



WORKING PAPER SERIES

Nr. 018

**Die Lehre von der „Absatzwirtschaft“:
Deutsche Wurzeln der modernen Marketingwissenschaft**

Prof. Dr. Frank Wimmer

Otto-Friedrich-Universität Bamberg

Juli 2012

© Marketing Department
Otto-Friedrich-University
Feldkirchenstraße 21
96045 Bamberg (Germany)

Summary / Zusammenfassung

Thema	<p>„Absatzlehre“ ist der ursprüngliche deutsche Begriff für das, was heute Marketinglehre oder Marketingwissenschaft heißt.</p> <p>Heute ist der Begriff „Absatzwirtschaft“ nicht mehr so gebräuchlich, findet aber in Wissenschaft und Praxis teilweise noch immer Verwendung. Am prominentesten im Titel der vom Handelsblattverlag herausgegebenen Fachzeitschrift „absatzwirtschaft – Zeitschrift für Marketing“ und im Namen der Management-Weiterbildungsinstitution „Nürnberger Akademie für Absatzwirtschaft (NAA)“.</p>
Inhalt	<ol style="list-style-type: none"> 1. Absatzlehre und Absatzwirtschaft 2. Wirtschafts- und wissenschaftshistorischer Hintergrund 3. Der Beitrag des „Nürnberger Kreises“ zur Entwicklung der Absatzlehre 4. Die „Nürnberger Akademie für Absatzwirtschaft (NAA)“ und die Zeitschrift „absatzwirtschaft“ 5. Dimensionen von „Absatzwirtschaft“ – was gehört dazu? 6. „Absatzwirtschaft“ oder/und „Marketing“?
Typ	Begriffsbetrachtung und Konzeptvergleich; historische Analyse
Autor	Frank Wimmer, Professor für Betriebswirtschaftslehre, langjähriger Inhaber des Lehrstuhls für Absatzwirtschaft der Universität Bamberg
Feedback	<p>Stets erwünscht:</p> <p>Frank-Wimmer@gmx.de</p>

