

Veröffentlichungen im GHS-Verlag

- Band 1** **Schminke, Lutz** **ISBN 3-925327-00-2, EUR 35,50**
Die Informationspolitik von Handelsbetrieben - Eine Analyse des Informationswesens von Handelsbetrieben in kooperativen Gruppen unter besonderer Berücksichtigung des Bereiches Warenwirtschaft, Göttingen 1981, 228 Seiten.
- Band 2** **Treis, Bartho; Ganswindt, Kirsten** **ISBN 3-925327-01-0, EUR 17,90**
Veränderungen des Aussagewertes von scannererhobenen Paneldaten für das Handels- und Herstellermarketing, 2.unveränd. Aufl., Göttingen 1990, 104 Seiten.
- Band 3** **Bittner, Hartmut** **ISBN 3-925327-02-9, EUR 17,40**
Die Bestimmung von Finanzkraft als Kriterium für eine überragende Marktstellung i.S. des § 22 Abs. 1 Nr. 2 GWB im Rahmen der Fusionskontrolle und die Anwendung auf den Handel, Göttingen 1984, 121 Seiten.
- Band 4** **Hermes, Oliver** **ISBN 3-925327-03-7, EUR 17,40**
Die Eignung der Kriterien des § 22 Abs. 1 Nr. 2 GWB zur Bestimmung einer überragenden Marktstellung im Rahmen der Mißbrauchsaufsicht über Nachfrager aus dem Handel, Göttingen 1984, 91 Seiten.
- Band 5** **Günther, Rüdiger** **ISBN 3-925327-04-5, EUR 18,90**
Analyse des Mißbrauchs von Nachfragemacht des Handels in der US-Amerikanischen Rechtsprechung, Göttingen 1984, 123 Seiten.
- Band 6** **Treis, Bartho; Lademann, Rainer** **ISBN 3-925327-06-1, EUR 65,50**
Abgrenzung des sachlich relevanten Marktes im Lebensmittelhandel. Ergebnisse einer empirischen Untersuchung im Rahmen eines Zusammenschlußverfahrens, Göttingen 1986, 124 Seiten. (*vergriffen*)
- Band 7** **Lademann, Rainer** **ISBN 3-925327-05-3, EUR 40,40**
Nachfragemacht von Handelsunternehmen. Analyse der Begriffs-, Erklärungs- und Rechtstatsachenprobleme, Göttingen 1986, 313 Seiten.
- Band 8** **Bornträger, Wolfgang** **ISBN 3-925327-07-X, EUR 38,40**
Technische Innovationen und ihre Auswirkungen auf die Qualifikationsanforderungen an das mittlere Management in Einzelhandelsbetrieben, Göttingen 1986, 286 Seiten.
- Band 9** **Heinlein, Michael** **ISBN 3-925327-08-8, EUR 40,40**
EDV in mittelständischen Handelsbetrieben. Grundlagen, Probleme und Lösungsansätze, Göttingen 1987, 228 Seiten.
- Band 10** **Eggers, Marita** **ISBN 3-925327-09-6, EUR 50,20**
Finanzkraft als Merkmal der überragenden Marktstellung bei Zusammenschlußkontrollverfahren von Handelsbetrieben, Göttingen 1987, 278 Seiten.
- Band 11** **Lademann, Rainer** **ISBN 3-925327-10-X, EUR 24,10**
Besonderheiten im Wettbewerb des Handels. Realität oder Ideologie? Göttingen 1988, 56 Seiten.
- Band 12** **Hermes, Oliver** **ISBN 3-925327-11-8, EUR 45,60**
Die Erfassung von Nachfragewettbewerb im Handel. Ökonomische Grundlagen und kartellrechtliche Konsequenzen, Göttingen 1988, 258 Seiten. (Nachdruck: EUR 23,00)

- Band 13** **Lademann, Rainer** **ISBN 3-925327-12-6, EUR 45,60**
Machtverteilung zwischen Industrie und Handel, Göttingen 1988, 154 Seiten.
- Band 14** **Aldag, Hans-Heinrich** **ISBN 3-925327-13-4, EUR 45,60**
Marketing für Krankenhäuser. Rahmenbedingungen, Problemlösungserfordernisse und konzeptionelle Grundlegung, Göttingen 1988, 307 Seiten.
- Band 15** **Rudlowski, Thomas** **ISBN 3-925327-15-0, EUR 25,10**
Zur Zulässigkeit der Preiswerbung mit Sonderangeboten im Einzelhandel - Analyse der Rechtsprechung zur Anwendbarkeit der §§ 6d und 6e UWG aus handelswissenschaftlicher Sicht, Göttingen 1990, 103 Seiten.
- Band 16** **Kearsley, Jörgen F.** **ISBN 3-925327-16-9, EUR 25,10**
Konsequenzen für das Werbeverbot für freie Berufe in der Bundesrepublik Deutschland aus aktuellen Entwicklungen im Ausland, Göttingen 1990, 127 Seiten.
- Band 17** **Pförtner, Hans-Peter** **ISBN 3-925327-14-2, EUR 40,40**
Zum Konzept einer strategischen Innovationspolitik in der Ernährungsindustrie, Göttingen 1990, 269 Seiten.
- Band 18** **Trabandt, Ralf** **ISBN 3-925327-17-7, EUR 45,60**
Zum Wandel der Informationstechnologie in mittelständischen Handelsbetrieben - Strategische Bewertung und organisatorische Gestaltung am Beispiel des Warenwirtschaftssystems von Unternehmen aus dem Produktionsverbindungshandel, Göttingen 1991.
- Band 19** **Gritzmann, Klaus** **ISBN 3-925327-18-5, EUR 45,60**
Kennzahlensysteme als entscheidungsorientierte Informationsinstrumente der Unternehmensführung in Handelsunternehmen, Göttingen 1991, 289 Seiten.
- Band 20** **Wesche, Margit** **ISBN 3-925327-19-3, EUR 45,60**
Entscheidungsorientierte Kosten- und Leistungsrechnung in Handelsbetrieben, Göttingen 1991, 232 Seiten.
- Band 21** **Merkle, Wolfgang** **ISBN 3-925327-20-7, EUR 50,20**
Corporate Identity für Handelsbetriebe. Theoretische Grundlagen und Realisierungsansätze eines umfassenden Profilierungskonzeptes, Göttingen 1991, 272 Seiten.
- Band 22** **Knoblich, Hans; Haever, Roland** **ISBN 3-925327-21-5, EUR 25,10**
Der zoll- und steuerfreie Einzelhandel in der Bundesrepublik Deutschland: Erscheinungsformen und empirische Bedeutung, Göttingen 1991, 162 Seiten.
- Band 23** **Werner, Frank** **ISBN 3-925327-22-3, EUR 17,90**
Sonderwerbformen im Fernsehen - Eine ökonomische und rechtliche Analyse, Göttingen 1992, 150 Seiten. (vergriffen)
- Band 24** **Mahnkopf, Dirk** **ISBN 3-925327-23-1, EUR 45,60**
Die Einsatzmöglichkeiten von Expertensystemen zur Unterstützung von Beschaffungsentscheidungen in Handelsbetrieben, Göttingen 1992, 188 Seiten.
- Band 25** **Treis, Bartho** **ISBN 3-925327-24-X, EUR 12,80**
Grundlagen der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre, Göttingen 1992, 248 Seiten. (vergriffen)

- Band 26** **Taeger, Michael** **ISBN 3-925327-25-8, EUR 49,10**
Messemarketing, Marketing-Mix von Messegesellschaften unter Berücksichtigung wettbewerbspolitischer Rahmenbedingungen, Göttingen 1993, 260 Seiten.
- Band 27** **Rudlowski, Thomas** **ISBN 3-925327-26-6, EUR 45,60**
Vergleichende Werbung. Zur Zulässigkeit der vergleichenden Werbung in der Bundesrepublik Deutschland unter besonderer Berücksichtigung eines verhaltenswissenschaftlich fundierten Verbraucherbildes, Göttingen 1993, 224 Seiten.
- Band 28** **Pfuhl, Helmut** **ISBN 3-925327-27-4, EUR 40,40**
Einzelhandel und Versorgungsfunktion. Zur Theorie der zentralen Orte als Grundlage der Planung großstädtischer Einzelhandelsstrukturen, Göttingen 1994, 244 Seiten.
- Band 29** **Treis, Bartho** **ISBN 3-925327-28-2, EUR 20,20**
Marketing - ein Lernbuch, Göttingen 1994.
- Band 30** **Treis, Bartho** **ISBN 3-925327-30-4, EUR 12,80**
Institutionen- und Funktionenlehre des Handels, Göttingen 1994. (vergriffen; 2. Aufl. siehe **Band 50**)
- Band 31** **Pawlyta, Joachim** **ISBN 3-925327-29-0, EUR 20,00**
Der grenznahe Handel zwischen Deutschland und Polen, Göttingen 1995, 63 Seiten.
- Band 32** **Kröger, Tonio** **ISBN 3-925327-31-2, EUR 45,60**
Automobilvertrieb in Europa - Wettbewerbs- und verbraucherpolitische Analyse der GVO 123/85, Göttingen 1995, 244 Seiten. (vergriffen)
- Band 33** **Treis, Bartho** **ISBN 3-925327-32-0, EUR 12,80**
Handelsmanagement, Göttingen 1995. (vergriffen)
- Band 34** **Neuhaus, Anneke** **ISBN 3-925327-33-9, EUR 45,60**
Internationalisierungsstrategien des Einzelhandels, Göttingen 1996, 198 Seiten. (vergriffen)
- Band 35** **Warneke, Dennis** **ISBN 3-925327-34-7, EUR 45,60**
Problemstellungen der Ökologieorientierung im Handel, Göttingen 1996, 265 Seiten.
- Band 36** **Treis, Bartho** **ISBN 3-925327-35-5, EUR 12,80**
Handelsmarketing, Göttingen 1995. (vergriffen)
- Band 37** **Kearsley, Jörgen F.** **ISBN 3-925327-36-3, EUR 45,60**
Werbewirkung direkt-vergleichender Werbung, Göttingen 1996, 200 Seiten.
- Band 38** **Birkhofer, Ben** **ISBN 3-925327-38-X, EUR 35,30**
Zertifizierung mittelständischer Handelsunternehmen nach DIN ISO 9000ff - Grundlagen und Vorgehen bei der Einführung eines norm- und anforderungsgerechten Qualitätsmanagementsystems, Göttingen 1996, 154 Seiten.
- Band 39** **Funck, Dirk** **ISBN 3-925327-37-1, EUR 45,60**
Ökologische Sortimentspolitik im Handel, Göttingen 1996, 247 Seiten. (vergriffen)

- Band 40 Ernst, Cordula ISBN 3-925327-39-8, EUR 20,00**
Ansätze zur Beurteilung irreführender Werbung - Eine kritische Auseinandersetzung, Göttingen 1996, 58 Seiten.
- Band 41 Eggers, Till ISBN 3-925327-40-1**
Zum Einsatz des Instore-Mediums Ladenfunk im Rahmen der handelsbetrieblichen Kommunikationspolitik. (vergriffen)
- Band 42 Daniel, Alena ISBN 3-925327-41-X, EUR 45,60**
Das Planspiel als Instrument der Angewandten Gruppendynamik. Zur Bedeutung der Teamkompetenz in Führung und Zusammenarbeit des middle management im Handel., Göttingen 1996, 278 Seiten.
- Band 43 Sühling, Vera I. ISBN 3-925327-42-8, EUR 45,60**
Public Relations für Handelsunternehmen. Grundlagen, Strategien und Konzeption eines integrierten Kommunikations-Managements, Göttingen 1996, 220 Seiten.
- Band 44 Lademann, Rainer ISBN 3-925327-43-6, EUR 45,60**
Marktstruktur und Wettbewerb in der Ernährungswirtschaft, Göttingen 1996, 55 Seiten. (vergriffen)
- Band 45 Wolf, Susanne ISBN 3-925327-44-4, EUR 45,60**
Kundenbindung durch Qualitätsmanagement in Einzelhandelsbetrieben, Göttingen 1997, 230 Seiten.
- Band 46 I/II Grinôt, Annette ISBN 3-925327-45-2, EUR 60,90**
Geschichte und Entwicklungstendenzen des Warenhauses unter besonderer Berücksichtigung seiner Absatzstrategien, Göttingen 1997, 371 Seiten in zwei Bänden.
- Band 47 Hartmann, Nike ISBN 3-925327-46-0, EUR 45,60**
Franchisenehmerbeiräte. Ökonomische und wettbewerbsrechtliche Beurteilung von Franchisenehmerbeiräten in Franchisesystemen des Handels, Göttingen 1997, 266 Seiten.
- Band 48 Eckel, Heike ISBN 3-925327-47-9, EUR 45,60**
Beziehungsmarketing in Dienstleistungsunternehmen, Göttingen 1997, 179 Seiten. (vergriffen)
- Band 49 Rokohl, Claudia ISBN 3-925327-48-7, EUR 50,20**
Prozeßorientiertes Kostenmanagement in Einzelhandelsbetrieben, Göttingen 1997, 320 Seiten.
- Band 50 Treis, Bartho ISBN 3-925327-49-5, EUR 12,80**
Institutionen- und Funktionenlehre des Handels - Ein Lernbuch, 2. überarb. u. erw. Aufl., Göttingen 1997. (vergriffen)
- Band 51 Ettlin, Markus ISBN 3-925327-50-9, EUR 24,60**
Chancen und Risiken des Sozialmarketing, dargestellt am Beispiel des Deutschen Roten Kreuzes, Kreisverband Göttingen, Göttingen 1998, 54 Seiten.
- Band 52 Oppermann, Ralf ISBN 3-925327-51-7, EUR 50,20**
Marktorientierte Dienstleistungsinnovation, Göttingen 1998, 303 Seiten. (vergriffen)

- Band 53** **Treis, Bartho** **ISBN 3-925327-52-5, EUR 12,80**
Handelsmanagement - Ein Lernbuch, 2. Aufl., Göttingen 1998, 311 Seiten.
- Band 54** **Romeiser, Thomas** **ISBN 3-925327-53-3, EUR 45,60**
Marktzutrittsschranken im Handel, Göttingen 1998, 301 Seiten.
- Band 55** **Schwendt, Stefanie; Funck Dirk** **ISBN 3-925327-54-1, EUR 25,10**
Das Beschwerdemanagement als Bestandteil eines Qualitätsmanagementsystems im Handel - Vorschläge für eine Zertifizierung nach den Normen DIN-ISO-9000 ff. unter besonderer Berücksichtigung des Normelementes 4.18 (Schulung), Göttingen 1998, 75 Seiten.
- Band 56** **Holzschläger, Olaf** **ISBN 3-925327-55-X, EUR 50,20**
Category Management: Strategische Positionierung des Handels, Göttingen 1999, 246 Seiten.
- Band 57** **Schöl, Klaus** **ISBN 3-925327-56-8, EUR 45,60**
Konzeption handelsbetrieblicher Unternehmenssimulationen und Planspiele. Ein Modellentwurf für den mittelständischen Textileinzelhandel, Göttingen 1999, 228 Seiten.
- Band 58** **Schinnenburg, Heike** **ISBN 3-925327-57-6, EUR 45,60**
Ökologieorientierte Personalentwicklung im Handel. Grundlegungen und Konzeption auf der Basis einer ressourcenorientierten Betrachtung, Göttingen 1999, 258 Seiten.
- Band 59** **Hünermund, Daniela** **ISBN 3-925327-58-4, EUR 25,10**
Analyse der Zulässigkeitsbedingungen für vergleichende Werbung gemäß der Richtlinie 97/55/EG, Göttingen 2000, 67 Seiten.
- Band 60** **Treis, Bartho** **ISBN 3-925327-59-2, EUR 16,40**
Handelsmarketing - Ein Lernbuch, 2. Aufl., Göttingen 2000, 375 Seiten.
(vergriffen)
- Band 61** **Klingstein, Doreen** **ISBN 3-925 327-62-2, EUR 45,60**
Schutz geographischer Angaben und Ursprungsbezeichnungen in Europa – Bewertung der VO (EWG) Nr. 2081/92 als Instrument der europäischen Qualitätspolitik in der Land- und Ernährungswirtschaft, Göttingen 2001, 282 Seiten.
- Band 62** **Günther, Karin** **ISBN 3-925 327-63-0, EUR 45,60**
Stadtmarketing – Grundlagen und konzeptionelle Gestaltungsansätze für eine räumlich ganzheitliche Versorgungspolitik unter besonderer Berücksichtigung des stationären Einzelhandels, Göttingen 2002, 227 Seiten.
- Band 63** **Eckardt, Gordon H.; Funck, Dirk** **ISBN 3-925327-64-9, EUR 10,10**
Angewandtes Marketing – Konzeptionelle Grundlagen und Fallstudien, Göttingen 2001, 163 Seiten. (vergriffen)
- Band 64** **Eckardt, Gordon H.** **ISBN 3-925327-66-5, EUR 50,20**
Qualifikationsanforderungen an Category Manager im Handel – Ansätze und Instrumente zur Ermittlung und Entwicklung von Qualifikationsinhalten, Göttingen 2001, 347 Seiten.
- Band 65** **Eckardt, Gordon H.; Funck, Dirk** **ISBN 3-925327-71-1 EUR 12,50**
Angewandtes Marketing – Konzeptionelle Grundlagen und Fallstudien, 2. Aufl., Göttingen 2002, 169 Seiten. (vergriffen)

- Band 66** **Schwendt, Stefanie** **ISBN 3-925327-76-2, EUR 50,20**
Das innovative Handelsunternehmen – Gestaltungsempfehlungen für das handelsbetriebliche Innovationsmanagement aus systemorientierter Sicht, Göttingen 2004, 300 Seiten. (vergriffen)
- Band 67** **Cohrs, Tobias** **ISBN 3-925327-78-9 EUR 45,60**
Interne Kommunikationsprozesse – Operationalisierung und Messung im Rahmen prozessorientierter Managementsysteme, Göttingen 2004, 210 Seiten.
- Band 68** **Gripp, Hilke** **ISBN 3-925327-77-0 EUR 45,60**
Die EWR-weite Erschöpfungsregelung im Markenrecht – Eine Analyse aus ökonomischer Sicht, Göttingen 2004, 193 Seiten.
- Band 69** **Rohlfing, Martina** **ISBN 3-925327-79-7 EUR 45,60**
Qualitätsmanagement in KMU – Nutzenpotenziale und Ansätze zur Entwicklung einer organisationalen Handlungskompetenz, Göttingen 2004, 276 Seiten.
- Band 70** **Soboll, Martin** **ISBN 3-925327-75-4 EUR 50,20**
Beschaffungsmarketing für Facility Management-Dienstleistungen, Göttingen 2004, 350 Seiten.
- Band 71** **Mayer, Markus** **ISBN 3-925327-81-9 EUR 50,20**
Prozessorientierte Integration von Managementsystemen in mittelständischen Handelsunternehmen, Göttingen 2005, 250 Seiten.
- Band 72** **Friese, Astrid** **ISBN 3-925327-82-7 EUR 50,20**
Lieferanten-Beziehungsmanagement im Handel – Prozessorientierte Gestaltungsempfehlungen zur Umsetzung, Göttingen 2006, 292 Seiten. (vergriffen)
- Band 73** **Knigge, Katja** **ISBN 3-925327-83-5 EUR 49,90**
Retailing Risk Management – Konzeption eines ganzheitlichen theoriegeleiteten Ansatzes für die Implementierung eines Risikomanagementsystems im mittelständischen Einzelhandel, Göttingen 2006, 400 Seiten.
- Band 74** **Eckardt, Gordon H.** **ISBN 978-3-925327-90-2 EUR 24,90**
Business Management – Angewandte Unternehmensführung; Begrifflich-methodische Grundlagen und Fallstudien, Göttingen 2009, 432 Seiten.
- Band 75** **Eckardt, Gordon H.** **ISBN 978-3-925327-94-0 EUR 29,95**
Business Management – Angewandte Unternehmensführung; Begrifflich-methodische Grundlagen und Fallstudien, 3. Aufl., Göttingen 2011, 300 Seiten.
- Band 76** **Eckardt, Gordon H.; Hardiman, Marco** **ISBN 978-3-925327-96-4 EUR 30,00**
Marketing – Grundlagen & Praxis; 2. Aufl., Göttingen 2011, 400 Seiten.
- Band 77** **Lademan, Rainer P.** **ISBN 978-3-925327-93-3 EUR 39,00**
Innerstädtische Einkaufszentren – Eine absatzwirtschaftliche Wirkungsanalyse, Göttingen 2011, 273 Seiten.
- Band 78** **Lademan, Rainer P.** **ISBN 978-3-943538-04-5 EUR 49,00**
Marketingstrategien und Wettbewerb im Lebensmittelhandel; Wettbewerbsökonomische Analysen von Marktstrukturen, Marktverhalten und Marktergebnissen, Göttingen 2012, 352 Seiten.

Erschienenene Arbeitspapiere

- Nr. 1** **Zielke, Stephan** **ISBN 3-925327-80-0 EUR 18,00**
Messung von Preisimages im Handel, Göttingen 2004, 55 Seiten.
- Nr. 2** **Boslau, Madlen; Lietke, Britta** **ISBN 3-925327-84-3 EUR 18,00**
RFID aus Konsumentensicht – Umfrageergebnisse und Implikationen, Göttingen 2006, 48 Seiten.
- Nr. 3** **Zielke, Stephan** **ISBN 3-925327-85-1 EUR 18,00**
Asymmetrische Effekte bei der Entstehung von Preiszufriedenheit, Göttingen 2006, 60 Seiten.
- Nr. 4** **Zielke, Stephan** **ISBN 978-3925327865 EUR 18,00**
Eine qualitative Untersuchung von Preisimages im Handel, Göttingen 2008.
- Nr. 5** **Lietke, Britta** **ISBN 978-3-925327-87-2 EUR 24,00**
Agency-Konflikte in Efficient Consumer Response-Kooperationen – empirische Befunde und theoretische Erklärungen, Göttingen 2008, 69 Seiten.
- Nr. 6** **Boslau, Madlen** **ISBN 978-3-925327-88-9 EUR 24,00**
Ausgewählte verhaltenswissenschaftliche Theorien zur Erklärung der Kundenzufriedenheit mit Selbstbedienungskassen im Handel, Göttingen 2008, 72 Seiten.
- Nr. 7** **Lietke, Britta; Toporowski, Waldemar** **ISBN 978-3-925327-89-6 EUR 18,00**
Status Quo des Efficient Consumer Response – Ergebnisse einer Unternehmensbefragung, Göttingen 2008, 30 Seiten.
- Nr. 8** **Spreer, Philipp** **ISBN 978-3-943538-08-3 EUR 18,00**
Digitales In-Store-Marketing: Erkenntnisse zu Akzeptanz und Wirkung, Göttingen 2013, 54 Seiten.

Erschienene Forschungsberichte

- IMS Nr. 1** **Funck, D.; Alvermann, A.; Mayer, M.; Schwendt, S.** **ISBN 3-925327-60-6, EUR 7,70**
Die Zertifizierung integrierter Managementsysteme in kleinen und mittleren Dienstleistungs- und Handelsunternehmen, Göttingen 2000, 50 Seiten.
- IMS Nr. 2** **Shopov, A.; Funck, D.** **ISBN 3-925327-61-4, EUR 7,70**
Die Zufriedenheit gewerblicher Kunden – Theoretische Grundlagen und Überprüfung des Messinstrumentes "INDSAT", Göttingen 2001, 91 Seiten.
- IMS Nr. 3** **Funck, D.; Mayer, M.; Schwendt, S.** **ISBN 3-925327-65-7, EUR 7,70**
Integrierte Managementsysteme im Spiegel einer internationalen Expertenbefragung, Göttingen 2001, 60 Seiten.
- IMS Nr. 3a** **Funck, D.; Mayer, M.; Schwendt, S.** **ISBN 3-925327-67-3, EUR 7,70**
Integrated Management Systems in the Light of International Expert Interviews. Present Situation and further Developments in the Trade and Service Sector, Göttingen 2001, 50 Seiten.
- IMS Nr. 4** **Friese, A.; Funck, D.** **ISBN 3-925327-68-1, EUR 7,70**
The Implementation of Relationship Marketing – A Relationship-Based Examination of the EFQM-Model, Göttingen 2001, 67 Seiten.
- IMS Nr. 5** **Funck, D.; Friese, A., Mayer, M., Rohlfing, M., Schwendt, S.** **ISBN 3-925327-69-X, EUR 7,70**
Integrierte Managementsysteme in der Diskussion. Erkenntnisse aus 47 internationalen Experteninterviews unter besonderer Berücksichtigung von kleinen und mittleren Handels- und Dienstleistungsunternehmen, Göttingen 2002, 45 Seiten.
- IMS Nr. 5a** **Funck, D.; Friese, A.; Mayer, M.; Rohlfing, M.; Schwendt, S.** **ISBN 3-925327-73-8, EUR 7,70**
Integrated Management Systems. Results from 47 international expert interviews with special consideration of small and medium-sized trading and service companies, Göttingen 2002, 42 Seiten.
- IMS Nr. 6** **Mayer, M.** **ISBN 3-925327-70-3, EUR 7,70**
Perspektiven (Integrierter) Managementsysteme. Entwicklungsmöglichkeiten aus wissenschaftlicher Sicht, Göttingen 2002.
- IMS Nr. 7** **Rohlfing, M.; Funck, D.** **ISBN 3-925327-72-X, EUR 7,70**
Kleine und mittlere Unternehmen (KMU). Kritische Diskussion quantitativer und qualitativer Definitionsansätze, Göttingen 2002, 25 Seiten.
- IMS Nr. 8** **Treis, B.; Funck, D.** **ISBN 3-925327-74-6, EUR 7,70**
Die Normierung und Zertifizierung integrierter Qualitäts- und Umweltmanagementsysteme in Dienstleistungs- und Handelsunternehmen, Abschlussbericht eines Forschungsprojektes, Göttingen 2003, 57 Seiten.

Schriftenreihe des Norddeutschen Instituts für Familienunternehmen

- Nr. 1** **Eckardt, G.H. (Hrsg.):** **ISBN 978-3-925327-95-7**
Prof. Dr. Thomas Krolak, Christian Rönnpag, Martin Stawinoga, Florian Gerl: Controlling in Familienunternehmen 2010 – Entwicklungen und Trends; Schriftenreihe des Norddeutschen Instituts für Familienunternehmen – Institut an der Fachhochschule Kiel; Band 1; GHS-Verlag 2011.
- Nr. 2** **Eckardt, G.H. (Hrsg.):** **ISBN 978-3-925327-97-1**
Prof. Dr. Gordon H. Eckardt, Prof. Dr. Ute Vanini: Offshore-Windenergie 2010 - Markt- und Erfolgspotentiale. Eine Studie für Unternehmen in der Region Kiel; Schriftenreihe des Norddeutschen Instituts für Familienunternehmen – Institut an der Fachhochschule Kiel; Band 2; GHS-Verlag 2011.
- Nr. 3** **Eckardt, G.H. (Hrsg.):** **ISBN 978-3-925327-99-5**
Prof. Dr. Ute Vanini, Alena Bertram: Kennzahlen in Familienunternehmen - Erfolgreiche Nutzung in der Unternehmenssteuerung? Schriftenreihe des Norddeutschen Instituts für Familienunternehmen – Institut an der Fachhochschule Kiel; Band 3; GHS-Verlag 2011.
- Nr. 4** **Eckardt, G.H. (Hrsg.):** **ISBN 978-3-943538-05-2**
Prof. Dr. Gordon H. Eckardt, Daniel Meinzer, Annelie Tallig: Familienunternehmen im norddeutschen Raum Stand und Perspektiven der wirtschaftlichen Entwicklung Fokusstudie Personal; Schriftenreihe des Norddeutschen Instituts für Familienunternehmen – Institut an der Fachhochschule Kiel; Band 3; GHS-Verlag 2012.