**Books**

Knappe, Martin and Kracklauer, Alexander H. (2007) Verkaufschance Web 2.0 - Dialoge fördern, Absätze steigern, neue Märkte erschliessen. Gabler-Verlag, Wiesbaden.

Kracklauer, Alexander H. and Mills, Daniel Q. and Seifert, Dirk (2004) Collaborative Customer Relationship Management - Taking CRM to the Next Level. Springer-Verlag, New York.

Kracklauer, Alexander H. and Mills, D. Quinn and Seifert, Dirk (2002) Kooperatives Kundenmanagement - Wertschöpfungspartnerschaften als Basis erfolgreichen Kundenmanagements. Gabler-Verlag, Wiesbaden.

Kracklauer, Alexander H. (1998) Analyse der andauernden Sicherung eines hohen Amtsethos bei den Offizieren in den deutschen Streitkräften. Verlag Dr. Kovac, München.

**Journal Publications**

Eberhardt, Sarah and Kracklauer, Alexander H. (2018) Der Wille zum Sinn : Wie sich Viktor Frankls Ansätze in das Markenmanagement übertragen lassen. Sales Manager - Fachzeitschrift für marktorientierte Unternehmensführung - Special edition. pp. 6-16.

Meyer, Angelique and Reiter, Anna and Krauss, Stefan and Schill, Denisa and Kracklauer, Alexander H. (2018) Fachkräftemangel im Vertrieb: ein Wachstumshemmnis. Eine Analyse der Candidate Journey von Young Professionals. Sales Manager - Fachzeitschrift für marktorientierte Unternehmensführung (3). pp. 32-39.

Lorenz, Ann-Kathrin and Schill, Denisa and Kracklauer, Alexander H. (2018) Touchpoint-Analyse innerhalb der Customer Journey : Im B2B2C-Bereich. Sales Manager - Fachmagazin für marktorientierte Unternehmensführung (3). pp. 15-19.

Petruch, Uli and Eberhardt, Sarah and Kracklauer, Alexander H. (2018) Von der Theorie in die Praxis: Entwicklung einer Markteinführungsstrategie. Sales Manager - Fachmagazin für marktorientierte Unternehmensführung (3). pp. 20-31.

Lex, Marco and Kracklauer, Alexander H. and Schill, Denisa (2018) Wie baue ich einen kundenzentrierten Vertrieb auf? Der Kunde im Mittelpunkt aller strategischen Überlegungen. Sales Manager - Fachmagazin für marktorientierte Unternehmensführung (3). pp. 10-14.

Fransewitz, Markus and Schill, Denisa and Kracklauer, Alexander H. (2017) Auf den Spuren des Erfolgs : Mit Hilfe der Customer Journey die Kunden vom ersten Kontaktpunkt bis zur Kundenbindung begleiten. Sales Manager - Fachmagazin für marktorientierte Unternehmensführung (2). pp. 6-9.

Kröner, Miriam and Kracklauer, Alexander H. and Schill, Denisa (2017) Curated Shopping : Gibt es in Deutschland auch in dem Lebensmittelhandel einen Markt für curated shopping? Welche Erkenntnisse können aus der Textilbranche auf die Lebensmittelbranche übertragen werden? Sales Manager - Fachmagazin für marktorientierte Unternehmensführung (2). pp. 26-28.

Specht, Dorina and Eberhardt, Sarah and Kracklauer, Alexander H. (2017) Der Point of Sale im Jahr 2025 : Implementierung digitaler Einzelhandelsformate zur Stärkung der Kundenbindung. Sales Manager - Fachmagazin für marktorientierte Unternehmensführung (2). pp. 14-20.

Fransewitz, Markus and Schill, Denisa and Kracklauer, Alexander H. (2017) Des Kunden neue Sneaker: Wie sieht die Reise des Kunden im Einzelhandel am Beispiel der Sneakerheads aus? Sales Manager - Fachmagazin für marktorientierte Unternehmensführung (2). pp. 21-25.

Schill, Denisa and Kracklauer, Alexander H. (2017) Wie die Candidate Journey auf die Arbeitgebermarke einzahlt : Employer Branding Studie 2017. Sales Manager - Fachmagazin für marktorientierte Unternehmensführung, Special Edition.

Schill, Denisa and Kracklauer, Alexander H. and Fabian, Sascha (2016) Attraktivitätsfaktoren einer Employer Brand. Sales Manager - Fachmagazin für marktorientierte Unternehmensführung. pp. 19-27.

Kracklauer, Alexander H. and Schill, Denisa (2016) Das nötige Werkzeug für die Employer Brand. Sales Manager - Fachmagazin für marktorientierte Unternehmensführung. pp. 4-7.

Grassinger, Bibiana and Kracklauer, Alexander H. and Fabian, Sascha (2016) Starke Arbeitgebermarken im Spiegel der Region. Sales Manager - Fachmagazin für marktorientierte Unternehmensführung (1). pp. 11-17.

Kracklauer, Alexander H. and von Taczala, C. (2009) "Shop-inShop-Systeme.". POS-Ladenbau. Magazin für Ladengestaltung.

Kracklauer, Alexander H. (2003) "Spielend kooperieren.". acquisa.

Kracklauer, Alexander H. (2003) Die Spieltheorie als Ausgangspunkt für das strategische Vertriebsmanagement. Marketing (4).

Kracklauer, Alexander H. and Mills, Quinn and Seifert, Dirk (2002) Erneut über die Konzepte nachdenken!: Kooperatives Kundenmanagement. Teil 3: Logistik und Harmonisierung von Strukturen und Prozessen als Grundvoraussetzung für Kundenmanagement.". Markenartikel, 64 (6). pp. 34-39.

Kracklauer, Alexander H. and Mills, Quinn (2002) Erneut über die Konzepte nachdenken! : Kooperatives Kundenmanagement. Teil 2: Marketing-Instrumente des kooperativen Kundenmanagements. Markenartikel, 64 (5). pp. 24-32.

Mills, Quinn and Seifert, Dirk and Kracklauer, Alexander H. (2002) Erneut über die Konzepte nachdenken! : Kooperatives Kundenmanagement. Teil 1: Definition und Strategie des kooperativen Kundenmanagements. Markenartikel, 64 (4). pp. 30-37.

Kracklauer, Alexander H. and Mills, Daniel Q. and Leyk, Michael and Ruebke, Stefan and Seifert, Dirk (2002) Was dem Handel aus der Krise hilft. Harvard Business Manager, 24 (4). pp. 98-106.

Kracklauer, Alexander H. and Mills, Daniel Q. and Seifert, Dirk (2002) "Collaborative Customer Relationship Management.". Marketing.

Kracklauer, Alexander H. and Passheim, Olaf and Seifert, Dirk (2001) Mutual Customer Approach: How Industry and Trade are Executing Collaborative Customer Relationship Management. International Journal of Retail and Distribution Management.

Kracklauer, Alexander H. and Seifert, Dirk (2001) "Marketingstrategien.". e-Commerce.

Kracklauer, Alexander H. and Seifert, Dirk (2001) Online-Marketing nach der Krise: Wie werbe ich effizient im Internet und messe meinen Erfolg? Direkt Marketing (8). pp. 32-39.

Kracklauer, Alexander H. and Seifert, Dirk (2001) Wie werbe ich effizient im Internet und messe meinen Erfolg: Kunden müssen kleben bleiben. IT-Management. pp. 28-35.

Kracklauer, Alexander H. and Seifert, Dirk (2001) Wissen: Collaborative Customer Relationship Management. Absatzwirtschaft (6). p. 52.

Kracklauer, Alexander H. and Mills, Daniel Q. and Passheim, Olaf and Seifert, Dirk (2001) "Online-Marketing-Controlling: Neue Wege in der Erfolgsmessung von Marketingmaßnahmen.". Der Markt - Zeitschrift für Absatzwirtschaft und Marketing.

Kracklauer, Alexander H. and Seifert, Dirk (2001) Gemeinsam näher am Kunden: Wie Industrie und Handel kooperatives Kundenmanagement betreiben. Markenartikel, 63 (3). pp. 50-59.

**Conferences and Workshops**

Dannenmann, Barbara and Kracklauer, Alexander H. and Rasche, Christoph (2019) Designing a Virtual Reality Negotiation Training Innovation with Creativity Methods. In: The 2nd International Conference on Economics, Management and Technology (IEMT2019), 19.-21. November 2019, Neu-Ulm, Germany (University of Applied Sciences), p. 24.

Schill, Denisa and Kracklauer, Alexander H. and Rasche, Christoph (2017) The Quality of the Candidate Journey as an Important Aspect of the Employer Brand. In: 4th Academic International Conference on Economics, Accounting and Finance (AICLAF 2017), December 7th-9th, 2017, Cambridge, UK, pp. 7-16.

Grassinger, Bibiana and Kracklauer, Alexander H. and Fabian, Sascha (2015) Perception of employer brands in a strong economic region as evaluated by future managers. In: Conference Proceedings of the Academic International Conference on Business, Marketing and Management, November 16th – 18th, Oxford, pp. 61-70.

**Book Section**

Kracklauer, Alexander H. and Heintz, Julius (2004) Konsumentenorientiertes Kompetenzmanagement in der Konsumgüterindustrie. Das Beispiel des Konsumgüterherstellers Procter & Gamble. In: Entwicklungslinien des Kompetenzmanagements. eds. Friedrich von den Eichen, Stephan A. / Hinterhuber, Hans H. / Matzler, Kurt / Stahl, Heinz K., Wiesbaden, pp. 265-290.

Kracklauer, Alexander H. and Wagemann, Bernard and Voigt, Manuela (2004) Multichannel-Management in der Konsumgüterindustrie. In: Multichannel-Marketing-Handbuch. eds. Merx, Oliver / Bachem, Christian, Berlin, pp. 125-146.

Kracklauer, Alexander H. and Warmbrunn, Niko (2003) Case Study. Implementation of Collaborative Customer Relationship Management at Procter & Gamble. In: Collaborative Customer Relationship Management - Taking CRM to the Next Level. eds. Kracklauer, A.H. / Mills, D.Q. / Seifert, D., New York, pp. 46-56.

Kracklauer, Alexander H. and Mills, Daniel Q. and Seifert, Dirk (2003) Collaborative Customer Relationship Management (CCRM). In: Collaborative Customer Relationship Management - Taking CRM to the Next Level. eds. Kracklauer, A.H. / Mills, D.Q. / Seifert, D., New York, pp. 25-45.

Kracklauer, Alexander H. and Mills, Daniel Q. and Seifert, Dirk (2003) Collaborative Customer Relationship Management - A New Way to Boost CRM. In: Applied Marketing - anwendungsorientierte Marketingwissenschaft der deutschen Fachhochschulen. eds. Kamenz, U., Heidelberg, pp. 85-94.

Kracklauer, Alexander H. and Mills, Daniel Q. and Seifert, Dirk (2003) Customer Management as the Origin of Collaborative Customer Relationship Management. In: Collaborative Customer Relationship Management - Taking CRM to the Next Level. eds. Kracklauer, A.H. / Mills, D.Q. / Seifert, D., New York, pp. 3-6.

Kracklauer, Alexander H. and Mills, Daniel Q. and Seifert, Dirk and Barz, Michael (2003) The Integration of Supply Chain Management and Customer Relationship Management. In: Collaborative Customer Relationship Management - Taking CRM to the Next Level. eds. Kracklauer, A.H. / Mills, D.Q. / Seifert, D., New York, pp. 57-69.

Kracklauer, Alexander H. and Mills, Daniel Q. and Seifert, Dirk and Leyk, Michael and Ruebke, Stefan (2003) New Ways of Category Management. In: Collaborative Customer Relationship Management - Taking CRM to the Next Level. eds. Kracklauer, A.H. / Mills, D.Q. / Seifert, D., New York, pp. 217-228.

Kracklauer, Alexander H. and Mills, Daniel Q. and Seifert, Dirk (2002) Das Konzept des Kundenmanagements als Ausgangspunkt für das Kooperative Kundenmanagement. In: Kooperatives Kundenmanagement - Wertschöpfungspartnerschaften als Basis erfolgreichen Kundenmanagements (eds. Kracklauer, A.H. / Mills, D.Q. / Seifert, D.). Gabler, Wiesbaden, pp. 15-20.

Kracklauer, Alexander H. and Barz, Michael (2002) Erfolgsmessung im CRM. Kriterien und Methoden in der Erfolgsmessung. In: Effiziente Kundenbindung mit CRM. Wie Procter & Gamble, Henkel und Kraft mit ihren Marken Kundenbeziehungen gestalten (eds: Seifert, D. u.a.). Galileo Press, Bonn, pp. 131-152.

Kracklauer, Alexander H. and Mills, Daniel Q. and Seifert, Dirk (2002) Kooperatives Kundenmanagement - Wertschöpfungspartnerschaften als Basis erfolgreichen Kundenmanagements. In: Marketingreport 2002/2003. eds. Hoffmann, C., Göttingen.

Kracklauer, Alexander H. and Mills, Daniel Q. and Seifert, Dirk and Barz, Michael and Warmbrunn, Niko (2002) Kooperatives Kundenmanagement: Gemeinsam gewinnen im Markt. In: Kooperatives Kundenmanagement - Wertschöpfungspartnerschaften als Basis erfolgreichen Kundenmanagements. eds. Kracklauer, A.H. / Mills, D.Q. / Seifert, D., Wiesbaden, pp. 21-84.

Kracklauer, Alexander H. and Mills, Daniel Q. and Seifert, Dirk and Leyk, Michael and Ruebke, Stefan (2002) Neue Wege des Category Management. In: Kooperatives Kundenmanagement - Wertschöpfungspartnerschaften als Basis erfolgreichen Kundenmanagements. eds. Kracklauer, A.H. / Mills, D.Q. / Seifert, D., Wiesbaden, pp. 230-247.

Kracklauer, Alexander H. and Mills, Daniel Q. and Seifert, Dirk (2002) Und jetzt? Perspektiven für die Kooperation. In: Kooperatives Kundenmanagement - Wertschöpfungspartnerschaften als Basis erfolgreichen Kundenmanagements (eds. Kracklauer, A.H. / Mills, D.Q. / Seifert, D.). Gabler, Wiesbaden, pp. 307-314.

Kracklauer, Alexander H. and Ketels, Christian and Seifert, Dirk (2001) Kooperatives Kundenbindungsmanagement: Potentiale einer neuen Zusammenarbeit von Handel und Industrie. In: Consulting in Deutschland 2002: Jahrbuch für Unternehmensberatung und Management. eds. Frankfurter Allgemeine Zeitung, Frankfurt.

Kracklauer, Alexander H. and Barz, Michael and Seifert, Dirk (2000) Online-Marketing-Controlling. In: Handbuch Marketing-Controlling. eds. Zerres, M., Berlin, pp. 581-602. Position in Bibliothek

**Reports**

Kracklauer, Alexander H. and Gutsmann, Marion and Karas, Christoph (2009) Customer Touchpoint Management - Wie können im Rahmen des CRM die erfolgsrelevanten Kundenkontaktpunkte persönlicher gestaltet werden? Working Paper, Nr. 8, Hochschule für Angewandte Wissenschaften, Neu-Ulm.

Kracklauer, Alexander H. (2009) "Der Stakeholder-Value-Ansatz als Ausgangspunkt für das strategische Vertriebsmanagement". Working Paper, Nr. 5, Hochschule für Angewandte Wissenschaften, Neu-Ulm.

Knappe, Martin and Kracklauer, Alexander H. (2008) Das Unternehmen im Web 2.0 - ein anwendungsorientierter Leitfaden. Working Paper, Nr. 2, Hochschule für Angewandte Wissenschaften, Neu-Ulm.