

I. Einzelschriften und Sammelwerke

1. Fritz, W.:
Warentest und Konsumgüter-Marketing. Forschungskonzeption und Ergebnisse einer empirischen Untersuchung (Dissertation Mannheim 1983), Wiesbaden 1984: Gabler.
2. Fritz, W.:
Marktorientierte Unternehmensführung und Unternehmenserfolg. Grundlagen und Ergebnisse einer empirischen Analyse (Habilitationsschrift, Universität Mannheim 1991), Stuttgart 1992: Schäffer-Poeschel.
3. Fritz, W.:
Marketing-Management und Unternehmenserfolg, 2. überarbeitete und ergänzte Auflage (von Nr. 2), Stuttgart 1995: Schäffer-Poeschel.¹
4. Fritz, W.:
Erfolgsursache Marketing - Warum marktorientiert geführte Unternehmen erfolgreich sind, Stuttgart 1997: Schäffer Poeschel (Reihe „absatzwirtschaft - Schriften zum Marketing“).
5. Fritz, W. (Hrsg.):
Internet-Marketing. Perspektiven und Erfahrungen aus Deutschland und den USA, Stuttgart 1999: Schäffer-Poeschel.
6. Fritz, W.:
Internet-Marketing und Electronic Commerce. Grundlagen Rahmenbedingungen, Instrumente, Wiesbaden 2000: Gabler.
7. Fritz, W. (Hrsg.):
Internet-Marketing. Marktorientiertes E-Business in Deutschland und den USA, 2. erheblich erweiterte Auflage, Stuttgart 2001: Schäffer Poeschel (Handelsblatt-Bücher, Reihe „Netzwerk-Edition“).¹
8. Fritz, W.:
Internet-Marketing und Electronic Commerce. Grundlagen, Rahmenbedingungen, Instrumente, 2. erheblich erweiterte Auflage, Wiesbaden 2001: Gabler.¹
9. Fritz, W.:
Internet-Marketing und Electronic Commerce. Grundlagen, Rahmenbedingungen, Instrumente, 3. vollständig überarbeitete und erheblich erweiterte Auflage, Wiesbaden 2004: Gabler.¹
10. Fritz, W./von der Oelsnitz, D.:
Marketing. Elemente marktorientierter Unternehmensführung, 3. Auflage, Stuttgart 2001: Kohlhammer.
11. Fritz, W./Lang, P./Wäscher, G. (Hrsg.):
Technik, Markt, Umwelt, Stuttgart 1996: Schäffer-Poeschel.

12. Dholakia, N./Fritz, W./Dholakia, R. R./Mundorf, N. (Eds.):
Global E-Commerce and Online Marketing. Watching the Evolution, Westport, Connecticut:
Quorum Books, 2002.
13. Hefner, M./Fritz, W.:
Der alte Mensch und seine Informationsprobleme beim Kauf rezeptfreier Medikamente, Göttingen
1980: Schwartz.
14. Raffée, H./Fritz, W./Wiedmann, K.-P.:
Marketing für öffentliche Betriebe, Stuttgart u.a. 1994: Kohlhammer (Reihe "Edition Marketing").
15. Specht, G./Fritz, W.:
Distributionsmanagement, 4. Aufl., Stuttgart u.a. 2005: Kohlhammer (Reihe "Edition
Marketing").
16. Wiedmann, K.-P./Fritz, W./Abel, B. (Hrsg.): Management mit Vision und Verantwortung – Eine
Herausforderung für Wissenschaft und Praxis, Festschrift für Hans Raffée, Wiesbaden 2004:
Gabler.

¹ Neuauflagen wurden dann als eigenständige Schriften aufgeführt, wenn sie erheblich überarbeitet und erweitert worden sind.