

PROF. DR. KLAUS MÜHLBÄCK

Publikationen

Artikel

KOCH, C., SIMON, M., MÜHLBÄCK, K. (2020). Die Anwendung von Gesichtserkennung im stationären Einzelhandel und ihre Auswirkungen auf die Kaufbereitschaft. *PraxisWISSEN - German Journal of Marketing*, 2020 (01), 21-40.

MÜHLBÄCK, K. (2018). Wenn Ball und Rubel rollen. *Markenartikel : Das Magazin für Markenführung* (8), pp. 12-14.

MÜHLBÄCK, K., MÜHLBÄCK, A., HOFSTETTER, N., ARNESEN, A., MEIJER, E., KLEMPER, J. (2018). 'Ask the Doctor' of the European Huntington Association (EHA) – A pilot project on online patients advisory service. *Journal of Neurology, Neurosurgery and Psychiatry*, 89 (1), 74. doi:10.1136/jnnp-2018-EHDN.198.

MÜHLBÄCK, K., RUDOLF, M., STÖRMER, J., WAHL, S., ZWIESLER, S. (2018). The Changing Demographic Environment and its Relevance for International Financial Service Providers. *ISM Research Journal*, 5 (1), 54 - 78.

WEILER, A.-K., MÜHLBÄCK, K., SCHÖLLHAMMER, R. (2018). Digital Transformation of Retail Stores. The Impact of Digitalisation and Omni-Channel Retail on the Customer Journey. *PraxisWISSEN - German Journal of Marketing* (1), 109-122. doi:10.15459/95451.23.

HESSE, L., MÜHLBÄCK, K., WALTER, G. (2017). „Auf zu neuen Ufern“. Eine empirische Untersuchung der Chancen und Risiken von Erweiterungsstrategien starker Marken am Beispiel des Apple iCar. *ISM Research Journal*, 4 (1), 55–72.

MÜHLBÄCK, K. (2007). Interkulturelle Kompetenz – Der Schlüssel zum Erfolg in Südostasien. *Determinanty exportného marketingu* (1), 285 - 295.

MÜHLBÄCK, K. (2006). Bridging the Gap – Intercultural Competence : The Key to Success in East Asia. *Business Forum China* (5), pp. S. 72 - 73. Taicang.

MÜHLBÄCK, K. (2006). Interkulturelle Kompetenz im globalen Marketing. *Determinanty a miery marketingovej úspešnosti v stratégiach konkurencieschopnosti SR v ére nového marketingu* (1), S. 55 - 64.

Monografien

MÜHLBÄCK, K. (2012). *Internationales Marketing*. Bookboon.

Buchbeiträge & Kapitel

SCHMITT, M., MÜHLBÄCK, K. (2017). The development of the work quality of Chinese sales representatives in German industrial companies in China. In Überwimmer, Gaisch et al. (Eds.), *Cross-Cultural Business Conference 2017* (pp. 31–44). Shaker.

MÜHLBÄCK, K., HENDRIKX, T. (2016). The societal acceptance of electro mobility in Germany., *Institute of Electrical and Electronics Engineers 2016 – 2015 5th International Electric Drives* (pp. S. 31 - 44). Piscataway, NJ: IEEE - Institute of Electrical and Electronics Engineers.

Vorträge

MÜHLBÄCK, K., ROSENOW, E. (2021). Aligning marketing and sales functions. An increasing challenge for today's B2B businesses., *Sales Conference 2021 Sales Enablement – Fundament des Vertriebs Erfolgs*.

MÜHLBÄCK, K., SCHMITT, M. (2017). The development of the work quality of Chinese sales representatives in German industrial companies in China., *Cross-Cultural Business Conference (CCBC) 2017*.

MÜHLBÄCK, K., HENDRIKX, T. (2015). The societal acceptance of electro mobility in Germany., *Electric Drives Production Conference 2015*.