

PROF. DR. RALF BRICKAU

Publikationen

Artikel

- GRIMM, N., MOSS, C., BRICKAU, R. A. (2020). The Role of German Automobile Museums in Attracting and Retaining Brand Ambassadors in Times of Change. *Research Journal for Applied Management*, 1 (1), 17-47.
- BRICKAU, R. A., KREIKENBERG, A. (2011). Wem vertrauen Sie eigentlich noch?. ISM-Dozenten erforschen Vertrauensverlust in der Gesellschaft. *Presseportal*, pp. online. Hamburg.
- BRICKAU, R. A. (2002). Durch die Marke zum Erfolg (Teil 3). Das Marken-Konzept im ZM-Bereich. *Zahnarzt & Praxis International* (2), pp. ???.
- BRICKAU, R. A. (2002). Marktorientierte Strategische Planung - Ein Überblick (Teil 1). *News on Management*, pp. 135-157.
- BRICKAU, R. A. (2001). "star-dent" - die Marke als Qualitätssicherung für den Patienten. *Zahn Prax*, 4 (5), pp. 400-405.
- BRICKAU, R. A. (2001). Durch die Marke zum Erfolg (Teil 2). Das Markenkonzept im ZM-Bereich. *Zahnarzt & Praxis International* (6), pp. ???.
- BRICKAU, R. A. (2001). Durch die Marke zum Erfolg. *Zahnarzt & Praxis International* (5), pp. ???.
- BRICKAU, R. A., BERGHAUS, F. (1999). Event-Marketing - Das kontrollierte Event. *Absatzwirtschaft* (11), pp. online.
- BRICKAU, R. A., ETTINGSHAUSEN, C. (1999). Effizienz und Effektivität von Sportsponsoring. Am Beispiel Langnese. *Absatzwirtschaft* (11), pp. 100-104.
- BRICKAU, R. A., HUTH, S. (1999). Der ZE-Bereich zwischen Markt- und Planwirtschaft. *Zahnarzt & Praxis International*, 06/1999, pp. 155-157.
- BRICKAU, R. A., CHASTON, I. (1996). The smaller company in the Single Market. An Anglo-German comparative study of strategic behaviour in the Food-processing industry. *The Quarterly Journal for Small & Medium-Sized Enterprises* (2), pp. 171-183.
- BRICKAU, R. A., CHASTON, I., MANGLES, T. (1994). Factors influencing the performance of SME food processing companies within the Single European Market. *International Business Review*, 3 (2), 165-178.

Monografien

- BRICKAU, R., STRANGEMANN, M. (2024). *Strategisches Management in der Praxis. Die klassischen Tools in der Anwendung - kurz & einfach erklärt* (1 ed.). Norderstedt: Books on Demand.
- BRICKAU, R. A., KOPIN, B. (2013). *Serial Entrepreneurship. Analyse und Bewertung erfolgreicher Geschäftsmodelle von Seriengründern*. Münster/Dortmund: ISM-Discussionpaper.
- BRICKAU, R. A., KAUL, A. M. (2011). *Gaultier, Chanel oder H&M: Wer bestimmt die Mode?. Eine strategische Betrachtung*. Münster/Dortmund: ISM Schriftenreihe.
- BRICKAU, R. A., STÄDTER, C. (2011). *Vertrauensmanagement in Unternehmen. Eine theoretische und empirische Nutzen-analyse unter besonderer Berücksichtigung der Wechselwirkung von Mitarbeiter- und Kundenloyalität*. Münster/Dortmund: ISM Schriftenreihe.

BRICKAU, R. A., HUTH, S. (2007). *Trust in Client-Service Provider Relationships*. Münster/Dortmund: ISM Schriftenreihe.

Buchbeiträge & Kapitel

BRICKAU, R. A., HUTH, S., TYSIAK, W., CHASTON, I. (2003). The three Dimensions of Trust in Buyer-seller Relationships in a Service Environment — Preliminary Findings of an Empirical Investigation. In Uwe Kamenz (Ed.), *Applied Marketing* (pp. 173-186). Springer Berlin Heidelberg.

BRICKAU, R. A. (1993). KMU-Strategien für den Europäischen Markt am Beispiel deutscher und britischer Klein- und Mittelbetriebe der Lebensmittel- und Getränkeindustrie. IV. Hildesheimer Kolloquium zur Internationalen Unternehmenskommunikation, Universität Hildesheim, 16./17. Sept., *IV. Hildesheimer Kolloquium zur Internationalen Unternehmenskommunikation, Universität Hildesheim, 16./17. Sept* (pp. 117-125). Arbeitsblätter zur Internationalen Unternehmenskommunikation.

Vorträge

BRICKAU, R. (2023). Vertrauensmanagement in Krisenzeiten. Analyse und Schließen von Vertrauensdefiziten., *Christlich-Sozialwissenschaftlicher Arbeitskreis Kommende Dortmund Thema: Kirche und Gesellschaft in der Transformation*.

BRICKAU, R. A. (2017). Das Unterbewusstsein und seine Beeinflussung am POS. Vortrag für die Deutsche Werbewissenschaftliche Gesellschaft im Rahmen des Workshops "Recht und Markenkommunikation - Erfahrungen 2017"., *Deutsche Werbewissenschaftliche Gesellschaft*.

BRICKAU, R. A., CHASTON, I. (1995). The smaller company in the Single Market. An Anglo-German comparative study of strategic behaviour in the Food-processing industry., *Marketing Education Group Conference*.

BRICKAU, R. A., CHASTON, I., MANGLES, T. (1993). Competitive advantage, SMEs and the Single European Market. Vortrag für die Marketing Education Group Conference., *Marketing Education Group Conference*.

Working Papers

STOTZ, S., BRICKAU, R., MOSS, C., MEIERHOF, D. (2021). *Measuring and restoring customer trust. An explorative research based on the VW Diesel gate scandal*. ISM Workingpaper.

BRICKAU, R. -A. A., CORNELSEN, J. (2017). *The impact of visual subliminal triggers at the point of sale on the consumers' willingness to purchase. A critical investigation into gender differences*. ISM Working Paper.

BRICKAU, R. A., RÖHRICHT, J. (2017). *Archaische Gesten im POS-Marketing. Die Nutzung archaischer Gesten in der Display- und Plakatwerbung*. ISM Working Paper.

BRICKAU, R. A., CHARISSÉ, M. (2010). *Escape from the fix. Strategies out of the global crisis*. Münster: Discussion-Paper.

Sonstige

BRICKAU, R. A., ALBERS, J., CONRADS, M. (2005). Zur gesetzlichen Neuregelung des Chemiehandels durch die EU-Kommission. Hrsg. vom Verband Chemiehandel e.V.. *Verband Chemiehandel e.V.*, Köln.