

Publikationen

- (2015): Fanpages are dead. Rechnen sich soziale Netzwerke für Unternehmen?.
- (2015): Die Wirkung von Digital Marketing in sozialen Netzen erhöhen!. Keynote. In: 76. Roundtable des Münchner Unternehmerkreis IT, München.
- (2015): Rechnen sich soziale Netzwerke für Unternehmen?.
- (2015): Content Marketing: Forget Facebook-Fanpages?. In: *acquisa*, no. 2, pp. 30-36.
- (2014): Profitabel überleben im Zeitalter des Internets.
- (2014): Machen Sie deutlich mehr aus Ihrer Werbung, aber bitte mit weniger Kosten!.
- (2014): Machen Sie deutlich mehr aus Ihrer Werbung, aber bitte mit weniger Kosten!. Effizienzsteigernde Maßnahme aus Sicht von Unternehmen und Werbeagenturen.
- (2014): Überleben im Zeitalter des Internets. Chancen für den Einzelhandel.
- (2014): Wie kann der stationäre Einzelhandel profitabel im Zeitalter des Internets überleben?.
- (2014): Wie kann der stationäre Einzelhandel profitabel im Zeitalter des Internets überleben?. Bieten Sie Ihren Kunden ein echtes, persönliches Einkaufserlebnis!.
- (2014): Kommunikations- und Identitätspolitik. In: *Marketing im Nebenfach*, Berlin.
- (2014): Fehlender Dialog. In: *Harvard Business Manager*, no. 10, pp. 96-97.
- (2014): Mit Kompetenz zurück zum Erfolg. In: *sport Fachhandel*, no. 20.21, pp. 42-46.
- (2013): Mitgliederbefragung Kfz-Innung Niederbayern. Vorstellung der Ergebnisse. In: *Jahreshauptversammlung der Kfz-Innung Niederbayern*, Deggendorf.
- (2013): Enthusiastic customers generate more profit. Buying experiences as an important component of a retailer's positioning strategy. In: *ISPO Munich*, München.
- (2013): Potenziale für mehr Kompetenz. Studie zur Verkäuferqualifizierung. In: *kfz-betrieb*, no. 5.
- (2013): Ein ergebnisorientierter Ansatz zur Ermittlung der Verkaufskompetenz von Verkäufern: Forschungsdesign und Ergebnisse einer wissenschaftlichen Feldstudie im Automobilhandel. In: *Marketing in Forschung und Praxis*, Berlin.
- (2012): Präsentation der Studie "Erfolgsstrategien im Handel". *Unternehmergespräch*.
- (2012): Mehr fragen, besser zuhören. In: *Harvard Business Manager*, no. 12, pp. 12-13.
- (2011): Präsentation der Studie "Erfolgsstrategien im Handel". In: *Tag des Handels*.
- (2011): *Intelligente Werbung, exzellentes Marketing. Ein praktischer Leitfaden zu Kundenpsychologie und Neuromarketing, Prozessen und Partnermanagement*. ISBN: 978-3895783777.
- (2010): *Drehscheibe Handel*. In: *Wirtschaftsregion Niederbayern*, Oldenburg (Oldb).
- (2009): Wecken Sie heute Kräfte, mit denen Sie morgen erfolgreich sind. In: *Tag des Handels*.

- (2009): Die Suche nach den versteckten Gewinnen im Handel.
- (2009): Die Suche nach den versteckten Gewinnen im Handel. In: Markt & Medien, no. Mai, pp. 1-2.
- (2009): Zukunft für den Handel. In: Niederbayerische Wirtschaft der IHK Passau, no. 3.
- (2007): Erfolgreiches Multi-Channel-Marketing in der IT-Branche. In: Handbuch Multi-Channel-Marketing, Wiesbaden.
- (2005): Wenn Mitarbeiter wie Kunden denken. Prozessmanagement im Bereich Medical Solutions der Siemens AG. In: wissensmanagement - Das Magazin für Führungskräfte (Special), no. 2.
- (2005): Systematische Brautschau. In: absatzwirtschaft, no. 11, pp. 54-59.
- (2004): Linguistic contexts as a source of personalisation. In: DM Compact, no. 3/4, pp. 18-23.
- (2003): Effizienz von Kundenzeitschriften im industriellen Marketing. In: Applied Marketing, Berlin u.a.
- (2002): Was Kunden von Kundenzeitschriften erwarten. Eine Case Study zur kundenorientierten Identifizierung von Effizienzsteigerungspotentialen in der Marketingkommunikation. In: Erfolg durch Direktmarketing, Neuwied [u.a.].
- (2000): Prozessorientierung ist messbar. In: QZ - Qualität und Zuverlässigkeit, no. 2, pp. 196-198.
- (1996): Integrierte Typen- und Teileoptimierung. Neue Methoden des Produktprogramm-Managements. In: Gabler Edition Wissenschaft. Kasseler Wirtschafts- und Verwaltungswissenschaften, Wiesbaden; Wiesbaden, vol. Bd. 3. ISBN: 978-3824463381.