

Tagungsberichte; Buchbesprechungen; Zeitschriftenauswertungen; Kurzbeiträge in Zeitschriften und Tageszeitungen; Praxisberichte

1. Fritz, W.:
Jahrestagung 1980 der Association for Consumer Research, in: *MARKETING - Zeitschrift für Forschung und Praxis* 3, 1981, Nr. 1, S. 67-69.
2. Fritz, W.:
Zur 11. Jahrestagung der Association for Consumer Research, in: *Zeitschrift für Verbraucherpolitik/Journal of Consumer Policy* 4, 1981, Nr. ½, S. 185-187.
3. Fritz, W.:
Empirische Verbraucherforschung. Wissenschaftliche Tagung des Forschungsverbunds "Empirische Verbraucherforschung" am 16. und 17. Februar in Bonn, in: *MARKETING - Zeitschrift für Forschung und Praxis* 3, 1981, Nr. 2, S. 144-145.
4. Fritz, W.:
E. Kuhlmann/I. Balderjahn: Verbraucherinformation für Jugendliche über Bildschirmtext. Buchbesprechung, in: *Journal of Consumer Policy* 8, 1985, Nr. 3, S. 318-321.
5. Fritz, W.:
J. Eliashberg/ G. L. Lilien (Eds.): *Marketing*, Buchbesprechung, in: *OR-Spektrum* 16, 1994, Nr. 4.
6. Fritz, W.:
Besprechung des *Journal of Consumer Research* No. 3/1983, in: *MARKETING - Zeitschrift für Forschung und Praxis* 6, 1984, Nr. 4, S. 204-205.
7. Fritz, W.:
Besprechung des *Journal of Consumer Research* No. 1/1985, in: *MARKETING - Zeitschrift für Forschung und Praxis* 8, 1986, Nr. 1, S. 62-63.
8. Fritz, W.:
Besprechung des *Journal of Consumer Research* No. 3/1986, in: *MARKETING - Zeitschrift für Forschung und Praxis* 9, 1987, Nr. 3, S. 206.
9. Fritz, W.:
Marketing - Ins Auge gehen, in: *Wirtschaftswoche*, 40, 1994, Nr. 19, 6.5.1994, S. 74-77.
10. Fritz, W.:
Einseitige Kostensenkung zu Lasten von Markt- und Kundenorientierung, in: *Blick durch die Wirtschaft*, 37, 1994, Nr. 37, 30.08.1994, S.7.

11. Fritz, W.:
Erfolg durch Marketing, in: Braunschweiger Zeitung, 17. November 1995, Verlagsbeilage „10 Jahre Marketing-Club Braunschweig“, S. III.
12. Fritz, W.:
Laudatio, in: Akademischer Festakt aus Anlaß der Verleihung der Würde eines Doktors der Staatswissenschaften ehrenhalber (Dr. rer. pol. h. c.) an Manfred Bodin, Vorsitzender des Vorstands der Norddeutschen Landesbank Hannover, Technische Universität Braunschweig 1996, S. 11-22.
13. Fritz, W.:
Wettbewerb und Unternehmensführung, Beiträge zur Podiumsdiskussion im Rahmen des 2. Dresdener Kolloquiums an der Fakultät Wirtschaftswissenschaften der Technischen Universität Dresden, in: U. Blum et al. (Hrsg.): Erweiterung der Markträume, Stuttgart 1997: Schäffer Poeschel, S. 18-47.
14. Fritz, W.:
Das Internet als Teil des Marketing-Mix, in: Blick durch die Wirtschaft, 41, 1998, Nr. 68, 07.04. 1998, S. 5.
15. Fritz, W.:
Electronic Commerce – Gefahr für den traditionellen Handel?, in: management berater 2, 1998, Nr. 10, S. 10-13.
16. Fritz, W.:
Laudatio, in: Festreden anläßlich der Verleihung der Ehrendoktorwürde an Herrn Erwin Conradi am 23. Januar 1999 an der Technischen Universität Braunschweig, Technische Universität Braunschweig 1999, S. 19-37.
17. Fritz, W.:
Das Internet als Teil des Marketing-Mix, in: Club Info, Marketing-Club Braunschweig, Nr. 1/1999, S. 11.
18. Fritz, W.:
Gefahr erkannt – Gefahr gebannt? Online-Shops: Neue Konkurrenz für den traditionellen Einzelhandel?, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 1. Juni 1999, Verlagsbeilage „E-Commerce“, S. B 11.
19. Fritz, W.:
Marketing – mehr als Werbung, in: Carolo Wilhelmina, Nr. 1/2000, Technische Universität Braunschweig 2000, S.18-19.
20. Fritz, W.:
Interkulturelle Kompetenz – Ein vernachlässigter Erfolgsfaktor internationaler Unternehmen, in: management berater 5, 2001, Nr. 2, S. 60-62.

21. Fritz, W.:
B. Heil: Online-Dienste, Portal Sites und elektronische Einkaufszentren. Wettbewerbsstrategien auf elektronischen Massenmärkten. Buchbesprechung, in: Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 53, Sept. 2001, S. 652-654.
22. Fritz, W.:
B.W. Wirtz: Medien- und Internetmanagement, Buchbesprechung, in: Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, Nr. 12/2003.
23. Fritz, W.:
Erfolg mit Direct-Mail in der Business-to-Business-Kommunikation, in: Hinkel & Junghans B2B-Report No. 1, September 2003, S. 2-4.
24. Fritz, W.:
P. Pagé/T. Ehring: Electronic Business und New Economy, Buchbesprechung, erscheint in: Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 2004.
25. Fritz, W.:
Stichwort „Marketing“, in: Günter, H. (Hrsg.): Betriebswirtschaft. Lexikon für Studium und Praxis, Reinbek bei Hamburg 2004, S. 216-218.
26. Fritz, W.:
Integriertes Mobile Marketing mit SMS: Ein neuer und erfolgreicher Weg zum Kunden, in: Hinkel & Junghans B2B-Report No. 2, Mai 2004, S. 1-3.
27. Fritz, W.:
Die Aldisierung der Gesellschaft, in: Club Info, Marketing Club Braunschweig, Nr. 1/2004, S. 18.
28. Fritz, W.:
Die Aldisierung der Gesellschaft, in: bdvb aktuell, 85, III/2004, S. 7-8.
29. Fritz, W.:
Die Aldisierung der Gesellschaft wird sich fortsetzen, in: Wirtschaftskurier, Verband österreichischer Wirtschaftsakademiker, Nr. 5-6/2004, S. 9.
30. Fritz, W.:
Dialog-Marketing im Nutzfahrzeugsektor, in: Hinkel & Junghans B2B-Report No. 3, November 2004, S. 1-4.
31. Fritz, W./Effenberger, J.:
Klare Ziele und Umsetzung. Wie sich strategische Unternehmensberatung für den Kunden auszahlt, in: Blick durch die Wirtschaft, 40,1997, Nr. 65, 04.04.1997, S. 9.
32. Fritz, W./Effenberger, J.:
Auch kleine Consulting-Firmen leisten gute Arbeit, in: Handelsblatt 1997, Nr. 70, 11/12.04.1997, S. K2.

33. Fritz, W./Effenberger, J.:
Strategisch gut beraten, in: manager magazin, 27, 1997, Nr. 6, S. 139.
34. Fritz, W./Effenberger, J.:
Strategische Unternehmensberatung zahlt sich aus, in: management berater,
1, 1997, Nr. 1, S. 52-58.
35. Fritz, W./Effenberger, J.:
Strategische Unternehmensberatung zahlt sich für den Kunden aus!, in: F. Schmid/
M. Schumann (Hrsg.). Consulting Guide 1998, München 1997: Branchen Medien,
S. 10-13.
36. Raffée, H./Fritz, W.:
Mittelständische Industrie: Nachteile durch Warentestpraxis, in: Mittelstandsma-
gazin 9, 1984, Nr. 9, S. 14-16.
37. Raffée, H./Fritz, W.:
Warentest - Beschleunigtes Verfahren, in: Wirtschaftswoche 39, 1985, Nr. 16,
S. 78-86.
38. Raffée, H./Fritz, W.:
Wirkungen des Warentests auf das Marketing von Industrie und Handel, in: Mar-
keting Praxis Kalender 1986 der Absatzwirtschaft, Düsseldorf 1986, S. 25.