

**BUCHVERÖFFENTLICHUNGEN**

---

- Walsh, Gianfranco/Deseniss, Alexander/Kilian, Thomas: **Marketing. Eine Einführung auf der Grundlage von Case Studies**, 3. Aufl., Berlin Heidelberg 2019 (Springer Gabler)
- Deseniss, Alexander. **Marketing für Wirtschaftswissenschaftler für Dummies**, Weinheim 2016 (Wiley-VCH)
- Klee, Alexander / Buxel, Holger: **Der PC&M-Start up-Ratgeber. Das praxisorientierte Handbuch für mittelständische Unternehmensgründungen**, Hrsg.: Pensions Communication & More e.V., Göttingen 2007.
- Wiedmann, Klaus-Peter / Klee, Alexander / Buxel, Holger / Buckler, Frank (Hrsg.): **Ertragsorientiertes Zielkundenmanagement für Finanzdienstleister**, Wiesbaden 2003.
- Klee, Alexander / Wiedmann, Klaus-Peter / Yildiz, Ferah: **Ethno-Marketing für Kreditinstitute**, Deutscher Sparkassenverlag, Stuttgart 2003.
- Klee, Alexander: **Existenzgründung – ein Leitfaden für türkische und türkischstämmige Existenzgründer in Deutschland**, Hrsg.: Versorgungswerk türkischer Unternehmer e.V., Hannover 2001.
- Klee, Alexander: **Strategisches Beziehungsmanagement**, Aachen 2000.

**BEITRÄGE IN HERAUSGEBER-/SAMMELBÄNDEN & LEXIKA**

---

- Deseniss, Alexander: **Kapitel 7 Marketing – Konzept und Informationsgrundlagen / Kapitel 8 Strategisches Marketing / Kapitel 9 Der Marketingmix – die Umsetzung des Marketings**, in: Amely, T. (Hrsg.): *BWL. Das Lehrbuch (für Dummies-Reihe)*. Weinheim 2018 (Wiley-VCH), S. 213-293.
- Deseniss, Alexander (2016): **Wirkungsvolles Marketing mit knappen Mitteln**, in: Stahl, H. K. / Hinterhuber, H. H. (Hrsg.): *Erfolgreich im Schatten der Großen. Wettbewerbsvorteile für Kleine und Mittlere Unternehmen*, 2. Auflage, S. 177-192, Berlin 2016 (Erich Schmidt Verlag)
- Deseniss, Alexander: **Produkt- und Programmpolitik**, in: Pepels, Werner (Hrsg.): *Marketing im Nebenfach*, Berlin 2014 (Berliner Wissenschaftsverlag), S. 57-75 (Kapiteltext) & 300-304 (Musterlösungen für Übungsaufgaben).
- Deseniss, A.: **Podcasts als Kommunikationsinstrument**, in: Walsh, G./ Hass, B./ Kilian, T. (Hrsg.): *Web 2.0 – Neue Perspektiven für Marketing und Medien*, 2. Aufl., Berlin 2011, S. 125-139.
- Klee, A.: **Podcasts als Kommunikationsinstrument**, in: Hass, B./ Walsh, G./Kilian, T. (Hrsg.): *Web 2.0 – Neue Perspektiven für Marketing und Medien*, Berlin 2008, S. 153-170.
- Klee, Alexander / Wiedmann, Klaus-Peter: **How will Solvency II requirements affect reputation management?**, in: KPMG International (Hrsg.): *Solvency II Briefing, Edition 3*, Zürich 2007, S. 26-28.
- Klee, Alexander / Wiedmann, Klaus-Peter: **Deutschlands Migranten – Eine ertragsstarke Zielgruppe im Dornröschenschlaf**, in: Achenbach, Wieland / Barthel, Erich / Rudolph, Dirk (Hrsg.):

Herausforderungen an das HR-Management. Neue Aufgaben und Lösungsansätze in der Finanzindustrie, Frankfurt 2006, S. 157-170.

- Wiedmann, Klaus-Peter / Klee, Alexander: **Erfolgsfaktor Zielkundenmanagement für Finanzdienstleister**, in: Wiedmann, Klaus-Peter / Klee, Alexander / Buxel, Holger/ Buckler, Frank (Hrsg.): Ertragsorientiertes Zielkundenmanagement für Finanzdienstleister, Wiesbaden 2003, S. 13-32.
- Wiedmann, Klaus-Peter / Klee, Alexander / Siemon, Nadine: **Erfolgsfaktoren eines ertragsorientierten Zielkundenmanagement im Retail Banking**, in: Wiedmann, Klaus-Peter / Klee, Alexander / Buxel, Holger/ Buckler, Frank (Hrsg.): Ertragsorientiertes Zielkundenmanagement für Finanzdienstleister, Wiesbaden 2003, S. 55-71.
- Wiedmann, Klaus-Peter / Klee, Alexander: **Ethno-Marketing im Finanzsektor: Neue Zielgruppen erobern und erfolgreich bearbeiten**, in: Wiedmann, Klaus-Peter / Klee, Alexander / Buxel, Holger/ Buckler, Frank (Hrsg.): Ertragsorientiertes Zielkundenmanagement für Finanzdienstleister, Wiesbaden 2003, S. 223-240.
- Wiedmann, Klaus-Peter / Klee, Alexander: **City-Marketing**, in: Bruhn, Manfred / Homburg, Christian (Hrsg.): Gabler Marketing-Lexikon, Wiesbaden 2001, S. 98-100.
- Wiedmann, Klaus-Peter / Klee, Alexander: **Marketing für öffentliche Betriebe**, in: Bruhn, Manfred / Homburg, Christian (Hrsg.): Gabler Marketing-Lexikon, Wiesbaden 2001, S. 419-422.
- Wiedmann, Klaus-Peter / Klee, Alexander: **Public Private Partnership**, in: Bruhn, Manfred / Homburg, Christian (Hrsg.): Gabler Marketing-Lexikon, Wiesbaden 2001, S. 613-615.
- Klee, Alexander / Stahl, Heinz K.: **Die Verankerung der Außenorientierung im normativen Management der Unternehmung**, in: Hinterhuber, Hans H. / Stahl, Heinz K.: Fallen die Unternehmensgrenzen? Beiträge zur Außenorientierung in der Unternehmensführung, Renningen 2001, S. 41-56.
- Stahl, Heinz K. / Klee, Alexander: **Die Realisierung einer außenorientierten Reputationspolitik**, in: Hinterhuber, Hans H. / Stahl, Heinz K.: Fallen die Unternehmensgrenzen? Beiträge zur Außenorientierung in der Unternehmensführung, Renningen 2001, S. 18-40.

#### **BEITRÄGE IN ZEITSCHRIFTEN / PERIODIKA (REFEREED)**

---

- Walsh, G. / Deseniuss, A. / Ivens, S. / Schaarschmidt, M.: **Buffering the service failure-induced effect of anger on revenge**, in: Kybernetes, Vol. 48, 2019 (in preparation; accepted for publication)
- Walsh, G. / Lindridge, A. / Mitchell, V.-W. / Deseniuss, A. / Lippold, A.: **Investigating consumer confusion proneness cross-culturally: Empirical evidence from the United States, Germany, and Thailand**, in: International Journal of Markets and Business Systems, Vol. 2, No. 3, 2016 (DOI <https://doi.org/10.1504/IJMABS.2016.081544>)
- Wiedmann, Klaus-Peter / Walsh, Gianfranco / Adam, David A. / Klee, Alexander: **Reiseverkaufsfernsehen als neuer Distributionskanal im Tourismus – Analyse des Zuschauerhaltens und Marketingimplikationen**, Marketing ZFP, 26. Jg., 2/2004, S. 109-119.

- Wiedmann, Klaus-Peter / Walsh, Gianfranco / Klee, Alexander: **Konsumentenverwirrtheit: Konstrukt und marketingpolitische Implikationen**, in: Marketing ZFP, 23. Jg., 2/2001, S. 83-99.
- Hennig-Thurau, Thorsten / Klee, Alexander / Langer, Markus: **Das Relationship Quality-Modell zur Erklärung von Kundenbindung: Einordnung und empirische Überprüfung**, in: Zeitschrift für Betriebswirtschaft, 69. Jg., Ergänzungsheft 2/99, S. 111-132.
- Hennig-Thurau, Thorsten / Klee, Alexander: **The Impact of Customer Satisfaction and Relationship Quality on Customer Retention: A Critical Reassessment and Model Development**, in: Psychology & Marketing, Special Issue on Relationship Marketing, Vol. 14, No. 8 / December 1997, S. 737-764.

#### **BEITRÄGE IN ZEITSCHRIFTEN / PERIODIKA (NON-REFEREED)**

---

- Klee, Alexander/Juretzki, Tim: **Effizienz im Internet**, in: die bank, 08/2009, S. 48-50.
- Walsh, Gianfranco / Niermann, Stefan / Klee, Alexander: **Kundenzufriedenheit und Kundenbindung als Grundlage der Zielgruppenbildung im Dienstleistungssektor**, in: Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung, 01/2008, S. 42-59.
- Klee, Alexander: **Dialogmarketing 2.0 – Podcasts als Kommunikations-Tool**, in: Fischer's Archiv, 01/2008, S. 8-9.
- Klee, Alexander: **Zeitgemäßes Instrument, aber keine Wunderwaffe: Podcasting als innovativer Ansatz in der Hochschullehre**; in: Forschung und Lehre, 13. Jg., 10/2006, S. 578-579.
- Buxel, Holger / Klee, Alexander: **Systematisches Kundenmanagement**, in: Muth, Michael / Weidner, Lutz / Zehetbauer, Emanuel (Hrsg.): Unternehmenskommunikation (Digitale Fachbibliothek), Ausgabe Oktober 2006, Düsseldorf 2006, Beitrag 05.01.06, S. 1-25.
- Buxel, Holger / Klee, Alexander: **Zielkundenmanagement**, in: Albers, Sönke / Hassmann, Volker / Tomczak, Torsten (Hrsg.): Vertrieb: Planen, Umsetzen, Optimieren, Ausgabe November 2006 (Digitale Fachbibliothek), Düsseldorf 2006, S. 1-24.
- Buxel, Holger / Klee, Alexander: **Management der Kundenorientierung als Führungsaufgabe**, in: Symposion Publishing (Hrsg.): Führungspraxis: Motivieren, Kooperieren, Führen (Digitale Fachbibliothek), Ausgabe Oktober 2006, Düsseldorf 2006, S. 1-25.
- Buxel, Holger / Klee, Alexander: **Integriertes Kundenmanagement**, in: Antoni, Conny / Eyer, Eckhard (Hrsg.): Das flexible Unternehmen (Digitale Fachbibliothek), Ausgabe August/2006, Düsseldorf 2006, Beitrag 08.08, S. 1-24.
- Walsh, Gianfranco / Klee, Alexander / Wiedmann, Klaus-Peter / Waßmann, Tobias: **Wechselbarrieren als Ursache für die Stabilität von Geschäftsbeziehungen**, Zeitschrift für Energiewirtschaft, 29. Jg., 2/2005, S. 145-153.
- Klee, Alexander / Wiedmann, Klaus-Peter: **Ethno-Marketing boomt**, in: finanz-marketingjournal, 1. Jg., 1/2002, S. 30-35.

## KONFERENZBEITRÄGE

---

- Walsh, G. / Ivens, S. / Schaarschmidt, M. / Deseniss, A.: **Buffering the Service Failure–Induced Effect of Anger on Revenge**, in: Conference Proceedings 'Business Systems Laboratory - 6th International Symposium. Borders without borders: Systemic frameworks and their applications for sustainable well-being in the global era', University of Pavia, Pavia 2019.
- Deseniss, Alexander: **Academic Podcasting Revisited – Practical Experiences, New Applications, Limitations**, in: Seinäjoki University of Applied Sciences (Ed.): Creativity and Innovation, SEAMK Conference Proceedings, Seinäjoki University of Applied Sciences, Seinäjoki 2011.
- Klee, Alexander: **Experience Branding. A Conceptual Response to Contemporary Challenges in Brand Management**, in: Rosa G./Smalec, A. (Eds.): Marketing Przyszłości (The Future of Marketing), WZEU Conference Proceedings, University of Szczecin, Szczecin 2008, S 231-238.

## WHITEPAPERS UND ARBEITSPAPIERE

---

- Deseniss, A. / Steffens, A.: **Shopper Intelligence**, Veröffentlichungsreihe 'Whitepaper Datennutzung' der arvato systems GmbH, Gütersloh 2012 (Bertelsmann)
- Buxel, Holger / Klee, Alexander: **Bausteine eines Customer Intelligence Systems als Grundlage des Zielkundenmanagement**, Schriftenreihe Mittelstands-Management des Pensions Communication & More e.V., Göttingen 2007.
- Buxel, Holger / Klee, Alexander: **Bausteine eines systematischen Customer Relationship Management für mittelständische Unternehmen**, Schriftenreihe Mittelstands-Management des Pensions Communication & More e.V., Göttingen 2006.
- Wiedmann, Klaus-Peter / Ivanov, Denis / Klee, Alexander: **Die Brand Scorecard als Instrument des Markencontrolling im Finanzdienstleistungssektor – das Anwendungsbeispiel Bausparkassen**, Hannover 2004.
- Klee, Alexander / Meissner, Sabine / Wiedmann, Klaus-Peter: **City-Marketing. State of the Art und Gestaltungsperspektiven**, Hannover 2000.
- Wiedmann, Klaus-Peter / Bergsiek, Micha / Klee, Alexander: **Entwurf eines Konzeptes zum Aufbau und Nutzen eines internationalen Wirtschafts-Politik-Wissenschafts-Netzwerks**, Hannover 1997.
- Wiedmann, Klaus-Peter / Klee, Alexander / Böcker, Clemens: **Die Auswirkungen der öffentlichen Diskussion um die "Brent Spar" auf der Konsumentenebene – Ergebnisse einer empirischen Studie**, Hannover 1996.
- Wiedmann, Klaus-Peter / Bergsiek, Micha / Klee, Alexander: **Controlling im Kultursponsoring - Ergebnisse einer Befragung der Niedersächsischen Sparkassen**, Hannover 1996.
- Klee, Alexander / Hennig, Thorsten: **Customer Satisfaction and Relationship Quality as Key Variables in Relationship Marketing -Developing a Behavioral Model of the Customer Retention Process**, Hannover 1996.

CASE STUDIES UND SONSTIGE PUBLIKATIONEN

---

- Deseniss, Alexander: **Übungsklausuren 'Marketing'**, in: Amely, T. (Hrsg.): *BWL-Klausuren für Dummies*. Weinheim 2019 (Wiley-VCH) [*in Vorbereitung; erscheint 2019*]
- Deseniss, A. / Walsh, G. / Kilian, T. / Mauss, J. (2017): **Vapiano – Aufbau von Wettbewerbsvorteilen durch Produktgestaltung**, in: Kotler, P. / Keller, K. L. / Opresnik, M. O.: *Marketing-Management*, 15. Auflage, München 2017 (Pearson), S. 491-496
- Walsh, G. / Deseniss, A. / Kilian: **Reich des Lächelns**, in: *Impulse Wissen, Premierenausgabe 2011*, S. 34-37 (Journalistische Aufbereitung der Publikation Walsh / Deseniss / Kilian: "Vapiano: Creating a marketing-driven business", Case Study, ECCH (European Case Clearing House), Cranfield (UK) 2011)
- Walsh, G. / Deseniss, A. / Kilian: **Vapiano: Creating a marketing-driven business**, Case Study, Cranfield (UK) 2011 (ECCH European Case Clearing House)
- Klee, Alexander: **Kommunikation für die Generation iPod**, in: Science Factory (Online-Publikation von absatzwirtschaft.de), 03/2007, S. 1-6.
- Wiedmann, Klaus-Peter / Klee, Alexander / Siemon, Nadine: **Kundenmanagement im Privatkundengeschäft deutscher Kreditinstitute – State of the Art und Entwicklungsperspektiven**, Hannover 2003. (*empirischer Studienbericht mit Management-Briefings*)
- Klee, Alexander: **Versicherungsmarketing** von Frank Görge, in: *Zeitschrift für die gesamte Versicherungswissenschaft*, 91. Jg., 4/2002, S. 649-652. (*Buchrezension*)
- Klee, Alexander: **Controlling in Werbeagenturen**, hrsg. von Pensions Communication & More e.V., Göttingen 2002. (*empirischer Studienbericht*)
- Klee, Alexander / Hennig, Thorsten: **Die Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten**, 2. Aufl., Hannover 1999. (*Leitfaden für Studierende*)
- Hansen, Ursula / Hoffmann, Achim / Klee, Alexander: **„Du darfst“ – Die Entwicklung eines Produktes von der Produktidee bis zur Markteinführung**, 2. Aufl., Hannover 1998. (*Arbeitsunterlagen für zweitägiges Praxis-Fallstudienseminar im Grundstudium*)