

Anhang

In Tab. A ist eine Beispielgewichtung für die Nutzwertanalyse von Abschn. 4.2 basierend auf den Forschungserkenntnissen von [70] dargestellt.

Die genaue Verfahrensweise der Nutzwertanalyse im Bezug zur Auswahl eines CRM-Systems ist in Abschn. 4.2 dargestellt.

Tab. A Nutzwertanalyse

Kriterium/Gewichtung ^a		Gewichteter Nutzwert je Alternativen			
		CRM-System 1	CRM-System 2	CRM-System 3	CRM-System x
Marketingorganisation	14,04 %				
Sicherheits- und Datenschutzaspekte	15,58 %				
Funktionalitäten	13,66 %				
Kosten	13,94 %				
Skalierbarkeit	14,81 %				
Integration	14,22 %				
Compliance	13,60 %				
• Summe					

^a% der Gewichtung kann auch als absolute Zahl benutzt werden (analog zu Abschn. 4.2)

Was Sie aus diesem *essential* mitnehmen können

- Grundlegendes Verständnis über CRM und Cloud Computing
- Neue Trends und Herausforderungen im Bereich CRM
- Wissen über Entscheidungskriterien bei der Wahl von Public-Cloud CRM
- Wesentliche Aspekte bei der Einführung von Public-Cloud CRM.

Literatur

1. Bruhn M, Homburg C (2013) Handbuch Kundenbindungsmanagement : Strategien und Instrumente für ein erfolgreiches CRM. Wiesbaden: Springer, Wiesbaden.
2. Ingram TN, LaForge RW, Leigh TW (2002) Selling in the new millennium: a joint agenda. *Industrial Marketing Management*, 31:559–567. doi: [10.1016/S0019-8501\(02\)00175-X](https://doi.org/10.1016/S0019-8501(02)00175-X).
3. Wagner F (2011) Gabler Versicherungslexikon. Springer, Wiesbaden.
4. Hippner H, Wilde KD (2004) IT-Systeme im CRM: Aufbau und Potenziale. Springer, Wiesbaden.
5. Motahari-Nezhad HR, Stephenson B, Singhal S (2009): Outsourcing business to cloud computing services: Opportunities and challenges, *IEEE Internet Computing*, 10:1–17. doi: [10.1.1.406.4189](https://doi.org/10.1.1.406.4189)
6. SAP (2016) SAP-CRM-Software | Lösungen für das Customer Relationship Management. <http://go.sap.com/germany/ite/languages/de/product/crm.html>. Zugegriffen: 29. August 2016.
7. N Leavitt N (2009) Is Cloud Computing Really Ready for Prime Time?“, *Computer*, 42:15–20. doi: [10.1109/MC.2009.20](https://doi.org/10.1109/MC.2009.20).
8. Schmidt R, Zimmermann A, Möhring M, Nurcan S, Keller B, Bär F (2015) Digitization – Perspectives for Conceptualization. In: Celesti A, Leitner P (Hrsg): *Advances in Service-Oriented and Cloud Computing*, Springer, S. 263–275.
9. Atzori L, Iera A, Morabito G (2010): The internet of things: A survey. *Computer Networks*, 54:2787–2805. doi: [10.1016/j.comnet.2010.05.010](https://doi.org/10.1016/j.comnet.2010.05.010).
10. Hof HJ, Schmidt R, Brehm L (2015) Enabling Digital Transformation using Secure Decisions as a Service, In: Celesti A, Leitner P (Hrsg): *Advances in Service-Oriented and Cloud Computing*, Springer, S. 289–298.
11. X. Liang, „CRM Business Cloud Computing“, in *Proceedings of the 2011 International Conference on Innovative Computing and Cloud Computing*, New York, NY, USA, 2011, S. 103–106.
12. L. Columbus, „By 2018, 62% Of CRM Will Be Cloud-Based, And The Cloud Computing Market Will Reach \$127.5B“, *Forbes*, 2017. [Online]. Verfügbar unter: <http://www.forbes.com/sites/louiscolombus/2015/06/20/by-2018-62-of-crm-will-be-cloud-based-and-the-cloud-computing-market-will-reach-127-5b/>. [Zugegriffen: 05-Juli-2017].

13. A. Payne und P. Frow, „A strategic framework for customer relationship management“, *Journal of marketing*, Bd. 69, Nr. 4, S. 167–176, 2005.
14. I.-L. Wu und K.-W. Wu, „A hybrid technology acceptance approach for exploring e-CRM adoption in organizations“, *Behaviour & Information Technology*, Bd. 24, Nr. 4, S. 303–316, 2005.
15. S.-Y. Hung, W.-H. Hung, C.-A. Tsai, und S.-C. Jiang, „Critical factors of hospital adoption on CRM system: Organizational and information system perspectives“, *Decision support systems*, Bd. 48, Nr. 4, S. 592–603, 2010.
16. E. Gummesson, „Relationship marketing in the new economy“, *Journal of relationship marketing*, Bd. 1, Nr. 1, S. 37–57, 2002.
17. A. S. Lo, L. D. Stalcup, und A. Lee, „Customer relationship management for hotels in Hong Kong“, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Bd. 22, Nr. 2, S. 139–159, 2010.
18. R. Bose, „Customer relationship management: key components for IT success“, *Industrial management & Data systems*, Bd. 102, Nr. 2, S. 89–97, 2002.
19. R.-C. Härting, M. Möhring, R. Schmidt, C. Reichstein, und B. Keller, „What drives users to use CRM in a Public Cloud environment? – Insights from European Experts“, in *Proceedings of the 49th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS)*, Kauai, IEEE, Hawaii, 2016, S. 3999–4008.
20. W. Boulding, R. Staelin, M. Ehret, und W. J. Johnston, „A customer relationship management roadmap: What is known, potential pitfalls, and where to go“, *Journal of Marketing*, Bd. 69, Nr. 4, S. 155–166, 2005.
21. V. Kumar und W. Reinartz, *Customer relationship management: Concept, strategy, and tools*. Springer Science & Business Media, 2012.
22. M. Hubschneider und K. Sibold, „CRM Erfolgsfaktor Kundenorientierung“, *Aufl., Planegg-München*, 2007.
23. R. S. Pindyck und D. L. Rubinfeld, *Mikroökonomie*, 7. Aufl. Pearson Deutschland GmbH, 2009.
24. W. Fritz, *Internet-Marketing und Electronic Commerce: Grundlagen – Rahmenbedingungen – Instrumente*. Springer-Verlag, 2000.
25. B. Mescheder und C. Sallach, *Wettbewerbsvorteile durch Wissen: Knowledge Management, CRM und Change Management verbinden*. Springer-Verlag, 2012.
26. A. Förster und P. Kreuz, *Offensives Marketing im E-Business: Loyale Kunden gewinnen – CRM-Potenziale nutzen*. Springer-Verlag, 2002.
27. „Studie: Die deutsche Internetwirtschaft“, *eco – Verband der Internetwirtschaft e.V.* [Online]. Verfügbar unter: [//www.eco.de/internetstudie.html](http://www.eco.de/internetstudie.html).
28. K. Hildebrand, M. Gebauer, H. Hinrichs, und M. Mielke, „Daten- und Informationsqualität“, *Auf dem Weg zur Information Excellence. Vieweg + Teubner Verlag/GWV Fachverlage GmbH Wiesbaden, Wiesbaden*, 2008.
29. D. Ahlert, J. Becker, R. Knackstedt, und M. Wunderlich, *Customer Relationship Management im Handel: Strategien – Konzepte – Erfahrungen*. Springer-Verlag, 2012.
30. J. Bromberger, *Internetgestütztes Customer Relationship Management*. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag, 2004.
31. S. Sackmann, *Erfolgsfaktor Unternehmenskultur: Mit kulturbewusstem Management Unternehmensziele erreichen und Identifikation schaffen – 6 Best Practice-Beispiele*. Springer-Verlag, 2013.

32. D. Karg, „Customer-Relationship-Management/Kundeninformationen an allen Kontaktpunkten verfügbar: Lufthansa Passage startet CRM-System“, 2003. [Online]. Verfügbar unter: <https://www.computerwoche.de/a/lufthansa-passage-startet-crm-system,1059040>. [Zugegriffen: 11-Juli-2017].
33. S. Helmke, M. F. Uebel, und W. Dangelmaier, *Effektives customer relationship management*, 4. Aufl. Wiesbaden, 2008.
34. G. Blum, „Analytisches Customer Relationship Management (CRM) und Big Data“, in *Digitales Dialogmarketing*, Springer, 2014, S. 225–248.
35. R. Schmidt, M. Möhring, S. Maier, J. Pietsch, und R.-C. Härting, „Big Data as Strategic Enabler – Insights from Central European Enterprises“, in *Business Information Systems*, W. Abramowicz und A. Kokkinaki, Hrsg. Springer International Publishing, 2014, S. 50–60.
36. M. Torggler, „The functionality and usage of CRM systems“, *environment*, Bd. 30, Nr. 41, S. 47, 2009.
37. BARC, „CRM-Hersteller-Produkttable.pdf“, 2017. [Online]. Verfügbar unter: <http://barc.de/uploads/static/files/CRM-Hersteller-Produkttable.pdf>. [Zugegriffen: 09-Juli-2017].
38. K. Mahnhart, „Umfrage zu Customer Relationship Management: TecChannel-Studie: Welche CRM-Lösungen sind die Besten?“, 2009. [Online]. Verfügbar unter: <https://www.tecchannel.de/a/tecchannel-studie-welche-crm-loesungen-sind-die-besten,1780194>. [Zugegriffen: 09-Juli-2017].
39. U. Schmitz und J. Siegers, „Evolution des CRM durch Big Data“, *ERP-Management – Zeitschrift für unternehmensweite Anwendungssysteme*, 2014.
40. Microsoft, „Enhance cross-channel retail personalization with IoT“, *Internet of Things*, 16-Jan-2017. [Online]. Verfügbar unter: <https://blogs.microsoft.com/iot/2017/01/16/enhance-cross-channel-retail-personalization-with-iot/>. [Zugegriffen: 09-Juli-2017].
41. M. Möhring, R. Schmidt, S. Maier, und N. Keßler, „Big Data – Implikationen für die Betriebswirtschaft“, *Wist – Wirtschaftswissenschaftliches Studium*, Bd. 2013, Nr. 8, S. 456–458, 2013.
42. M. Möhring, G. Walsh, R. Schmidt, C. Koot, und R.-C. Härting, „Präventives Retourenmanagement im eCommerce“, *HMD Praxis der Wirtschaftsinformatik*, Bd. 50, Nr. 5, S. 66–75, 2013.
43. M. Möhring und R. Schmidt, „Daten-getriebene Unternehmensarchitekturen im E-Commerce für das präventive Retourenmanagement“, in *45. Jahrestagung der Gesellschaft für Informatik*, Bd. 246, Cottbus, 2015, S. 881–893.
44. Y. Bakos, „The emerging role of electronic marketplaces on the Internet“, *Communications of the ACM*, Bd. 41, Nr. 8, S. 35–42, 1998.
45. A.-M. Croteau und P. Li, „Critical success factors of CRM technological initiatives“, *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*, Bd. 20, Nr. 1, S. 21–34, 2003.
46. J. U. Becker, G. Greve, und S. Albers, „The impact of technological and organizational implementation of CRM on customer acquisition, maintenance, and retention“, *International Journal of Research in Marketing*, Bd. 26, Nr. 3, S. 207–215, 2009.
47. M. Möhring, R. Schmidt, R.-C. Härting, und J. Heitmann, „Neue Potenziale im Controlling durch die Verarbeitung von unstrukturierten Daten in Marketing und Vertrieb“, in *In: Klein, A. (2014) Marketing- und Vertriebscontrolling*, Haufe, 2014, S. 229–246.

48. P. Mell und T. Grance, „The NIST Definition of Cloud Computing“, 07-Okt-2009. [Online]. Verfügbar unter: <http://csrc.nist.gov/groups/SNS/cloud-computing/>. [Zugegriffen: 06-Jan-2011].
49. M. Armbrust u. a., „A view of cloud computing“, *Commun. ACM*, Bd. 53, Nr. 4, S. 50–58, 2010.
50. I. Foster, Yong Zhao, I. Raicu, und S. Lu, „Cloud Computing and Grid Computing 360-Degree Compared“, in *Grid Computing Environments Workshop, 2008. GCE '08*, 2008, S. 1–10.
51. H. T. Dinh, C. Lee, D. Niyato, und P. Wang, „A survey of mobile cloud computing: architecture, applications, and approaches“, *Wireless communications and mobile computing*, Bd. 13, Nr. 18, S. 1587–1611, 2013.
52. R. Buyya, „Market-Oriented Cloud Computing: Vision, Hype, and Reality of Delivering Computing as the 5th Utility“, in *Cluster Computing and the Grid, 2009. CCGRID '09. 9th IEEE/ACM International Symposium on*, 2009, S. 1.
53. R. L. Krutz und R. D. Vines, *Cloud Security: A Comprehensive Guide to Secure Cloud Computing*. Wiley Publishing, 2010.
54. R. Schmidt und M. Möhring, „Strategic alignment of Cloud-based Architectures for Big Data“, in *Proceedings of the 17th IEEE International Enterprise Distributed Object Computing Conference Workshops (EDOCW)*, Vancouver, Canada, 2013, S. 136–143.
55. J. Farrell und P. Klempner, „Coordination and lock-in: Competition with switching costs and network effects“, *Handbook of industrial organization*, Bd. 3, S. 1967–2072, 2007.
56. M. Möhring, C. Koot, und R. Schmidt, „Kostenaspekte von Public Cloud-Angeboten“, *ERP-Management – Zeitschrift für unternehmensweite Anwendungssysteme*, Bd. 8, Nr. 3, S. 39–41, 2012.
57. R. Schmidt, „Augmenting Cloud Requirements Engineering with Meta-Services“, in *Computer Software and Applications Conference Workshops (COMPSACW), 2011 IEEE 35th Annual*, 2011, S. 488–493.
58. B. Hayes, „Cloud computing“, *communications of the acm*, Nr. vol. 51, Juli 2008.
59. A. Bisong, M. Rahman, und others, „An overview of the security concerns in enterprise cloud computing“, *arXiv preprint arXiv:1101.5613*, 2011.
60. „Microsoft Corp. v. United States“, *Wikipedia*. 02-Juli-2017.
61. S. Pearson, „Privacy, security and trust in cloud computing“, in *Privacy and Security for Cloud Computing*, Springer, 2013, S. 3–42.
62. M. Möhring, C. Koot, R. Schmidt, und M. Stefan, „Public-Cloud-Angebote: Kostenorientierte Entscheidungskriterien für kleine und mittlere Unternehmen“, *Controlling – Zeitschrift für erfolgsorientierte Unternehmensteuerung*, Bd. 25, Nr. 11, S. 619–624, 2013.
63. G. Wöhe, „Einführung in die ABWL, 22“, *Aufl., München*, 2005.
64. H. Krcmar, *Einführung in das Informationsmanagement*. Springer, 2011.
65. E. Günther, „Definition ‚Life Cycle Costing‘. Gabler Wirtschaftslexikon“, 2017. [Online]. Verfügbar unter: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/life-cycle-costing.html>.
66. C. Christmann und Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation, Hrsg., *Cloud-Lösungen für das Handwerk: Hintergrund, Anwendungsfelder und aktuelle internet-basierte Angebote; Marktstudie*. Stuttgart, 2012.

67. D. Datenschutz, „Datenschutz-Zertifizierung für Microsoft Cloud-Dienste“, *Datenschutzbeauftragter*, 19-Feb-2015. [Online]. Verfügbar unter: <https://www.datenschutzbeauftragter-info.de/datenschutz-zertifizierung-fuer-microsoft-cloud-dienste/>. [Zugegriffen: 09-Juli-2017].
68. W. Kurzlechner, „PwC-Anbieterstudie: Die größten Herausforderungen für Cloud – computerwoche.de“, 2013. [Online]. Verfügbar unter: <https://www.computerwoche.de/a/die-groessten-herausforderungen-fuer-cloud,2536974>. [Zugegriffen: 12-Juli-2017].
69. J. Stübner, „Warum Zalando die Internet-Cloud der Telekom nutzt – Startups in Berlin – News aus der Gründerszene – Berliner Morgenpost“, 2013. [Online]. Verfügbar unter: <https://www.morgenpost.de/berlin-aktuell/startups/article207042621/Warum-Zalando-die-Internet-Cloud-der-Telekom-nutzt.html>. [Zugegriffen: 09-Juli-2017].
70. R. Schmidt, M. Möhring, und B. Keller, „Customer Relationship Management in a Public Cloud environment – Key influencing factors for European enterprises“, in *Proceedings of the 50th Hawaii International Conference on System Sciences*, 2017, S. 4241–4250.
71. B. Len, C. Paul, und K. Rick, „Software architecture in practice“, *Boston, Massachusetts Addison*, 2003.
72. N. R. Herbst, S. Kounev, und R. Reussner, „Elasticity in Cloud Computing: What It Is, and What It Is Not.“, in *ICAC*, 2013, S. 23–27.
73. T. Kollmann, *E-Business: Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Net Economy*, 5., Überarb. u. erw. Aufl. 2013. Wiesbaden: Springer Gabler, 2013.
74. H. H. Wannenwetsch und S. Nicolai, „E-supply-chain-management“, *Gabler, Wiesbaden*, 2004.
75. P. Mertens, *Integrierte Informationsverarbeitung 1*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 2013.
76. A.-W. Scheer und M. Nüttgens, „ARIS Architecture and Reference Models for Business Process Management“, in *Business Process Management*, W. van der Aalst, J. Desel, und A. Oberweis, Hrsg. Springer Berlin Heidelberg, 2000, S. 376–389.
77. M. Möhring, R. Schmidt, R.-C. Härting, und B. Keller, „Analyse von unstrukturierten Daten“, *ERP-Management – Zeitschrift für unternehmensweite Anwendungssysteme*, Nr. 3, 2015.
78. R. Alt und D. W. I. O. Reinhold, „Social-customer-relationship-management (Social-CRM)“, *Wirtschaftsinformatik*, Bd. 54, Nr. 5, S. 281–286, 2012.
79. D. Urban und J. Mayerl, „Regressionsanalyse: theorie, technik und anwendung“, 2006.
80. J. L. Worrell, P. M. Di Gangi, und A. A. Bush, „Exploring the use of the Delphi method in accounting information systems research“, *International Journal of Accounting Information Systems*, Bd. 14, Nr. 3, S. 193–208, 2013.
81. N. Dalkey und O. Helmer, „An experimental application of the Delphi method to the use of experts“, *Management Science*, Bd. 9, Nr. 3, S. 458–467, 1963.
82. L. J. Heinrich und D. Stelzer, *Informationsmanagement: Grundlagen, Aufgaben, Methoden*, 10. Aufl. Oldenbourg, R, 2011.
83. J. Kühnappel, *Nutzwertanalysen in Marketing und Vertrieb*. Springer-Verlag, 2014.
84. A. Mehlman, *Praxishilfen Controlling*. Haufe-Lexware, 2007.
85. FIS, „Whitepaper-CRM-in-der-Public-Cloud.pdf“, FIS GmbH, Grafenrheinfeld, 2016.

86. L. P. Willcocks, W. Venters, und E. A. Whitley, „Cloud sourcing and innovation: slow train coming? A composite research study“, *Strategic Outsourcing: An International Journal*, Bd. 6, Nr. 2, S. 184–202, 2013.
87. D. Frick u. a., *Masterkurs Wirtschaftsinformatik: Kompakt, praxisnah, verständlich – 12 Lern- und Arbeitsmodule*. Springer-Verlag, 2009.
88. K. D. Niemann, *Von der Unternehmensarchitektur zur IT-Governance*. Springer, 2005.
89. K. Sandkuhl, J. Stirna, A. Persson, und M. WiBotzki, *Enterprise Modeling*. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg, 2014.
90. „How you integrate“, *Salesforce.com*. [Online]. Verfügbar unter: <https://www.salesforce.com/eu/products/platform/services/how-you-integrate/>. [Zugegriffen: 09-Juli-2017].
91. „Social Media Advertising & Social Listening Tools – Salesforce.com“. [Online]. Verfügbar unter: <https://www.salesforce.com/products/marketing-cloud/social-media-marketing/>. [Zugegriffen: 09-Juli-2017].
92. R. Schmidt, M. Möhring, und B. Keller, „Design of Dynamic Pricing Systemes for Online-Retailers – Core Functionalities and Qualitative Insights“, in *MCIS 2016 Proceedings*, Paphos, Cyprus, 2016.
93. O. Bendel, „Definition ‚Chatbot‘. Gabler Wirtschaftslexikon“, 2017. [Online]. Verfügbar unter: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/chatbot.html>. [Zugegriffen: 11-Juli-2017].
94. Oracle, „Can Virtual Experiences Replace Reality?“ [Online]. Verfügbar unter: <https://go.oracle.com/LP=43079?elqCampaignId=79575>. [Zugegriffen: 11-Juli-2017].
95. T3N, „Oracle-Studie: Bis 2020 erledigen Chatbots den Kundendienst“. [Online]. Verfügbar unter: <http://t3n.de/news/chatbots-uebernehmen-kundendienst-bis-2020-775998/>. [Zugegriffen: 11-Juli-2017].
96. „Salesforce is Named a Leader for the Ninth Consecutive Year in the Gartner Magic Quadrant for the CRM Customer Engagement Center.“, *Salesforce Blog*, 2017. [Online]. Verfügbar unter: <https://www.salesforce.com/blog/2017/05/salesforce-gartner-crm-customer-engagement.html>. [Zugegriffen: 05-Juli-2017].
97. Gartner, „Magic Quadrant for the CRM Customer Engagement Center“. [Online]. Verfügbar unter: <https://www.gartner.com/doc/2718417/magic-quadrant-crm-customer-engagement>. [Zugegriffen: 14-Juni-2015].
98. M. Wirsing, „Einsatz von cloud-basiertem CRM im Partnervertrieb der Deutschen Telekom AG“, in *Digitalisierung im Vertrieb*, Springer, 2016, S. 577–584.
99. G. Münzl, M. Pauly, und M. Reti, *Cloud Computing als neue Herausforderung für Management und IT*. Springer-Verlag, 2015.
100. P. Stahlknecht, *Arbeitsbuch Wirtschaftsinformatik*. Springer-Verlag, 1991.
101. M. Möhring und C. Vogel, *Geschäftsprozessmodellierung: Eine Einführung für Studierende und Praktiker*. BoD – Books on Demand, 2013.
102. D. West, T. Grant, M. Gerush, und D. D’silva, „Agile development: Mainstream adoption has changed agility“, *Forrester Research*, Bd. 2, Nr. 1, S. 41, 2010.
103. H. Krcmar, „Informationsmanagement“, in *Informationsmanagement*, Springer, 2015, S. 85–111.
104. R. Schmidt, M. Möhring, C. Reichstein, P. Neumaier, und P. Josinovicz, „Industry 4.0 – Potentials for Creating Smart Products: Empirical Research Results“, in *Business Information Systems*, Cham, 2015.

105. N. Hafner, „CRM-Trends 2017: Micro Moments, KI und Automatisierung. Marketing & Vertrieb. Haufe“. [Online]. Verfügbar unter: https://www.haufe.de/marketing-vertrieb/crm/crm-trends-2017-micro-moments-ki-und-automatisierung_124_392304.html. [Zugegriffen: 11-Juli-2017].
106. R. Schmidt, „Meta-Services as Third Dimension of Service-Oriented Enterprise Architecture“, gehalten auf der Enterprise Distributed Object Computing Conference Workshops (EDOCW), 2010 14th IEEE International, 2010, S. 157–164.
107. C. Krauth, „Definition ‚Compliance‘. Gabler Wirtschaftslexikon“, 2017. [Online]. Verfügbar unter: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/compliance.html>. [Zugegriffen: 05-Juli-2017].
108. Microsoft, „Pricing – Enterprise and Business Editions. Microsoft Dynamics 365“. [Online]. Verfügbar unter: <https://www.microsoft.com/en-us/dynamics365/pricing>. [Zugegriffen: 09-Juli-2017].
109. D. Ludin, „Globalisierung als regionale Chance“, Köln., M. und A. SPILLER (2003): Qualitätssignaling in der Gastronomie. Arbeitsbericht, Bd. 30, 2001.
110. Kohne, A. (2016). Business Development: Kundenorientierte Geschäftsfeldentwicklung für erfolgreiche Unternehmen. Springer-Verlag.
111. Schmidt, R.; Möhring, M; Keller, B; Pfeiffenbrück, J. (2016): CRM in a Public Cloud Environment – Practical Insights of Challenges and Possibilities for European Enterprises. In: ERP Future, LNBIP, forthcoming.