projects (zusammen mit Bernd Gerhard und Jenny Amelingmeyer), in: 5th International Product Development Management Conference, Como, Italy, May 25-26, 1998, Hrsg.: Politecnico di Milano, Dipartimento di Economia e Produzione, S. 435-449.

Die Beteiligung unternehmensinterner Funktionsbereiche am Innovationsprozeß als Determinante des Erfolgs technischer Produktinnovationen (zusammen mit Bernd Gerhard), in: Innovationsmanagement, Hrsg.: Claus Tintelnot /Dirk Meißner/Ina Steinmeier, Berlin, Heidelberg, New York 1999, S. 219-234.

Analysis and Structuring of Collaborations: the Knowledge Management Perspective, (zusammen mit Jenny Amelingmeyer), in: IMP Group 15th Annual Conference 1999, Interactions, Relationships and Networks: Towards the New Millenium, Editors: Damien McLoughlin and Conor Horan, <http://www.ucd.ie/gsb/marketing/imp99.html>, Dublin 1999, (18 Seiten)

Priority Ruling of TQC and TPM (zusammen mit Robert Hiroshi Mathis und Takao Enkawa), in: Second International Congress, Mechanical Engineering Technologies'99, Sofia, Bulgaria, September 16-18, 1999, Proceedings, S. 1-2.

Wissensorientierte Kooperationskompetenz (zusammen mit Jenny Amelingmeyer), in: Die Ressourcen- und Kompetenzperspektive des Strategischen Managements, Bd. 1 der Schriftenreihe Ressourcen- und Kompetenzmanagement, Wiesbaden 2000, S. 313 – 335.

Schnittstellenmanagement: Marketing und Forschung und Entwicklung, in: Kundenorientierte Produktgestaltung, Hrsg.: Andreas Herrmann / Günter Hertel / Wilfried Virt / Frank Huber, München 2000, S. 265 – 285.

Integration von Market Pull und Technology Push im Innovationsmanagement, in: Vortragsammlung zum Symposium Technologiemanagement und Marketing: Der Weg zum integrierten Innovationsmanagement, Hrsg.: Jenny Amelingmeyer und Peter E. Harland, Technische Universität Darmstadt, Institut für Betriebswirtschaftslehre, Fachgebiet Technologiemanagement & Marketing, Darmstadt 2000, S. 5 – 23.

Integrierte F&E-Programmplanung (zusammen mit Peter E. Harland), in: Aktuelle Tendenzen im Innovationsmanagement, Hrsg.: Gerold Häflinger und Jörg Meier, Heidelberg 2000, S. 71 – 91.

Forschung und Entwicklung (FuE), FuE-Budget, FuE-Controlling, FuE-Förderung, FuE-Organisation, FuE-Planung, FuE-Strategien, in: Vahlens Großes Marketing Lexikon, 2. Aufl., Hrsg.: Hermann Diller, München 2001, S. 500-502 und 503-506.

Gebrauchsmuster, in: Vahlens Großes Marketing Lexikon, 2. Aufl., Hrsg.: Hermann Diller, München 2001, S. 518.

Lizenz, Lizenzpolitik, Lizenzrecht, in: Vahlens Großes Marketing Lexikon, 2. Aufl., Hrsg.: Hermann Diller, München München 2001, S. 917-919.

Patent, Patentinformation, Patentpolitik, Patentrecht, in: Vahlens Großes Marketing Lexikon, 2. Aufl., Hrsg.: Hermann Diller, München 2001, S. 1253-1257.

Produkt- und Prozessentwicklung, integrierte (PPE), in: Vahlens Großes Marketing Lexikon, 2. Aufl., Hrsg.: Hermann Diller, München 2001, S. 1420-1421.

Vorentwicklung, in: Vahlens Großes Marketing Lexikon, 2. Aufl., Hrsg.: Hermann Diller, München 2001, S. 1820.

Technologiemanagement, Technologieportfolio, Technologie-Strategien, in: Vahlens Großes Marketing Lexikon, 2. Aufl., Hrsg.: Hermann Diller, München 2001, S. 1652-1657.

Integration von Demand-Pull und Technology-Push im Innovationsmanagement, in: Marketing-Management und Unternehmensführung, Hrsg.: Heymo Böhrer, Stuttgart 2002, S. 481-502.

Innovationsstrategie (zusammen mit Jenny Amelingmeyer und Peter E. Harland, in: Gabler Lexikon Technologie Management, Hrsg.: Dieter Specht und Martin G. Möhrle, Wiesbaden 2002, S. 109 – 111.

Gestaltungsdimensionen und Intensität der Integration industrieller Vertriebssysteme bei internationalen Unternehmensakquisitionen, in: Industrielles Beteiligungscontrolling, Hrsg.: Hans-Jürgen Wurl, Stuttgart 2003, S. 337-363.

Markt- und Kompetenzorientierung in der Produkt- und Prozessentwicklung, in: Totális Marketing, Avagy A Marketing Kitejese, MagyarMarketing Műhelyek, IX. Konferenciája, Keszthely, 2003, június 4-6, Szerkesztette: Jozsa László, Piskóti István, Ladányi Éva, Miskolc 2003, S. 97-114.

Management al Distributiei, in: Marketing Dictionar Explicativ, Coordinatori: Constantin Florescu/Petre Málcomete/Nicolae Al. Pop, Bucuresti 2003, P. 359-362.

Management Al Interfetelor, in: Marketing Dictionar Explicativ, Coordinatori: Constantin Florescu/Petre Málcomete/Nicolae Al. Pop, Bucuresti 2003, P. 364-367.

Die Fallstudie im Erkenntnisprozess: Die Fallstudienmethode in den Wirtschaftswissenschaften, (zusammen mit Amaro dos Santos und Stephan Bingemer) in: Fundierung des Marketing – Verhaltenswissenschaftliche Erkenntnisse als Grundlage einer angewandten Marketingforschung, Hrsg.: Klaus-Peter Wiedmann, Wiesbaden 2004, S. 539-563.

Brand Management and Competence-based-view, (zusammen mit Karsten Willrodt), in: Proceedings of the 33rd EMAC Conference, "Worldwide Marketing?", Editor: José L. Munera-Alemán. Marketing Department, University of Murcia, Spain, May, 18th-21st 2004, (CD-ROM).

Strategische Kompetenzen in der Produkt- und Prozessentwicklung von Technologieunternehmen, in: Entwicklungslinien des Kompetenzmanagements, Hrsg.: Stephan A. Friedrich von den Eichen / Hans H. Hinterhuber / Kurt Matzler / Heinz K. Stahl, Wiesbaden 2004, S. 445 – 477.

Technologie- und marktorientierte Entwicklung von Bionik-Produkten, in: Bionik – Aktuelle Forschungsergebnisse in Natur-, Ingenieur- und Geisteswissenschaft, Hrsg.: Tropea/Rossmann, Berlin, Heidelberg 2004, S. 237-257.

Ethische Verantwortung im Innovationsprozess, in: Management mit Vision und Verantwortung, Eine Herausforderung an Wissenschaft und Praxis, Hrsg.: Wiedmann, Klaus-Peter / Fritz, Wolfgang / Abel, Bodo, Wiesbaden 2004, S. 521-546.

Distributionsmanagement bei Industriegütern, in: Handbuch Industriegütermarketing, Hrsg.: Klaus Backhaus und Markus Voeth, Wiesbaden 2004, 825-862.

Upstream and direct influences on new product performance in European high-tech industrial firms (together with Arch G. Woodside, Hans Mühlbacher, Clas Wahlbin), in: Advances in Business Marketing & Purchasing, Volume 13, Managing Product Innovation, Boston 2005, p. 725-780.

Patentstrategien von Unternehmen (zusammen mit Jenny Amelingmeyer und Christoph Beckmann) in: Das Biopatentrecht in der EU, Am Beispiel von Patenten auf Leben, Hrsg.: Wöhlermann, Katharina, Bonn 2005, S. 79-105.

Markteintritt in Brasilien – Kulturelle Unterschiede und Mitarbeiterauswahl (zusammen mit Christian Habedank und Andreas Greulach), in: Science Factory, Online-Zeitschrift der Absatzwirtschaft, Veröffentlichung im Juli 2005 (8 Seiten); einseitige Kurzfassung in: Absatzwirtschaft 2005

WIS – Knowledge Integration for Maintenance Services in big Industrial Plants (together with Michael Weinreich, Rainer Griedl, Rufus Buschart, in: Scientific Proceedings of the Scientific-technical Union of Mechanical Engineering, Volume 2, June 2006, xvi-xviii

Vertrieb in Gründungsunternehmen, in: Entrepreneurial Marketing, Hrsg.: Jörg Freiling und Tobias Kollmann, Wiesbaden 2008, S. 503-525.

Vergleichende Lebenszykluskostenanalyse für Fußgängerbrücken aus unterschiedlichen Werkstoffen, (zusammen mit Stephanie Heitel, Holger Koriath, Christoph S. Herzog) in: Bau-technik – Zeitschrift für den gesamten Ingenieurbau, 85. Jg. (2008, Heft 10), S. 687-695.

Effekte der Integration kommunaler Ressourcen, Prozesse und Leistungsprogramme, (zusammen mit Reinhold Ruhr und Harald Buschmann), in: Kommunalwirtschaft, Sonderausgabe: Sparkassen im kommunalen Raum, Wuppertal 2009, S. 41-48.

Kompetenz- und Prozessorientierung im Ideenmanagement, in: Immer eine Idee voraus, Wie innovative Unternehmen Kreativität systematisch nutzen, Festschrift für Horst Geschka, Hrsg: Peter E. Harland und Martina-Schwarz-Geschka, Lichtenberg 2010, S. 451-478.

Wissensintegration zur Optimierung von Logistik-Wertschöpfungsketten, zusammen mit Markus Hunkel), in: Dimensionen der Logistik, Festschrift für Hans-Christian Pfohl, Hrsg.: Robert Schönberger und Ralf Elbert, Wiesbaden 2010, S. 601-624.

Broschüren, Forschungsberichte, Tagungsbände:

Die ersten Schritte zu einer erfolgreichen F&E-Kooperation (zusammen mit Peter E. Harland und Ulrich Lange), Herausgeber: Schmalenbach-Gesellschaft für Betriebswirtschaft e.V., Arbeitskreis F&E-Management, Darmstadt 1999

Chancen und Probleme der Anwendung von Qualitätsmanagement in Verkehrsplanungsprozessen (zusammen mit Volker Blees und Manfredt Boltze), Technische Universität Darmstadt, Fachgebiet Verkehrsplanung und Verkehrstechnik, Darmstadt 2002

Grundlagen für die Beeinflussung des individuellen Verkehrsmittelwahlverhaltens durch Direktmarketing (zusammen mit Manfredt Boltze, Daniel Friedrich und Andreas Figur), Technische Universität Darmstadt, Fachgebiet Verkehrsplanung und Verkehrstechnik, Darmstadt 2003

Vortragsband zum Symposium Strategisches Kompetenzmanagement, (hrsg. zusammen mit Jenny Amelingmeyer), Technische Universität Darmstadt, Institut für Betriebswirtschaftslehre, Fachgebiet Technologiemanagement & Marketing, Darmstadt 2002.

Arbeitspapiere

1. Grundmuster erfolgreichen Unternehmensverhaltens, untersucht am Beispiel der Förder-technikindustrie (zusammen mit Siegfried Seibert), Arbeitspapier Nr. 2, Technische Hochschule Darmstadt, Institut für Betriebswirtschaftslehre, Fachgebiet Marketing, Darmstadt 1987.
2. Integrierte Technologie- und Marktplanung mit Innovationsportfolios (zusammen mit Kay Michel), Arbeitspapier Nr. 3, Technische Hochschule Darmstadt, Institut für Betriebswirtschaftslehre, Fachgebiet Marketing, Darmstadt 1987.
3. Integrated Technology and Market Planning using Innovation Portfolios, Working Paper No. 3 (english version), Technische Hochschule Darmstadt, Institut für Betriebswirtschaftslehre, Fachgebiet Marketing, Darmstadt 1987.
4. Qualitätsmanagement in Produktplanung und Produktentwicklung - Eine empirische Studie im Funktionsbereich Entwicklung (zusammen mit Hermann J. Schmelzer u.a.), Arbeitspapier Nr. 5, Technische Hochschule Darmstadt, Institut für Betriebswirtschaftslehre, Fachgebiet Marketing, Darmstadt 1990.
5. Einflußfaktoren auf den Erfolg von Produktinnovationen in der VR China (zusammen mit Zhang Qing Hong und Christoph Beckmann), Arbeitspapier Nr. 6, Technische Hochschule Darmstadt, Institut für Betriebswirtschaftslehre, Fachgebiet Marketing, Darmstadt 1991.
6. Auswirkungen der Zertifizierung nach DIN (EN) ISO 9001 - 9003 - Ein Bericht über eine empirische Untersuchung, (zusammen mit Martin Schenck), Arbeitspapier Nr. 7, Technische Hochschule Darmstadt, Institut für Betriebswirtschaftslehre, Fachgebiet Technologiemanagement & Marketing, Darmstadt 1995.
7. Telekooperationstechnologien im Bereich Forschung und Entwicklung der Automobil- und Zulieferindustrie (zusammen mit Stefan Abraham), Arbeitspapier Nr. 9, Technische Universität Darmstadt, Institut für Betriebswirtschaftslehre, Fachgebiet Technologiemanagement & Marketing, Darmstadt 1997.
8. Der Einfluß externer Beteiligungen auf den Erfolg von Innovationsprozessen in der Investitionsgüterindustrie (zusammen mit Jenny Amelingmeyer und Bernd Gerhard), Arbeitspapier Nr. 10, Technische Universität Darmstadt, Institut für Betriebswirtschaftslehre, Fachgebiet Technologiemanagement & Marketing, Darmstadt 1997.
9. Das Management von Konflikten zwischen Funktionsbereichen in Innovationsprojekten (zusammen mit Bernd Gerhard und Jenny Amelingmeyer), Arbeitspapier Nr. 11, Technische Universität Darmstadt, Institut für Betriebswirtschaftslehre, Fachgebiet Technologiemanagement & Marketing, Darmstadt 1998.
10. Grundprobleme der F&E-Projektprogrammplanung (zusammen mit Christoph Beckmann und Peter E. Kloke), Arbeitspapier Nr. 12, Technische Universität Darmstadt, Institut für Betriebswirtschaftslehre, Fachgebiet Technologiemanagement & Marketing, Darmstadt 1998.

11. How to Prioritize TQC and TPM in an Integrated Application in the Manufacturing Industry (zusammen mit Robert Hiroshi Mathis und Takao Enkawa), Arbeitspapier Nr. 13, Technische Universität Darmstadt, Institut für Betriebswirtschaftslehre, Fachgebiet Technologiemanagement & Marketing, Darmstadt 1999.
12. Internal Corporate Venturing, An Exploratory Study on How Large German Corporations Foster Radical Innovations (zusammen mit Holger Klein), Arbeitspapier Nr. 15, Technische Universität Darmstadt, Institut für Betriebswirtschaftslehre, Fachgebiet Technologiemanagement & Marketing, Darmstadt 2002.
13. Die Fallstudie im Erkenntnisprozess, Über die Anwendung der Fallstudienmethode im Bereich der Wirtschaftswissenschaften, (zusammen mit Amaro dos Santos und Stephan Bingemer), Arbeitspapier Nr. 16, Technische Universität Darmstadt, Institut für Betriebswirtschaftslehre, Fachgebiet Technologiemanagement & Marketing, Darmstadt 2003.

Tagungsberichte

Die Wissenschaftliche Tagung des Verbandes der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft 1976, in: Zeitschrift für Betriebswirtschaft, 46. Jg. (1976), S. 599-602

Beiträge der wissenschaftlichen Kommission Marketing zur Wissenschaftlichen Tagung des Verbandes der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft e.V. vom 5. bis 9. Juni 1979 in Innsbruck, in: Marketing, Zeitschrift für Forschung und Praxis, 1. Jg. (1979) Heft 2, S. 145-147

Benutzerorientierte quantitative Marketing-Methoden, Tagung der Wissenschaftlichen Kommission Marketing im Verband der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft e.V. vom 26. bis 27. Januar 1980 in Schloß Gracht, in: Marketing, Zeitschrift für Forschung und Praxis, 2. Jg. (1980) Heft 2, S. 140-142

Kommission Marketing, Bericht über die Tagung der Wissenschaftlichen Kommission Marketing im Verband der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft e.V. vom 24. bis 25. Januar 1981 in Schloß Gracht, in: Die Betriebswirtschaft, 41. Jg. (1981), S. 327-328

Kommission Marketing, Bericht über die Beiträge der Wissenschaftlichen Kommission Marketing zur Wissenschaftlichen Tagung des Verbands der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft e.V. vom 9. bis 13. Juni 1981 in Regensburg, in: Die Betriebswirtschaft, 41. Jg. (1981), S. 679-680

Buchbesprechungen

Weber, Hans Hermann, Grundlagen einer quantitativen Theorie des Handels, in: Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 21. Jg. (1969), S. 292-294

Aulinger, Roland, die Produktinnovation im Bereich der Konsumgüter, in: Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 24. Jg. (1972), S. 72-73

Müller, Gernot, Das Image des Markenartikels, in: Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 26. Jg. (1974), S. 566-567

Treis, Bartho, Marketing in Frage und Antwort, Ergänzungsband zu Nieschlag, Robert/Dichtl, Erwin/Hörschgens, Hans, Marketing, in: Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 26. Jg. (1974), S. 703-704

Tietz, Bruno, Konsument und Einzelhandel, Strukturwandlungen in der Bundesrepublik Deutschland von 1960-1985, 2 Bde., 2. Neubearb. u. erw. Aufl., in: Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 27. Jg. (1975), S. 408-410