

Die 33 besten Bücher über Marketing, PR und Neukundengewinnung für B2B-Unternehmen

Eine subjektive Auswahl von Büchern über Marketing, PR und Lead Generation/
Neukundengewinnung für B2B-Technologie- und Beratungsunternehmen (Februar 2009)

Marketing-Lehrbücher und -Dissertationen

1. Klaus Backhaus und Markus Voeth: [Industriegütermarketing](#), 2007 - *Der Lehrbuchklassiker.*
2. Peter Godefroid und Waldemar Pförtsch: [Business-to-Business-Marketing](#), 2009 - *Würde ich Vorlesungen halten, würde ich Studenten dieses Buch empfehlen.*
3. Christian King: [Erfolgreiche Marketingstrategien für innovative technologieorientierte Unternehmensgründungen](#), 2005 - *Der Autor analysiert die Erfolgsfaktoren junger Technologieunternehmen.*
4. Dirk Lippold: Die Marketing-Gleichung für Software - Der Vermarktungsprozeß von erklärungsbedürftigen Produkten und Leistungen dargestellt am Beispiel von Software (leider nicht mehr erhältlich) - *Dieses Buch hilft, die verschiedenen Akteure in IT-Märkten und ihre Verhaltensweisen zu verstehen.*
5. Anton Meier: [Marketing junger Technologieunternehmen](#), 1998 - *Auch dieser Autor analysiert die Erfolgsfaktoren junger Technologieunternehmen.*

Marketing-Bücher

6. Jochen Becker: [Das Marketingkonzept - Zielstrebig zum Markterfolg](#), 2005 - *Der Klassiker für Marketingplanung (nicht nur B2B), manchmal etwas sehr theoretisch.*
7. Merrill R. Chapman: [In Search of Stupidity - Over 20 Years of HighTech Marketing Disasters](#), 2006 - *Eine Historie der schlimmsten Marketingfehler von IT-Unternehmen und damit eine sehr gute Anregung für alle IT-Marketingleute.*
8. Sebastian Grimm: [Marketing für High-Tech-Unternehmen](#), 2004 - *Praxistaugliches, umfassendes Buch eines Praktikers zum Thema.*
9. Catherine Kitcho: [High-Tech-Product-Launch](#), 1999 - *Ein sehr brauchbares How-To-Buch für die klassische Markteinführung eines Technologieprodukts.*
10. Michael Laker (Hrsg.): [Pricing-Excellence für Technologieunternehmen - Nachhaltig mehr Ertrag](#), 2007 - *Wer sich mit Pricing für High-Tech-Unternehmen beschäftigen will, kann kein anderes Buch lesen.*
11. Ruth McNeil: Business to Business Market Research - Understanding and Measuring Business Markets, 2005 - *B2B-Marktforschung ist ein vernachlässigtes Thema, in diesem Buch lernt man auch die "kleine" Umsetzung.*
12. Geoffrey A. Moore: [Crossing the Chasm, Marketing and Selling High-Tech Products to Mainstream Customers](#), 2002 - *Dieser Klassiker erklärt die Phasen von der Markteinführung bis zum Markterfolg eines technischen Produkts.*
13. Geoffrey A. Moore: [Inside the Tornado, Marketing Strategies from Silicon Valley's Cutting Edge](#), 2004 - *Die Fortsetzung des Klassikers, der sich vor allem mit der Phase des schnellen Marktwachstums beschäftigt.*

14. Joe Pulizzi, News Barrett: [Get Content, Get Customers](#), 2008 - *Dieses Buch zeigt wie kein zweites, wie B2B-Marketing in der Zukunft aussehen muss (obwohl es sich gar nicht darauf beschränkt).*
15. Michael A. Stelzner: [Writing White Papers - How to Capture Readers And Keep Them Engaged](#), 2007 - *Das Grundlagenwerk für Marketing mit White-Papern.*
16. Gerhard Versteegen (Hrsg.), Andreas Esslinger, Katja Häußler, Grace Pampus: [Marketing in der IT-Branche](#), 2003 - *Solides IT-Marketing-Werk.*
17. Gerolf Wicher und Bernd Maier: Business-to-Business: Marketingkommunikation und PR für Investitionsgüter (leider nicht mehr erhältlich), 1996 - *Für mich ein sehr gutes Nachschlagewerk, gerade für Einsteiger gut geeignet.*
18. Paul Wiefels: [The Chasm Companion - Implementing Effective Marketing Strategies for High-Technology Companies](#), 2002 - *Das Arbeitsbuch zu Crossing the Chasm, voll wertvoller Charts und Hinweise.*
19. Robert de Zoeten, Robert Hasenböhler, Paul Ammann: [Industrial Marketing - Praxis des Business-to-Business-Geschäfts](#), 1999 - *Sehr praxisorientiertes Buch, am besten für Industriegüter-Anbieter geeignet.*

PR-Bücher

20. Marcel Bernet: [Medienarbeit im Netz - Von E-Mail bis Weblog: Mehr Erfolg mit Online-PR](#), 2006 - *Guter Überblick über die Maßnahmenbereiche der Online-PR (nicht nur B2B).*
21. Claus Merbold: Business-to-Business-Kommunikation: Bedingungen und Wirkungen (leider nicht mehr erhältlich), 1994 - *Ich bin immer wieder froh, dass ich dieses kompakte Buch besitze.*
22. David Meerman Scott: [The New Rules of Marketing and PR: How to Use News Releases, Blogs, Podcasting, Viral Marketing & Online Media to Reach Buyers Directly: How to Use ... and Online Media to Reach Buyers Directly](#), 2008 - *Mit Sicherheit das wichtigste und strategisch nützlichste Buch der letzten Jahre über Online-Marketing & Online-PR (nicht nur B2B).*
23. Gerhard Versteegen (Hrsg.), Andreas Esslinger, Cornelia Versteegen: [Pressearbeit in der IT-Branche](#), 2004 - *Klassisches PR-Buch von A-Z.*

Bücher über Lead-Generation/Neukundengewinnung

24. Brian J. Carroll: [Lead Generation for the Complex Sale](#), 2006 - *Das wohl wichtigste Buch zum Thema.*
25. Henry DeVries und Denise Bryson: [Client Seduction - A Step-by-Step Lead Generation System for Professional and Technology Service Firms](#), 2004 - *25 Tipps, die Kunden zum Unternehmen führen (sollen) - Etwas plakativ, aber sehr nützlich und praxisorientiert.*
26. Christian Homburg und Tim Fargel: Customer Acquisition Excellence - Systematisches Management der Neukundengewinnung, 2007 - *Der Geheimtipp, akademisch durchstrukturiert, aber sehr lesenswert. Erhältlich beim Institut für Marktorientierte Unternehmensführung, Mannheim, www.imu-mannheim.de.*
27. Jill Konrath: [Selling to Big Companies](#), 2006 - *Die typische Herausforderung für viele Technologieunternehmen = Der Verkauf an große Unternehmen.*

Sonstige Bücher für Technologieunternehmen

28. Pip Coburn: [The Change Functions - Why some technologies take off and others crash and burn](#), 2006 - *Jeder, der ein neues technologisches Produkt auf den Markt bringen will, sollte dieses Buch lesen.*
29. David E. Nye: [Technology Matters - Questions to live with](#), 2006 - *Ein Historiker untersucht anhand spannender Fragen, welche Rolle Technologien für den Menschen spielen.*
30. Hermann Simon: [Hidden Champions des 21. Jahrhundert - Die Erfolgsstrategien unbekannter Weltmarktführer](#), 2007 - *Auch wenn es hier nicht nur um Technologieunternehmen geht, so zeigt er doch jedem mittelständischen Unternehmen auf, was den Erfolg ausmacht.*

Marketing-/Vertriebs-Bücher für Beratungsunternehmen

31. Jay Conrad Levinson und Michael W. Mc Laughlin: [Guerilla Marketing for Consultants - Breakthrough Tactics for Winning Profitable Clients](#), 2005 - *Zusammenstellung der Guerilla-Marketing-Ansätze vom Vordenker Jay Conrad Levinson speziell für Beratungsunternehmen.*
32. Alan Weiss: [How to Acquire Clients - Powerful Techniques for the Successful Practitioner](#), 2002 - *Haufenweise Tipps für kleine Beratungsunternehmen, fokussierter auf Marketing/Vertrieb als der Klassiker „Million Dollar Consulting“.*
33. Giso Weyand (Hrsg.): [Das gewisse Etwas - Beratermarketing für Fortgeschrittene](#), 2008 - *Praktische, vor allem Online-Marketing-, PR- und Networking-Tipps für kleine Beratungsunternehmen und Einzelkämpfer, die aber auch für größere nützlich sind.*

Sicherlich gibt es noch zahlreiche andere Bücher, die Praktikern sehr gut helfen können. Die vorliegenden habe ich jedoch gelesen (okay, Lehrbücher und Dissertationen nicht vollständig) und ziehe sie immer wieder für meine Arbeit aus dem Schrank. Sollte aus Ihrer Sicht ein wichtiges Buch fehlen, so lassen Sie es mich wissen. In den Bereichen Marketing und PR habe ich mich auf Bücher konzentriert, die sich speziell an B2B-Unternehmen richten. Allgemeine Marketingbücher habe ich nicht berücksichtigt.

Kontakt:

Torsten Herrmann
chain relations
Wilhelmstraße 37
65719 Hofheim/Taunus
Telefon: (+49) 06192 - 96 166 80
E-Mail: therrmann@chainrelations.de
<http://www.chainrelations.de>
<http://www.twitter.com/torstenherrmann>