



MARKETING

---

LEHRSTUHL FÜR BWL  
INSBESONDERE MARKETING  
UNIV.-PROF. DR. BERND GÜNTER

Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing  
Univ.-Prof. Dr. Bernd Günter, Universitätsstr. 1, D-40225 Düsseldorf

Gebäude 24.31, Ebene 02, Raum 17  
Telefon (0211) 81-152 16  
Telefax (0211) 81-152 26  
E-Mail: marketing@uni-duesseldorf.de

## Veröffentlichungen 1997 – 2014 (Stand: Januar 2014)

Backhaus, Klaus/Günter, Bernd/Kleinaltenkamp, Michael/Plinke, Wulff /Raffeé, Hans (Hrsg.):

**Marktleistung und Wettbewerb, Festschrift für Werner H. Engelhardt zum 65. Geburtstag,**  
Wiesbaden 1997.

Günter, Bernd:

**Wettbewerbsvorteile, mehrstufige Kundenanalyse und Kunden-Feedback im Business-to-Business-Marketing,**

in: Backhaus, Klaus/Günter, Bernd/Kleinaltenkamp, Michael/Plinke, Wulff/Raffeé, Hans (Hrsg.): Marktleistung und Wettbewerb, Festschrift für Werner H. Engelhardt zum 65. Geburtstag, Wiesbaden 1997, S. 213-231.

Günter, Bernd:

**Beschaffungs-Marketing – Ist der Weg zu Wertschöpfungsbeiträgen eine Gefahr für das Absatz-Marketing? (Editorial),**

in: Marktforschung & Management, Heft 2, 41. Jg., Stuttgart 1997, S. 50-51.

Günter, Bernd:

**Leitbild oder Light-Bild? Erfüllt ein "Leitbild für Düsseldorf" seinen Zweck?,**

in: Unsere Wirtschaft, Zeitschrift der Industrie- und Handelskammer zu Düsseldorf, Nr. 3, 68. Jg., 1997, Seite 32-35.

Günter, Bernd:

**Besucherorientierung und –bindung – Der Weg dorthin ist noch weit,**  
in: inform, Museen im Rheinland, Heft 2, 1997, S. 8-9.

Günter, Bernd:

**Museum und Publikum: Wieviel und welche Form der Besucherorientierung benötigen Museen heute?,**  
in: Landschaftsverband Rheinland, Rheinisches Archiv- und Museumsamt (Hrsg.): Das besucherorientierte Museum, Köln 1997, S. 11-18.

Helm, Sabrina:

**Neue Institutionenökonomik – Einführung und Glossar,**  
Düsseldorfer Schriften zum Marketing, Nr. 2, hrsg. von Bernd Günter, 2. Aufl., Düsseldorf 1997.

Helm, Sabrina/Kuhl, Matthias:

**Quality Uncertainty and Customer Integration – The Vendor´s Perspective,**  
in: Mazet, Florence/Salle, Robert/Valla, Jean-Paul (Hrsg.): Interaction, Relationships and Networks in Business Markets, Proceedings of the 13<sup>th</sup> IMP Conference, Lyon 1997, S. 239-261.

Helm, Sabrina/Klar, Susanne:

**Besuchersforschung und Museumspraxis,**  
Schriften des Rheinischen Freilichtmuseums Kommern, Nr. 57, München 1997.

Helm, Sabrina:

**Relational Uncertainty in Marketing – The Prospect of Integration,**  
Lefebvre, Eric/Cooper, Robert (Hrsg.): Uncertainty, Knowledge and Skill, Conference Proceedings, Volume I, Hasselt 1997. (o.S.).

Platzek, Thomas:

**Mystery Shopping,**  
in: Wirtschaftswissenschaftliches Studium, 26. Jg., Heft 7, 1997, S. 364-366.

Schlei, Jochen:

**Zertifizierungsbereich Kundendienst,**  
in: Leist, Ralph (Hrsg.): Praxishandbuch Qualitätsmanagement. Methoden und Werkzeuge zur Messung und Sicherung der Qualität (nach DIN EN ISO 9000 ff.), Augsburg 1997, S. 10/3.1 - 10/3.6.

Günter, Bernd/Hausmann, Andrea/Schlei, Jochen:

**Das Rheinische Landesmuseum Bonn und seine Besucher auf dem Weg ins neue Jahrtausend,**  
Ergebnisbericht zur Besucherbefragung 1997. (Unveröffentlichte Studie, Düsseldorf 1998).

Günter, Bernd:

**Kundenorientierte Marketing-Strategien im Energiesektor,**

in: Energiewirtschaftliche Tagesfragen, 48. Jg., Heft 3, März (1998), S. 132-134.

Günter, Bernd:

**Qualitativ ausgerichtete Small-sample-Marktforschung – Kundenkonferenzen als Beispiel für Customer Focus Groups im After-sales-Marketing,**

in: Hildebrandt, Lutz/Erichson, Bernd (Hrsg.): Probleme und Trends in der Marketing-Forschung: Festschrift für Peter Hammann zum 60. Geburtstag, Stuttgart 1998, S. 193-207.

Günter, Bernd zusammen mit der Strategiekommission des Deutschen Schachbundes):

**Marketing-Konzeption für Schach,**

Berlin 1998.

Günter, Bernd:

**Soll das Theater sich zu Markte tragen?,**

in: Die Deutsche Bühne, 69. Jg., Nr. 5, Mai 1998, S. 14-20.

Günter, Bernd:

**Beschwerdemanagement,**

in: Simon, Hermann/Homburg, Christian (Hrsg.): Kundenzufriedenheit, 3. Aufl., Wiesbaden 1998, S. 283-299.

Günter, Bernd:

**Wozu braucht ein Museum Besucher?,**

in: Treff, Hans-Albert (Hrsg.): Museen unter Rentabilitätsdruck. Engpässe - Sackgassen - Auswege, München 1998, S. 67-75.

Günter, Bernd:

**Landmarken der Evolution – (k)ein anderes Freilichtmuseum,**

in: Inform, Museen im Rheinland, 2/1998, S. 35-37.

Günter, Bernd:

**Projektkooperationen,**

in: Kleinaltenkamp, Michael; Plinke, Wulff (Hrsg.): Auftrags- und Projektmanagement, Berlin u.a. 1998, S. 267-318.

Günter, Bernd:

**Die Internet-Präsentation eines Theaters – Ein Anforderungskatalog für Inhalte und Form des Auftritts auf der Datenautobahn,**

unveröffentlichtes Arbeitspapier, Düsseldorf 1998.

Günter, Bernd:

**Besucherorientierung: eine Herausforderung für Museen und Ausstellungen,**  
in: Scher, Anna Marita (Hrsg.): (Umwelt)-Ausstellungen und ihre Wirkung,  
Schriftenreihe des Staatlichen Museums für Naturkunde- u. Vorgeschichte, Heft 7,  
Oldenburg 1998, S. 51-55.

Platzek, Thomas:

**Selektion von Informationen über Kundenzufriedenheit**  
Wiesbaden 1998.

Günter, Bernd/Helm, Sabrina/Schlei, Jochen:

**Schlanke Instrumente für mehr Kundenorientierung und Kundenzufriedenheit,**  
Ergebnisse einer empirischen Untersuchung in den Kammerbezirken Düsseldorf und  
Mittlerer Niederrhein, hrsg. von der IHK Mittlerer Niederrhein, IHK-Schriftenreihe,  
Ausgabe Nr. 47/1998, Krefeld 1998.

Günter, Bernd/Helm, Sabrina/Schlei, Jochen:

**Schlanke Instrumente für mehr Kundenorientierung und Kundenzufriedenheit,**  
Ein praxisorientierter Leitfaden, hrsg. von der IHK Mittlerer Niederrhein und  
Düsseldorf, Düsseldorf 1998.

Helm, Sabrina:

**Customer´s Word-of-Mouth – Another Perspective of Service Quality  
Communication,**

in: Stauss, Bernd (Hrsg.): Proceedings of the Workshop on Quality Management in  
Services VIII, Ingolstadt 1998, S. 175-194.

Helm Sabrina/Schlei, Jochen:

**Referral Potential – Potential Referrals,**

in: Proceedings, Track 1, Market Relationships, 27th EMAC Conference, Stockholm,  
1998, S. 41-56.

Helm, Sabrina:

**Referrals in Industrial Markets – Some Backgrounds and Empirical Results,**

in: Halinen-Kaila, Aino/Nummela Niina (Hrsg.): Interaction, Relationships and  
Networks: Visions for the Future, Proceedings of the 14th IMP Conference, Turku  
1998, S. 509-528.

Günter, Bernd:

**Schlanke Instrumente für mehr Besucherorientierung – Eine Herausforderung  
für Theater,**

in: Nix, Christoph/Engert, Klaus/Donau, Udo (Hrsg.): Das Theater & der Markt,  
Edition Theater und Kritik 2, Gießen 1999, S. 110-155.

Günter, Bernd/Platzek, Thomas:

**Stenose von Feedbackkanälen und ihre Bedeutung für kundenorientiertes Verhalten – Ein Problem des Internen Marketing,**

in: Bruhn, Manfred (Hrsg.): Internes Marketing, 2. Aufl., Wiesbaden 1999, S. 389-408.

Kuhl, Matthias:

**Wettbewerbsvorteile durch kundenorientiertes Supply Management,**

Wiesbaden 1999.

Günter, Bernd:

**Risiken und Nebenwirkungen,**

in: Die Deutsche Bühne, 70. Jg., Nr. 9, September 1999, S. 22-25. (zum Sponsoring im Theatermanagement).

Günter, Bernd/Hausmann, Andrea:

**Museumsmanagement – Materialien für eine berufsbegleitende Weiterbildung, Teilgutachten,**

herausgegeben vom Deutschen Museumsbund und gefördert von der Robert Bosch Stiftung, Dresden/Stuttgart 1999.

Hausmann, Andrea:

**Museum Stores in German Museums,**

in: Museum & Industries, August 1999, S. 7.

Günter, Bernd zusammen mit dem VDI/BME-Ausschuß „Technische Beschaffung“, Arbeitsgruppe „Anforderungsprofil“:

**Der Einkaufsmanager 2000 – ein Anforderungsprofil,**

Hrsg. vom Verein Deutscher Ingenieure, VDI-Gesellschaft Konstruktion, Entwicklung, Vertrieb, Düsseldorf 1999.

Günter, Bernd zusammen mit dem VDI/BME-Ausschuß „Technische Beschaffung“:

**Fabrik ohne Einkauf? Die Beschaffungsfunktion im Spannungsfeld zwischen Zentralisation und Dezentralisation,**

Hrsg. vom Verein Deutscher Ingenieure, VDI-Gesellschaft Konstruktion, Entwicklung, Vertrieb, Düsseldorf 1999.

Butzer-Strothmann, Kristin-Henrike:

**Krisen in Geschäftsbeziehungen – Möglichkeiten und Grenzen der Früherkennung durch in In-supplier und den Out-supplier,**

Wiesbaden 1999.

Breuer, Sabine Gabriele:

**Stärken-Schwächen-Analyse der Kulturangebote im Kreis Mettmann („Neanderland“),**

Teil 1 und Teil 2 (unveröffentlichte Studie, Düsseldorf 1999).

Günter, Bernd:

**Marketing für Bibliotheken: Können wir uns mehr Nutzerorientierung leisten?,**

in: Niggemann; Elisabeth u.a. (Hrsg.): Controlling und Marketing in Wissenschaftlichen Bibliotheken (COMBI), Band 3, Düsseldorf 1999, S. 9 – 17.

Helm, Sabrina:

**Kundenzufriedenheit und Kundenkommunikation. Ergebnisse einer Kundenbefragung im Werkzeugmaschinenbau,**

Düsseldorfer Projektberichte zum Marketing, hrsg. von Bernd Günter, Düsseldorf 1999.

Eggert, Andreas/Helm, Sabrina:

**Führt Kundenzufriedenheit zu Weiterempfehlungen? Eine kausalanalytische Untersuchung des Zusammenhangs zwischen Kundenzufriedenheit, Kundenbindung und Weiterempfehlungen,**

Kaiserslauterer Schriftenreihe Marketing, Heft 6/99, hrsg. von Friedhelm Bliemel, Kaiserslautern 1999.

Günter, Bernd/Platzek, Thomas:

**Information on Customer Satisfaction: The Phenomenon of Filtering in Supplier-Customer Networks,**

in: Cavusgil, S. Tamer/Ghauri, Pervez N.(Hrsg.): Advances in International Marketing, International Marketing and Purchasing, Vol. 9, Stamford, Connecticut 1999, S. 175-198.

Helm, Sabrina/Günter, Bernd:

**Kundenempfehlungen - Resultat und Ausgangspunkt des Kundenbindungsmanagements im Dienstleistungsbereich,**

in: Bruhn, Manfred/Stauss, Bernd (Hrsg.): Jahrbuch für Dienstleistungsmanagement 2000, Wiesbaden 2000, S. 103-130.

Helm, Sabrina:

**Kunden-werben-Kunden-Kampagnen. Konzeptionelle Grundlagen und Ergebnisse einer explorativen Untersuchung im Dienstleistungsbereich,**

Düsseldorfer Schriften zum Marketing, Nr. 6, hrsg. von Bernd Günter, Düsseldorf 2000.

Günter, Bernd:

**Integration von Museumsshops in das Marketingkonzept von Museen,**

in: John, Hartmut (Hrsg.): Shops und kommerzielle Warenangebote.

Publikumsorientierte Instrumente zur Steigerung der Museumsattraktivität, Bielefeld 2000, S. 69-78.

Günter, Bernd:

**Aktives Beschwerdemanagement-System (ABMS),**

in: Zollondz, Hans-Dieter (Hrsg.): Lexikon des Qualitätsmanagements, München 2000, S. 6 - 9.

Günter, Bernd:

**Interne Kunden-Lieferanten-Beziehungen im Technischen Vertrieb,**

in: Kleinaltenkamp, M./Ehret, M. (Hrsg.): Interne Kunden-Lieferanten Beziehungen im Technischen Vertrieb, Berlin/Heidelberg/New York u.a. (im Druck).

Günter, Bernd/Helm, Sabrina/Schlei, Jochen:

**Wettbewerbsvorteile durch Kunden-Feedback. Eine Analyse "schlanker" Instrumente der qualitativen Informationsgewinnung für KMU,**

in: Meyer, Jörn-Axel (Hrsg.): Jahrbuch der KMU-Forschung 2000. Marketing in kleinen und mittleren Unternehmen (KMU), München 2000, S. 183-198.

Helm, Sabrina:

**Kundenempfehlungen als Marketinginstrument,**

Wiesbaden 2000.

Günter, Bernd/John, Hartmut (Hrsg.):

**Besucher zu Stammgästen machen! Neue und kreative Wege zur Besucherbindung,**

Bielefeld 2000.

Günter, Bernd:

**Was behindert und was eröffnet Wege zu Besucherbindung und Besucherintegration?,**

in: Günter, Bernd/John, Hartmut (Hrsg.): Besucher zu Stammgästen machen! Neue und kreative Wege zur Besucherbindung, Bielefeld 2000, S. 67 – 77.

Bolwin, Rolf/Günter, Bernd:

**Besucheranalysen in Theatern und Orchestern – Ein Leitfaden zur Selbsthilfe,**

in: Heinrichs, Werner/Klein, Armin (Hrsg.) Deutsches Jahrbuch für Kulturmanagement 1999, Baden-Baden 2000, S. 117 –122.

Eggert, Andreas/Helm Sabrina:

**Relationship Transparency in Business Markets: A Conceptualisation and Empirical Investigation,**

Kaiserslauterer Schriftenreihe Marketing Nr 1/2000, hrsg. von Friedhelm Bliemel, Kaiserslautern 2000.

Helm, Sabrina:

**Wie Sie aus Ihren Kunden Verkäufer machen,**

in: Absatzwirtschaft, 43. Jg., Nr. 7/2000, S. 60-65.

Eggert, Andreas/Helm, Sabrina:

**Determinanten der Weiterempfehlung: Kundenzufriedenheit oder Kundenbindung?,**

in: Der Markt, Jg. 39, Nr. 2/2000, S. 63-72.

Günter, Bernd:

**Kulturmarketing,**

in: Tscheulin, Dieter K./Helmig, Bernd (Hrsg.): Branchenspezifische Besonderheiten des Marketing, Wiesbaden 2001, S. 332-349.

Helm, Sabrina:

**Viral Marketing – Establishing Customer Relationships by 'Word-of-Mouse',**

in: Electronic Markets, Jg. 10, Nr. 3, 2000, S. 158-161.

Helm, Sabrina:

**Unsicherheitsaspekte integrativer Leistungserstellung – Eine Analyse am Beispiel der Anbieter-Nachfrager-Interaktion im Asset Management,**

in: Bruhn, Manfred/Stauss, Bernd (Hrsg.): Jahrbuch Dienstleistungsmanagement 2001, Wiesbaden 2001, S. 67-89.

Günter, Bernd:

**Beschwerdemanagement als Schlüssel zur Kundenzufriedenheit,**

in: Homburg, Christian (Hrsg.): Kundenzufriedenheit Konzepte – Methoden – Erfahrungen. 4., vollständig überarb. und erw. Auflage, Wiesbaden 2001, S. 259 - 279.

Günter, Bernd/Helm, Sabrina (Hrsg.):

**Kundenwert: Grundlagen – Innovative Konzepte – Praktische Umsetzungen,**  
Wiesbaden 2001.

Günter, Bernd:

**Kundenwert – Mehr als nur Erlös,**

in: Günter, Bernd/Helm, Sabrina (Hrsg.): Kundenwert. Grundlagen – Innovative Konzepte – Praktische Umsetzungen, Wiesbaden 2001, S. 213-233.

Helm, Sabrina:

**Der Wert von Kundenbeziehungen aus der Perspektive des Transaktionskostenansatzes,**

in: Günter, Bernd/Helm, Sabrina (Hrsg.): Kundenwert. Grundlagen – Innovative Konzepte – Praktische Umsetzungen, Wiesbaden 2001, S. 103-123.

Hausmann, Andrea:

**Besucherorientierung von Museen unter Einsatz des Benchmarking,**

Bielefeld 2001.



Butzer-Strothmann, Kristin/ Günter, Bernd/ Degen, Horst:  
**Leitfaden zur Durchführung von Besucheranalysen für Theater und Orchester,**  
 Baden-Baden 2001.

Günter, Bernd:

**Aktives Beschwerdemanagement-System-ABMS,**

in: Zolldonz, Hans-Dieter (Hrsg.) Lexikon Qualitätsmanagement. Handbuch des  
 Modernen Managements auf der Basis des Qualitätsmanagements. Oldenburg 2001.  
 S. 6-9.

ARTAMIS Kulturmanagement AG. Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät unter der  
 Leitung von Univ.-Prof. Dr. Bernd Günter:

**Eintritt frei in Museen? Chancen, Risiken und Alternativen aus der Sicht des  
 Museums-Marketing,**

in: Museumskunde, Bd. 66 1/2001, S. 123-127.

Günter, Bernd:

**2001 – Odyssee im Kunstraum. Die Irrfahrten des Theatermarketings,**

in: Die Deutsche Bühne, 72. Jg., Heft 7, Juli 2001, S. 22-25.

Günter, Bernd/Hausmann, Andrea (Hrsg.):

**Das Museum als besucherorientierter Dienstleistungsbetrieb,**

Textsammlung, FernUniversität–Gesamthochschule in Hagen, Weiterbildendes  
 Studium „Museumsmanagement“ in Kooperation mit der Heinrich-Heine-Universität  
 Düsseldorf, Hagen 2001.

Günter, Bernd:

**Theater als Trend?! Wie man bei der Jugend ankommt... oder auch nicht,**

in: Die Deutsche Bühne, 73. Jg., Heft 1, Januar 2002, S. 14-17.

Baisch, Axel/Günter, Bernd:

**Wie es auch anders geht,**

in: Die Deutsche Bühne, 73. Jg., Heft 3, März 2002, S. 46-47.

Günter, Bernd/Hausmann, Andrea

**Zur Entwicklung des Kunstmarktes – Thesen aus der Sicht des Marketing,**

in: Meyer, Jörn-Axel/Even, Ralf (Hrsg.): Die Zukunft des Kunstmarktes – Zu Sinn und  
 Wegen des Managements für Kunst, Lohmar, Köln 2002, S. 115-125.

Günter, Bernd:

**Junges Publikum gewinnen und binden – Zentrale Herausforderung für das  
 Kultur-Marketing,**

Textfassung des Vortrags im Rahmen der Tagung „Cool – Kult – und Kunst?!  
 Jugendliche als Kulturpublikum“ der Stiftung Kunst und Kultur des Landes NRW in  
 Kooperation mit dem Kulturrat NRW, Düsseldorf 2002.

Günter, Bernd/Helm, Sabrina:

**Die Beendigung von Geschäftsbeziehungen aus Anbietersicht,**

in: Rese, Mario/Söllner, Albrecht/Utzig Peter B. (Hrsg.), Relationship Marketing, Standortbestimmung und Perspektiven, Berlin-Heidelberg 2002, S. 45-70.

Helm, Sabrina:

**Kundenbindung im institutionellen Asset Management: Eine konzeptionelle Analyse,**

in: Mühlbacher, Hans/Thelen, Eva (Hrsg.): Neue Entwicklungen im Dienstleistungsmarketing, Wiesbaden 2002, S. 57-75.

Helm, Sabrina:

**Customer Valuation-Based Dissolution of Relationships,**

in: Proceedings of the 10<sup>th</sup> International Colloquium in Relationship Marketing (ICRM), Vol. 1, Kaiserslautern 2002, S. 169-187.

Helm, Sabrina:

**Calculating the Value of Referrals,**

in: Proceedings of the 8<sup>th</sup> QUIS-Konferenz (Quality in Services), Victoria, Kanada, 2002, S. 269-278.

Günter, Bernd/Helm, Sabrina:

**Kundenwert: Grundlagen - Innovative Konzepte - Praktische Umsetzungen,**  
2. Auflage, Wiesbaden 2003.

Eggert, Andreas/Helm, Sabrina:

**Exploring the impact of relationship transparency on business relationships: A cross-sectional study among purchasing managers in Germany,**

in: Industrial Marketing Management, Jg. 32, 2003, S. 101-108.

Helm, Sabrina:

**Calculating the value of customers' referrals,**

in: Managing Service Quality, Jg. 13, Nr. 2, 2003, S. 124-133.

Günter, Bernd:

**Kundenwert – Mehr als nur Erlös,**

in: Günter, Bernd / Helm, Sabrina (Hrsg.): Kundenwert, 2. Aufl. Wiesbaden 2003, S. 213-233.

Günter, Bernd:

**Benchmarking und Museumsmanagement,**

in: John, Hartmut (Hrsg.): Vergleichen lohnt sich – Benchmarking als effektives Instrument des Museumsmanagements, Bielefeld 2003, S. 35-45.

Günter, Bernd:

**Junges Publikum gewinnen und binden**

in: Welck, Karin; Schweizer, Margarete (Hrsg.), Kinder zum Olymp! – Wege zur Kultur für Kinder und Jugendliche, Köln 2004, S.52-62.

Günter, Bernd mit ARTAMIS:

**Kern und Schale – Museumsarchitektur aus Besuchersicht**

in: Deutschem Museumsbund (Hrsg.), Museumskunde, Band 68 2/03, Kassel 2003, S.90-96.

Helm, Sabrina:

**Kundenempfehlungen als Baustein des Kundenwerts,**

in: Wilde, Klaus/Hippner, Hajo (Hrsg.): Customer Relationship Management, Wiesbaden 2004, S. 319 – 338.

Helm, Sabrina:

**Customer Valuation as a Driver of Relationship Dissolution,**

in: Journal of Relationship Marketing, Jg. 3, Nr. 4, 2004, S. 77-91.

Helm, Sabrina:

**Customers' Role in Decreasing Value,**

AMA Winter Marketing Educators' Conference, Februar 2004.

Helm, Sabrina:

**Monetizing the Intangible Values of Customers – The Example of Referrals,**

AMA Winter Marketing Educators' Conference, Februar 2004.

Günter, Bernd:

**Benchmarking in und für Museen – Aufriss, Leitlinien und Forderungen,**

in: Museumskunde, Bd. 69, 1/2004, S. 14-21.

Günter, Bernd/Graf, Bernhard (Hrsg.):

**Museumsshops – Ein Marketinginstrument von Museen,**

in: Mitteilungen und Berichte aus dem Institut für Museumskunde, Nr. 28, Berlin 2004.

Schulenburg, Sophie:

**Bestandsaufnahme,**

in: Günter, Bernd/Graf, Bernhard (Hrsg.): Museumsshops – ein Marketinginstrument von Museen. Mitteilungen und Berichte aus dem Institut für Museumskunde, Nr. 28, Berlin 2004, S. 28-118.

Günter, Bernd:

**Junges Publikum gewinnen und binden – Zentrale Herausforderung für das Kultur-Marketing,**

in: von Welck, Karin/Schweizer, Margarete (Hrsg.): Kinder zum Olymp! Wege zur Kultur für Kinder und Jugendliche, Köln 2004, S. 52-61.

Günter, Bernd/Helm, Sabrina:

**Die Bewertung von Kundenbeziehungen im Industriegütermarketing,**

in: Backhaus, Klaus/Voeth, Markus (Hrsg.): Handbuch Industriegütermarketing, Wiesbaden 2004, S. 458-480.

Günter, Bernd/Hausmann, Andrea:

**Marketing-Konzeptionen für Museen,**

Lehrtext, Weiterbildendes Studium Museumsmanagement der FernUniversität Hagen, Hagen 2005.

Schulenburg, Sophie:

**Museumsshops als Marketinginstrument für Museen – eine Bestandsaufnahme,**

in: Museum Aktuell, Nr. 112, Februar 2005, S. 26-27.

Helm, Sabrina/Rolfes, Ludger/Günter, Bernd:

**Der Kundenwert als Determinante des Managements von Kundenbeziehungen. Ergebnisse einer empirischen Untersuchung im Maschinenbau in Kooperation mit dem Verein Deutscher Ingenieure – VDI,**

Düsseldorfer Schriften zum Marketing Nr. 7, hrsg. von Bernd Günter, Düsseldorf 2005.

Laag, Kai-Uwe:

**Die Verlässlichkeit des Anbieters als Wettbewerbsvorteil,**  
Hamburg, 2005.

Helm, Sabrina/Rolfes, Ludger/Günter, Bernd:

**Suppliers` Willingness to end Unprofitable Customer Relationships: An Exploratory Investigation in the German Mechanical Engineering Sector,**

in: European Journal of Marketing, Vol.40 No.3/4, 2006, S. 366-383.

Günter, Bernd:

**Vertragsgestaltung im Business-to-Business-Marketing,**

in: Kleinaltenkamp, Michael; Plinke, Wulff; Jacob, Frank; Söllner Albrecht (Hrsg.), Markt- und Produktmanagement – Die Instrumente des Business-to-Business-Marketing, 2. überarb. und erw. Auflage, Wiesbaden 2006.

Günter, Bernd:

**Besucherkforschung im Kulturbereich. Kritische Anmerkungen und Anregungen,**

in: Kulturpolitische Gesellschaft e.V. (Hrsg.), publikum.macht.kultur, Kulturpolitik zwischen Angebots- und Nachfrageorientierung, Band 21, Berlin 2006, S. 174-180.

Günter, Bernd/Rolfes, Ludger:

**Wenn Kunden lästig werden – Kundenbewertung und Umgang mit unprofitablen Kundenbeziehungen durch Unternehmen,**

in: Jahrbuch der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf 2005/2006, Düsseldorf 2006, S. 345-358.

Günter, Bernd:

**Über den Tellerrand hinaus – „Studium laterale“,**

in: Jahrbuch der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf 2005/2006, Düsseldorf 2006, S. 359-363.

Hausmann, Andrea/Helm, Sabrina (Hrsg.):

**Kundenorientierung im Kulturbetrieb. Grundlagen – Innovative Konzepte – Praktische Umsetzungen,**

Festschrift zum 60. Geburtstag von Bernd Günter, Wiesbaden 2006.

Günter, Bernd:

**Verlässlichkeit als Wettbewerbsvorteil im Business-to-Business-Marketing,**

in: Büschken, Joachim/ Voeth, Markus/ Weiber, Rolf (Hrsg.): Innovationen für das Industriegütermarketing, Stuttgart 2007, S. 185-199.

Rohde, Thomas:

**Museumsmarke und Markenpersönlichkeit,**

Marburg 2007 (zugleich Diss. Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf).

Günter, Bernd:

**Beschwerdemanagement als Schlüssel zur Kundenzufriedenheit,**

in: Homburg, Christian (Hrsg.), Kundenzufriedenheit – Konzepte - Methoden - Erfahrungen, 7. Aufl., Wiesbaden 2008, S. 335-356.

Fesel, Bernd / Rolfes, Ludger:

**Freundeskreise an Kunstmuseen: Ein ungehobenes Potential?! – Ergebnisse einer ersten Vollerhebung in Deutschland,**

in: Museumskunde, Band 73, 2/2008.

Müller, Uta:

**Informationsverhalten beim Kauf von Unterhaltungsdienstleistungen – Eine Analyse am Beispiel von Circusunternehmen,**

Marburg 2008 (zugleich Diss. Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf).

John, Hartmut/Günter, Bernd (Hrsg.):  
**Das Museum als Marke – Branding als strategisches Managementinstrument für Museen,**  
 Bielefeld 2008.

Günter, Bernd/Laukner, Tanja:  
**Was Museumspublikum zum Wiederholbesuch motiviert. Die Klebstoffe der Besucherbindung, in Kunstmuseen untersucht,**  
 in: Museumskunde, Band 73, 1/2008, S. 74-79.

Günter, Bernd:  
**Die Interessen des Museums können nicht die Interessen sein, die seine Nutzer haben – Qualitätsmanagement in Museen aus der Sicht eines Betriebswirtes,**  
 in: Dreyer Matthias/Wiese, Rolf (Hrsg.): Qualität, Güte, Wertschätzung. Worauf Museen achten müssen, Schriften des Freilichtmuseums Kiekeberg, Bd. 62, Ehestorf 2008, S. 167-172.

Günter, Bernd:  
**„Broadening the Competitive Advantage Perspective: Trustworthiness of Supplier Companies and Their Representatives as a Competitive Advantage“,**  
 Paper presented at the 25th Conference of the IMP Group, Marseille, September 3-5, 2009.

Günter, Bernd/Hausmann, Andrea:  
**Kulturmarketing,**  
 Wiesbaden 2009.

Clausen, Carolin:  
**Wertorientiertes Kundenmanagement im Gesundheitswesen – Eine empirische Konzeption zur Optimierung des Wertbeitrages von Patienten für Krankenhausunternehmen,**  
 Wiesbaden 2010.

Günter, Bernd:  
**Grundfragen des „sozialen“ Marketing – Zehn Thesen zum Anwendungsfall Politik-Marketing,**  
 in: von Alemann, Ulrich/Morlok, Martin/Krüper, Julian (Hrsg.): (Partei-) Politik im Zeichen des Marketing, Schriften zum Parteirecht und zur Parteienforschung, Bd. 40, Baden-Baden 2010, S. 22-29.

Müller, Nadine  
**Kunst & Marketing: Selbstvermarktung von Künstlern der Düsseldorfer Malerschule und das Düsseldorfer Vermarktungssystem 1826-1860**  
 Regensburg 2010 (zugleich Diss. Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf).

Günter, Bernd / Müller, Nadine / Schumann, Geraldine

**Weiterempfehlungsverhalten von Museumsbesuchern – Ergebnisse einer empirischen Untersuchung**

Arbeitsbericht des Lehrstuhls für BWL, insb. Marketing der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf in Zusammenarbeit mit dem Clemens-Sels-Museum in Neuss, Düsseldorf 2010.

Günter, Bernd/Schumann, Geraldine

**Das Sommerticket in der SCHIRN KUNSTHALLE FRANKFURT – Ergebnisse einer empirischen Untersuchung im Rahmen der Ausstellung „ZELLULOID. FILM OHNE KAMERA“**

Arbeitsbericht des Lehrstuhls für BWL, insb. Marketing der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, Düsseldorf 2010.

Günter, Bernd

**Marketing-Controlling in Kulturbetrieben – Defizite und Anforderungen**

in: Kajüter, Peter / Mindermann, Torsten / Winkler, Carsten (Hrsg.): Controlling und Rechnungslegung, Stuttgart 2011, S. 37-48.

Günter, Bernd

**Kulturbetrieb™ – Qualitätssicherung durch Markenbildung?**

in: Hausmann, Andrea / Murzik, Laura (Hrsg.): Neue Impulse im Kulturtourismus, Wiesbaden 2011, S. 35-47.

Günter, Bernd/Helm, Sabrina:

**Kundenbewertung im Rahmen des CRM,**

in: Hippner, Hajo/Wilde, Klaus D. (Hrsg), Grundlagen des CRM, Strategie, Geschäftsprozesse und IT-Unterstützung, 3. Auflage, Wiesbaden 2011, S. 271-292.

Günter, Bernd:

**Woher nehmen...?,**

in: das Orchester, 11/2011, S. 34-35.

Günter, Bernd:

**Beschwerdemanagement als Schlüssel zur Kundenzufriedenheit,**

in: Homburg, Christian (Hrsg.), Kundenzufriedenheit – Konzepte - Methoden - Erfahrungen, 8. Aufl., Wiesbaden 2011, S. 325-348.

Clausen, Caroline/Günter, Bernd:

**Die Bewertung von Kundenbeziehungen im Gesundheitswesen,**

in: Controlling, Jg. 24/2012, Heft 7, S. 372-378.

Günter, Bernd/Hausmann, Andrea:

**Kulturmarketing,**

2. Auflage, Wiesbaden 2012.

Günter, Bernd:

**Alle zufrieden?! Besucherorientierung fängt beim Mitarbeiter an,**  
in: Hausmann, Andrea/Murzik, Laura (Hrsg.): Erfolgsfaktor Mitarbeiter  
Wiesbaden 2012, S. 185-195.

Günter, Bernd/Helm, Sabrina:

**Die Bewertung von Kundenbeziehungen im Industriegütermarketing,**  
in: Backhaus, Klaus/Voeth, Markus (Hrsg.): Handbuch Industriegütermarketing,  
2. Auflage, Wiesbaden 2014.



## **Weitere Veröffentlichungen in Zusammenarbeit mit dem Lehrstuhl**

Hensel, Claudia:

**Der Einfluss von Erlebnissen auf den Kaufentscheidungsprozess – Am besonderen Beispiel der Industriegütermessen,**

Aachen 2005 (zugleich Diss. Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf).

Hausmann, Andrea/Helm, Sabrina (Hrsg.) :

**Kundenorientierung im Kulturbetrieb. Grundlagen – Innovative Konzepte – Praktische Umsetzung,**

Festschrift zum 60. Geburtstag von Bernd Günter, Wiesbaden 2006.

Helm, Sabrina:

**Unternehmensreputation und Stakeholder-Loyalität,**

Wiesbaden 2007 (zugleich Habilitationsschrift Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf).

Rohde, Thomas:

**Museumsmarke und Markenpersönlichkeit,**

Marburg 2007 (zugleich Diss. Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf).

Rolfes, Ludger:

**Die Rolle des Verwenders im Buying-Center,**

Wiesbaden 2007 (zugleich Diss. Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf).

Laukner, Tanja:

**Besucherbindung im Museumsmanagement. Die Bindungs-„Klebstoffe“ bei Kunstmuseen,**

Marburg 2008 (zugleich Diss. Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf).

Müller, Uta:

**Informationsverhalten beim Kauf von Unterhaltungsdienstleistungen – Eine Analyse am Beispiel von Circusunternehmen,**

Marburg 2008 (zugleich Diss. Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf).

Fesel, Bernd/Rolfes, Ludger:

**Freundeskreise an Kunstmuseen: Ein ungehobenes Potential?! – Ergebnisse einer ersten Vollerhebung in Deutschland,**

in: Museumskunde, Band 73, 2/2008 .

Gromotka, Daniel:

**Das Stadtlogo als Stadtmarketing-Instrument – Erscheinungsformen und Anforderungen aus Marketingsicht,**

Saarbrücken 2009.

Müller, Nadine:

**Kunst & Marketing – Selbstvermarktung von Künstlern der Düsseldorfer Malerschule und das Düsseldorfer Vermarktungssystem 1826-1869,**  
Regensburg 2010.

Vigier, Georg J.:

**Besucherintegration als Marketinginstrument des Theaters,**  
Düsseldorf 2012 (elektronisch veröffentlicht; zugänglich u.a. über die Universitäts- und Landesbibliothek Düsseldorf).

Dauner, Jörg:

**Zahlungsbereitschaft für Remote Services,**  
Wiesbaden 2012.

Lutz, Markus:

**Besucherbindung im Opernbetrieb: Theoretische Grundlagen, empirische Untersuchungen und praktische Implikationen,**  
Wiesbaden 2013.

Radtke, Bernd:

**Stadslogans zur Umsetzung der Markenidentität von Städten : Eine theoretisch-konzeptionelle und empirische Untersuchung,**  
Wiesbaden 2013.