

## Monographien

1. Positionierung alternativer Einkaufsstätten für Sanitärprodukte – eine empirische Untersuchung, Tectum-Verlag, Marburg 1997.
2. Der handelsrechtliche Jahresabschluß, Oldenbourg-Verlag, München 1998.
3. Marktspiegel CRM-Systeme, Gabler-Verlag, Wiesbaden 2001.
4. Eine simulationsgestützte Methode für eine optimale Budgetentscheidung im Kundenbindungsmanagement, HNI-Verlagsschriftenreihe, Paderborn 2002.
5. Online-Vertrieb, Carl Hanser-Verlag, München 2003.
6. FAQ: Balanced Scorecard und Controlling, Fortis – Bildungsverlag Eins, Troisdorf 2003.

## Herausgeberbände

7. Effektives Customer Relationship Management, Gabler-Verlag, 456 Seiten, Wiesbaden 2000.
8. Praxis des Customer Relationship Management, Gabler-Verlag, Wiesbaden 2001.
9. Effektives Customer Relationship Management, Gabler-Verlag, Wiesbaden 2001, 2. Auflage.
10. Effektives Customer Relationship Management, Gabler-Verlag, Wiesbaden 2002, 3. Auflage.
11. Praxis des Customer Relationship Management, Gabler-Verlag, Wiesbaden 2003, 2. Auflage.

## Artikel

12. Qualitätssteigerung in der betrieblichen Aus- und Weiterbildung durch den Einsatz von Multimedia, in: Wiecher, H. (Hrsg.): Betriebliches Qualitätsmanagement, Verlag an der Lottbek, Ammersbek bei Hamburg 1997.
13. Gestaltungsaspekte des Reklamations-Controlling, in: Der Karriereberater, Heft 5/1998.
14. Die erfolgreiche Umsetzung von Change-Management, in: Der Karriereberater, Heft 6/1998.
15. Controlling des Erfolges von Change-Management, in: Der Karriereberater, Heft 6/1998.
16. Change-Management als Basis für die organisatorische (Um-)Gestaltung eines Unternehmens, in: Der Karriereberater, Heft 6/1998.
17. Werbeeinnahmen bei virtuellen Communities, wo liegen die Probleme?, in: Netbook 2/99.
18. Chancen- und Risikomanagement im Konzern Deutsche Post AG, in: Kostenrechnungspraxis, Heft 5/1999.
19. Unternehmensplanung mit Excel erleichtern, in Office Journal, Heft 5/1999.
20. Analyse regionaler Kundendaten, in: Office Journal, Heft 6/1999.
21. Wissens- und Kundenmanagement im Internet, in: Kottkamp, R., Rademacher, L.: Kommunikations- und Kooperationsplattformen für Unternehmensnetzwerke, Verlag Praxiswissen Dortmund 1999.

22. Regional Virtual Networks, in: Singh, J. u. a.: Computer Integrated Manufacturing, Volume 1, Singapur 2000.
23. A New Approach to a Supplier-Integrated Planning, in: Singh, J. u. a.: Computer Integrated Manufacturing, Volume 1, Singapur 2000.
24. The Controlling of Production Processes by Customer Satisfaction, in: Proceedings of the 16th International Conference on CAD/CAM, Robotics & Factories of the Future, Port of Spain 2000.
25. Höhere Reagibilität im Kundenmanagement durch den Einsatz von CRM, in: Dangelmaier, W.: Das reagible Unternehmen, HNI-ALB-Verlagsschriftenreihe, Paderborn 2000.
26. CRM-Systeme Quo vadis?, in: CRM-Report, Sonderheft des salesprofi, Wiesbaden 2000.
27. CRM im Mittelstand – In fünf Schritten zum richtigen System, in: Business User, Heft 4/2000.
28. Gestaltung eines Informationsmodells für ein prozeßorientiertes Kundenbindungsmanagement, in: Schmidt, H. (Hrsg.): Moderne betriebliche Informationssysteme, GI-Verlag, Siegen 2000.
29. A Dynamic, Simulation-Based Method for an Optimisation of the Integrated Customer Management, in: The Graduate College of the Heinz-Nixdorf-Institut, 8. Annual Report 2000.
30. Felder und Instrumente der Unternehmensberatung, in: IQ – Magazin zur Weiterbildung von Führungskräften, Heft 6/2000.
31. Balanced Scorecard im Mittelstand, in Business User, Heft 6/2000.
32. Trends im Customer Relationship Management (CRM), in: Trend 2001, Jahrbuch der Zeitschrift Database Marketing, Ettlingen 2000.
33. Online-Coaching: Die schnelle und praktische Art des persönlichen Lernens, in: IQ – Magazin zur Weiterbildung von Führungskräften, Heft 1/2001.
34. Excel-Workshop: Balanced Scorecard – In vier Schritten zum eigenen System, in Business User, Heft 1/2001.
35. CRM im Mittelstand – worauf kommt es an, in: Direkt Marketing, Heft 3/2001.
36. CRM im Maschinenbau, in: Direkt Marketing, Heft 3/2001.
37. Kundenmanagement-Organisation, in: Pepels, W. (Hrsg.): Organisationsgestaltung in marktorientierten Unternehmen, Sauer-Verlag, Heidelberg 2001.
38. Fallstricke bei Kundenzufriedenheitsanalysen, erscheint im April in: Direkt Marketing, Heft 4/2001.
39. Kritische Erfolgsfaktoren bei der Einführung von CRM-Systemen, in: Direkt Marketing, Heft 5/2001.
40. A Knowledge Based Method for an Integrated, Dynamic Process Management, in: Proceedings of the 17th International Conference on CAD/CAM, Robotics & Factories of the Future, Durban 2001.
41. Methods for an Effective Knowledge Management, in: Proceedings of the 17th International Conference on CAD/CAM, Robotics & Factories of the Future, Durban 2001.
42. CRM-Audit – Grundstein für eine erfolgreiche Einführung von CRM, in: Helmke, S., Dangelmaier, W: Effektives Customer Relationship Management, Gabler-Verlag 2001.
43. Change Management für den erfolgreichen Roll Out von CRM-Systemen, in: Helmke, S., Dangelmaier, W: Effektives Customer Relationship Management, Gabler-Verlag 2001.

44. CRM-Systems as a Technology Enabler for a Customer-Oriented Knowledge Management, erscheint im August 2001 in: Proceedings of PICMET International Conference 2001, Portland 2001.
45. The Use of Information Technology for the Development of Organizational Knowledge, erscheint im August 2001 in: Proceedings of PICMET International Conference 2001, Portland 2001.
46. Komponenten eines CRM-Systems, in: Look In! Magazin, Heft 1/2001.
47. A Simulation-Based Method for an Integrated Customer Management, in: The Graduate College of the Heinz-Nixdorf-Institut, 9. Annual Report 2001.
48. Kundenzufriedenheit managen, Interview in: Vis-A-Vis, Beilage zur Financial Times Deutschland vom 17. Oktober 2001, Heft 6/2001.
49. Das Frühwarnsystem für Ihre Firma, in: Pro Firma, Heft 7/2001.
50. Konzeptionelle Umsetzung und Einführung von Category Management-Software, in: Absatzwirtschaft, Heft 8/2001.
51. Expertentips zur CRM-Einführung, in: success, Beilage zur Chip, Heft 11/2001.
52. Change Management – ein kritischer Erfolgsfaktor für die erfolgreiche Einführung von CRM-Systemen, in: Wilde, K. D.; Hippner, H.: CRM 2002, Verlagsgruppe Handelsblatt, Düsseldorf 2001.
53. Verkaufsmöglichkeiten im Internet, in: Conrady, R.; Jaspers, T.; Pepels, W. (Hrsg.): Online-Marketing-Instrumente, Luchterhand-Verlag, Neuwied 2002
54. CRM-Projekt für ein Unternehmen der Maschinenbaubranche, in: Uebel, M.; Helmke, S.; Dangelmaier, W.: Praxis des Customer Relationship Management, Gabler-Verlag, Wiesbaden 2002.
55. Grundrahmen des Customer Relationship Management-Ansatzes, in: Uebel, M.; Helmke, S.; Dangelmaier, W.: Praxis des Customer Relationship Management, Gabler-Verlag, Wiesbaden 2002.
56. Kundenzufriedenheitsanalyse als CRM-Instrument für ein Unternehmen der Tourismusbranche, in: Uebel, M.; Helmke, S.; Dangelmaier, W.: Praxis des Customer Relationship Management, Gabler-Verlag, Wiesbaden 2002.
57. Customer Relationship Management: Verbesserung interner Bearbeitungsprozesse, in: Beschaffung aktuell, Heft 4/2002.
58. Instrumente des Kundenmanagements, in: Horn, C.; Koelmel, B.; Ried, C.: Kundenmanagement im Mittelstand, d.punkt-Verlag, 2002.
59. Data Warehouses und Data Mining im Vertrieb 2002 in: Pepels, W.: Handbuch Vertrieb, Carl Hanser Verlag, München 2002 .
60. Mit allen Sinnen stets am Markt, Interview in: Initiativbanking, Heft 3/2002.
61. CRM: Markt, Instrumente und Lösungen, in: Dallmer, H.: Handbuch Direct Marketing, Gabler-Verlag, 8. Auflage, Wiesbaden 2002.
62. Einführung von Service Level Agreements bei Wincor Nixdorf, in: Industrie-Magazin, Heft 11/2003.
63. Cross Media-Response: Was bringen Werbemittel wirklich?, in: Direkt Marketing, Heft 6/2004.
64. Systematisches Change Management in CRM-Projekten, in: Sexauer, H. J.: Konzepte des Customer Relationship Management (CRM), Denk!Institut-Verlag, Wiesbaden 2004.