

## **Prof. Dr. Thomas Dobbelstein**

### **Publikationen (1997-2019)**

Dobbelstein, T. / Mfopou, P.: **Deceptive Counterfeiting and Purchase Intention towards Products in Anti-Counterfeit Packaging - An Empirical Investigation in Sub-Saharan Africa**, in: Journal of applied Leadership and Management, 7. Jg. (2019), S. 19 - 30.

Dobbelstein, T. / Mason, R. / Corbishley, K.: **Shopping malls in South Africa and Germany – changing use and customer concerns**, in: Global Business Conference, 2019 Proceedings - Doing Business in a turbulent Environment, p. 8 - 9.

Dobbelstein, T. / Blomberg, A. / Zielke, S.: **The impact of risk dimensions on the attitude toward multi-channel Technologies**, in: 26th Recent Advances in Retailing & Services Science Conference, book of abstracts (2019), S. 27.

Mason, R. / Dobbelstein, T. / Corbishley, K.: **A comparative investigation into the changing use of shopping malls in Germany and South Africa**, in: Journal of Business and Retail Management Research, 13. Jg. (2019), Nr. 4, S. 61 - 78.

Blomberg, A. / Zielke, S. / Dobbelstein, T.: **The impact of risk perceptions on the attitude toward Multi-channel technologies**, in: The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research 19. Jg. (2019), Nr. 3, S. 262 - 284.

Dobbelstein, T. / Blomberg, A. / Zielke, S.: **The impact of risk dimensions on the attitude toward Multi-channel technologies**, in: 26th Recent Advances in Retailing and Service Science, book of abstracts, S. 27.

Dobbelstein, T.: **Leadership Productivity Model – Evaluation of Operationalisation**, in: Journal of Applied Leadership and Management, 6. Jg. (2018), S. 34 - 46.

Dobbelstein, T. / Heidig, W. / Jooste, W. / Mason, R.: **The retail industry in South Africa as employer of first choice for young talent**, Kapstadt 2018.

Heidig, W. / Dobbelstein, T. / Mason, R. / Jooste, W.: **Preference for a career in retailing: A question of personality**, in: The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research, 28. Jg. (2018), S. 1 - 19.

Dobbelstein, T.: **Foreword**, in: Dorasamy, N. / Rampersad, R (Hrsg.): **Critical Perspectives on Work-Integrated Learning in Higher Education Institutions**, Cambridge Scholar Publishing, Newcastle 2018, S. viii - ix.

Heidig, W. / Dobbelstein, T. / Mason, R. / Jooste, W.: **First Choice or Fallback Option? The Attractiveness of South Africa's Retail Industry for Gen Y Members**, in: Problems and Perspectives in Management, 15. Jg. (2017), Nr. 2, S. 110 - 123.

Heidig, W. / Dobbelstein, T. / Mason, R. / Jooste, W.: **Preference for a career in retailing: A question of personality**, in: The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research, in print.

Heidig, W. / Dobbelstein, T. / Mason, R. / Jooste, W.: **First Choice or Fallback Option? The Attractiveness of South Africa's Retail Industry for Gen Y Members**, in: Problems and Perspectives in Management, 15. Jg. (2017), Nr. 2, S. 110 - 123.

Heidig, W. / Dobbelstein, T. / Mason, R. / Jooste, W.: **The Retail Industry in South Africa as Employer of First Choice for Young People**, in: Retailer, Nr. 6, 2017, S. 18.

Dobbelstein, T. / Krumm, R.: **9 Levels for Value Systems - Operationalising and Measuring the Level Resistance**, in: Journal of applied Leadership and Management, 4. Jg. (2015/2016), S. 107 – 121.

Gwosdz, F. / Höger, K. / Dobbelstein, T.: **Reales Geld für virtuelle Güter**, in: planung&analyse, 45 Jg. (2016), Nr. 6, S. 66 - 67.

Dobbelstein, T. / Zielke, S.: **Insights in the Usage of Price Comparison Websites**, European Institute for Retail and Service Science (Hrsg.): proceedings, 23rd Conference Recent Advances in Retailing and Service Science, 2016, 6 Seiten.

Gwosdz, F. / Dobbelstein, T.: **Virtual Marketing Mix - Marketing applied for virtual goods in Free2Play Games**, Saarbrücken 2016.

Mason, Roger B. / Dobbelstein, T.: **The influence of the level of environmental complexity and turbulence on the choice of marketing tactics**, in: Journal of Economics and Behavioral Studies (2016), in Druck.

Dobbelstein, T. / Heidig, W.: **Motivation to visit a City - a Retail Perspective**, in: Rasouli, S. / Timmermanns, H. (Hrsg.): Recent Advances in Retailing and Service Science, EIRASS Conference Proceedings, 2015, S. 18.

Zielke, S. / Dobbelstein, T.: **Price Information Search in Online and Offline Channels**, in: Picot-Coupey, K. / Cliquet, G. (Hrsg.): Proceedings of the 18th International Conference on Research in the Distribution Trades, European Association of Education and Research in Commercial Distribution (EAERCD), Rennes, France, 9 pages.

Dobbelstein, T.: **Praxisdesign als Einflussfaktor der Patientenzufriedenheit**, in: Dental Tribune D-A-CH, 12. Jg. (2015), Nr. 3, S. 3.

Dobbelstein, T. / Zielke, S.: **Customer' Price Search Behaviour in Different Channels and Product Categories**, in: Rasouli, S. / Timmermanns, H. (Hrsg.):

Recent Advances in Retailing and Service Science, EIRASS Conference Proceedings 2014, S. 29.

Erasmus, A. C. / Donoghue, S. / Dobbelstein, T.: **Consumers' perception of the complexity of selected household purchase decisions**, in: Journal of Retailing and Consumer Services, vol. 21, iss. 3, May 2014, p. 293 - 305.

Dobbelstein, T.: **Lebensstil und Lebensgefühl unter der Lupe der Wissenschaft**, Interview in: Marketing trifft ..., Ausgabe 2013, S. 8.

Erasmus, A. C. / Donoghue, S. / Dobbelstein, T.: **Consumers' perception of the complexity of selected household purchase decisions**, in: Timmermans, H.J.P (Hrsg.): Recent Advances In Retailing and Service Science, EIRASS Conference Proceeding 2013, p. 27.

Dobbelstein, T.: **Stadt, Marketing und Nachhaltigkeit**, in: 25 Jahre WIFO, Gemeinsam auf dem Ravensburger Weg, Ravensburg 2013, S. 8.

Dobbelstein, T. / Nattermann, B.: **Stationäre versus Internet – Best Practice Beispiele zur Stärkung des Stationären Fachhandels**, in: Offensiv für den Fachhandel, 9. Ausgabe, Mai 2013.

Dobbelstein, T.: **Market Potential of Community Produced Textiles on Regional German Retail Markets - an Educational Student Project to Support Communities**, Community Engagement Symposium Vanderbijlpark, Book of Abstracts, 2012, S. 13.

Dobbelstein, T.: **Changing Perceptions and Target Groups of Private Labels - Advice for Retailers**, DUT Institutional Research Day, Book of Abstracts, 2012, S. 55.

Dobbelstein, T./Bernauer, J.: **Relevanz und Glaubwürdigkeit als Erfolgsfaktoren des Weblog-Marketings, Eine empirische Analyse am Beispiel des Automobilzulieferers ZF Friedrichshafen AG**, Saarbrücken 2012.

Dobbelstein, T./Brehm, C.: **Perception of Cost, Cost Drivers, HRM, Long and Short Term Critical Success Factors in the Hotel Industry, Recommendations for Hotel Management**, in: African Journal for Business Management, 44. Jg. (2012), Nr. 44, S. 10578 - 10590.

Dobbelstein, T./Peters, J.: **Online-Lebensmittelhandel in Deutschland, Analyse und Konzeption auf der Basis von Testkäufen, Konsumentenbefragungen und Best Practice Anaysen führender Anbieter**, Saarbrücken 2012.

Dobbelstein, T./Krumm, R.: **9 Levels for Value systems, Development of a Scale for Level-Measurement**, in: Journal of Applied Leadership and Management, 1. Jg. (2012), Nr. 1, S. 1-16.

Dobbelstein, T./Renzing, O.: **Regional Anchoring as a Selection Criterion for Compulsory Health Insurance**, in: The International Journal of Applied Behavioral Economics, 1. Jg. (2012), Nr. 3, Juli - September, S. 39-57.

Dobbelstein, T./Brehm, C.: **The Importance of Human Resource and Cost Management as Critical Success Factors in Hotels; an Empirical Analysis**, in: Timmermans, H.J.P (Hrsg.): Recent Advances In Retailing and Service Science, EIRASS Conference Proceeding 2012.

Dobbelsein, T./Pflaum, M.: **Generation 45+, eine lebensgefühlbasierte Marktsegmentierung für den Gesundheitsmarkt**, 2. Aufl., Saarbrücken 2012.

Dobbelstein, T./Renzing, O.: **Buy Local - Differenzierungsvorteil regional verankerter Krankenkassen**, Saarbrücken 2011.

Dobbelstein, T./Renzing, O.: **The regional anchoring of a compulsory health insurance as decision criterion in the selection of a compulsory health insurance - an empirical analysis based on the country of origin concept**, in: Timmermans, H.J.P (Hrsg.): Recent Advances In Retailing and Service Science, EIRASS Conference Proceeding 2011.

Dobbelstein, T./Brylla, T.: **Beeinflusst Praxisdesign die Patientenzufriedenheit?**, in: ZWP spezial, Nr. 9 (2010), S. 4 - 9.

Kuskova, E./Dobbelstein, T.: **The evolution of private label branding - from cheap copy to professional brand**, in: Journal of Brand Management, Nr. 49 (2010), S. 366 - 372.

Dobbelstein, T./Renzing, O.: **Criteria that influence a patient`s opinion about the medical quality of physicians in private practices**, in: Timmermans, H.J.P (Hrsg.): Recent Advances In Retailing and Service Science, EIRASS Conference Proceeding 2009.

Dobbelstein, T./Kuskova, E.: **Psychographic customer features as determinants of attitudes towards private labels - an empirical analysis in Russia and Germany**, in: Timmermans, H.J.P (Hrsg.): Recent Advances In Retailing and Service Science, EIRASS Conference Proceeding 2009.

Dobbelstein, T./Renzing, O.: **Die Verbesserung der Arzt-Patienten-Beziehung - eine empirische, maßnahmeorientierte Analyse zur Steigerung von Vertrauen, Patientenzufriedenheit und Patientenbindung**, Saarbrücken 2009.

Dobbelstein, T./Dos Santos, M.: **The influence of spirituality on the consumer decision making process - especially information behavior and retail store selection**, in: Timmermans, H.J.P (Hrsg.): Recent Advances In Retailing and Service Science, EIRASS Conference Proceeding 2008.

Dobbelstein, T./Pflaum, M.: **Gesundheitsbranche übertrifft starke Tourismusbranche um mehr als das Doppelte**, in: IHK Wiesbaden (Hrsg.): Hessische Wirtschaft, Nr. 6 (2008), Zarbock-Verlag, Frankfurt 2008, S. 7 - 8.

Dobbelstein, T.: **Prozessqualität als Wettbewerbsvorteil für Krankenhäuser - eine Analyse aus Sicht der Einweiser**, in: Klusen, N./Meusch, A. (Hrsg.): Zukunft der Krankenhausversorgung, Nomos-Verlag, Baden-Baden 2008, S. 209 - 224.

Dobbelstein, Thomas/Pflaum, Maximilian/Meier, Michael: **Marketingorientierte Umsetzung einer lebensgefühlbasierten Marktsegmentierung der Generation 45plus für den Gesundheitsmarkt am Beispiel der Kampagne für KNEIPP**, in: planung & analyse, Nr. 4 (2007), Deutscher Fachverlag, Frankfurt 2007, S. 53 - 56.

Dobbelstein, Thomas/Pflaum, Maximilian: **Das Gesundheitsverhalten der Generation 45+**, in: Gebäudeinstallation, Nr. 7/8 (2007), Österreichischer Wirtschaftsverlag, Wien 2007, S. 34 - 36.

Dobbelstein, Thomas/Dos Santos, Maria /Herbst Frikkie: **Exploring Consumer's Spiritual Development in Adulthood: Possible Implications for Marketing Organisations**, in: Dheeraj, Sharma/Shahen Borna (Hrsg.): Developments in Marketing Science, vol. XXX (2007), S. 154 - 163.

Dos Santos, Maria/Dobbelstein, Thomas: **Spirituality, Self Actualisation and Quantum Physics: Commonalities and a Retail Perspective**, in: Muller, A. (ed.): Management Insights vol. 1 (2007), p. 23 - 46.

Zielke, Stephan/Dobbelstein, Thomas: **Customers' Willingness To Purchase New Store Brands**, in: Journal of Product & Brand Management, vol. 16, (2007), no. 2, p. 112 - 121.

Dobbelstein, Thomas/Zielke, Stephan: **Bestimmungsfaktoren der Kaufbereitschaft von neuen Handelsmarken**, in: Trommsdorff, Volker (Hrsg.): Handelsforschung, 21. Jg. (2007), S. 69 - 83.

Dobbelstein, Thomas/Pflaum, Maximilian: **Generation 45+ - Eine lebensgefühlbasierte Marktsegmentierung für den Gesundheitsmarkt**, Saarbrücken 2007.

Dobbelstein Thomas/Pflaum, Maximilian: **Bedeutung des Wirtschaftsfaktors Gesundheit im Landkreis Ravensburg**, in: IHK Bodensee-Oberschwaben (Hrsg.): Gesundheitsmarkt Oberschwaben - Zukunftsperspektiven einer Gesundheitsregion, Ravensburg 2007.

Dobbelstein, Thomas/Windbacher, Daniel: **Mystery Shopping - Ziele, Prozess und Qualität eines Verfahrens zum Controlling der Dienstleistungsqualität**,

in: Schuckel, Marcus/Toporowski, Waldemar (Hrsg.): Theoretische Fundierung und praktische Relevanz der Handelsforschung, Wiesbaden 2007, S. 103 - 122.

Dobbelstein, Thomas: **Erreichbarkeit und schnelle Prozesse zeichnen gute Krankenhäuser aus - Ergebnisse einer repräsentativen Einweiserbefragung**, in: f&w, 24. Jg. (2007), Nr. 1, S. 22 - 26.

Dobbelstein, Thomas/Kristin, Klebl: **Development of the Generation 50 plus and their effects on retail marketing – an insight into the German market**, in: Sediba sa Thuto: Academic Journal of Vaal University of Technology, Vol. 3, (2006), S. 19 - 53.

Dobbelstein, Thomas/Pflaum, Maximilian: **Image Analysis and Development as an Instrument to improve the competitive Advantage of the University of Cooperative Education**, in: Journal of Cooperative Education and Internships, vol. 40 (2006), p. 30 - 45.

Dobbelstein, Thomas: **Die Nutzung probabilistischer Potentialmodelle zur verkaufsstellenspezifischen Marktpotentialprognose - dargestellt am Beispiel von Presseartikeln**, in: marketing zfp, 26. Jg. (2004), H. 2, S. 121 - 140.

Dobbelstein, Thomas: **Globalization of Education as a Service Industry – a market based Analysis** in: Reforma Quaterly International Economic Journal, vol. 21 (2004), no. 2, p. 23 - 27.

Dobbelstein, Thomas/Behrendt, Lisa: **Mental Models as an Approach to Analyze Consumer Behavior**, in: State University of Jakarta (ed.): Parameter Special Edition, vol. 20 (2004), no. 1, p. 1 - 72.

Dobbelstein, Thomas/Mouraviev, Nikolai: **The Bologna Agreement: Implications for Universities in Central Asia**, in: Reforma Quaterly International Economic Journal, vol. 21 (2004), no. 1, p. 46 - 47 and 51 - 53.

Dobbelstein, Thomas/Taylor, Susanne: **Analysing the World of Work's Requirements with the Aim of Enthusing Companies about Cooperative Education**, in: Asia Pacific Journal of Cooperative Education (APJCE), vol. 5 (2004), Part 1, S. 1 - 6.

Dobbelstein, Thomas: **Marktpotentialanalyse**, in: dnv, 54. Jg. (2002), H. 4-5, S. 92 - 94 (Teil 1) und H. 6, S. 26 - 28 (Teil 2).

Dobbelstein, Thomas: **Marktpotenzialanalysen als Basis der Sortimentspolitik**, Das Beispiel Presseartikel, Wiesbaden, 2002.

Dobbelstein, Thomas/Fröhlich Simone: **Zwischen den Zeilen ...** (Die Bedeutung der Kaufzeitungskunden für die Marketing- und Sortimentspolitik in Convenience Shop) in: Convenience Shop, 6. Jg. (2001), H. 10, S. 49 - 50.

Dobbelstein, Thomas: **Beschwerde- und Reklamationsmanagement - Analyse und Maßnahmen dargestellt am Beispiel des Möbelhandels**, in: Müller-Hagedorn, Lothar (Hrsg.): Kundenbindung im Handel, Frankfurt am Main 1999, S. 283 - 314, aktualisiert in: Müller-Hagedorn, Lothar (Hrsg.): Kundenbindung im Handel, 2. Aufl., Frankfurt am Main 2001, S. 289 - 320.

Schuckel, Marcus/Dobbelstein, Thomas: **Ausgewählte Methoden zur Kategorisierung von Kundenanforderungen auf der Basis der Penalty-Reward-Contrast-Analyse**, in: Müller-Hagedorn, Lothar (Hrsg.): Kundenbindung im Handel, Frankfurt am Main 1999, S. 135 - 164, aktualisiert in: Müller-Hagedorn, Lothar (Hrsg.): Kundenbindung im Handel, 2. Aufl., Frankfurt am Main 2001, S. 147 - 176.

Kaapke, Andreas/Dobbelstein, Thomas: **Kundenbindung im Handel - Empirische Ergebnisse**, in: Müller-Hagedorn, Lothar (Hrsg.): Kundenbindung im Handel, Frankfurt am Main 1999, S. 45 - 64, aktualisiert in: Müller-Hagedorn, Lothar (Hrsg.): Kundenbindung im Handel, 2. Aufl., Frankfurt am Main 2001, S. 47 - 66.

Dobbelstein, Thomas / Keppel, Michael F.: **Die Auswirkungen des E-Commerce auf die Sortimentsplanung des Großhandels - dargestellt am Beispiel des Presse-Grosso**, in: Müller-Hagedorn, Lothar (Hrsg.): Zukunftsperspektiven des E-Commerce im Handel, Frankfurt am Main 2000, S. 337 - 361.

Dobbelstein, Thomas / Keppel, Michael F.: **E-Commerce und Sortiment**, in: dnv, 52. Jg. (2000), H. 9, S. 88 - 104.

Dobbelstein, Thomas: **Jahresbetriebsvergleich 1998, Zur Situation im Facheinzelhandel sowie im Naturkost-/Naturwareneinzelhandel**, in: BNN-Einzelhandel informiert, Nr. 49 vom 09.12.1999, S. 1 - 2.

Kaapke, Andreas/Dobbelstein, Thomas: **Kundenbindung im Handel - Empirische Ergebnisse**, in: Mitteilungen des Instituts für Handelsforschung an der Universität zu Köln, 51. Jg. (1999), H. 7, S. 133 - 144.

Dobbelstein, Thomas: **Auswertung der Betriebsvergleichsergebnisse '97**, BNN-Nachrichten Naturkosthandel, Heft Februar '99, S. 21.

Dobbelstein, Thomas: **lfH, Auswertung '97 liegt vor, Bericht über die Ergebnisse des Betriebsvergleichs für Naturkost/Naturwarenfachgeschäfte**, in: BNN-Einzelhandel informiert, Nr. 1 vom 07.01.1999, S. 1.

Dobbelstein, Thomas/Wenzlitschke, Max Reinhard: **Eisenwaren- und Hausrathandel, Ausgewählte Ergebnisse des Betriebsvergleichs für das Jahr 1997**, Handelsjournal - Leserservice, Köln 1999.

Dobbelstein, Thomas/Wenzlitschke, Max Reinhard: **Glas-, Porzellan-, Keramikeinzelhandel, Ausgewählte Ergebnisse des Betriebsvergleichs für das Jahr 1997**, Handelsjournal - Leserservice, Köln 1999.

Dobbelstein, Thomas/Wenzlitschke, Max Reinhard: **Lebensmitteleinzelhandel, Ausgewählte Ergebnisse des Betriebsvergleichs für das Jahr 1997**, Handelsjournal - Leserservice, Köln 1999.

Dobbelstein, Thomas/Wenzlitschke, Max Reinhard: **Naturkost-/Naturwareneinzelhandel, Ausgewählte Ergebnisse des Betriebsvergleichs für das Jahr 1997**, Handelsjournal - Leserservice, Köln 1999.

Dobbelstein, Thomas/Wenzlitschke, Max Reinhard: **Möbeleinzelhandel, Ausgewählte Ergebnisse des Betriebsvergleichs für das Jahr 1997**, Handelsjournal - Leserservice, Köln 1999.

Dobbelstein, Thomas: Was der Kunde will - **Kundenanforderungen beim Möbelkauf**, in Möbelmarkt, Heft 1, 1999, S. 32 - 40.

Dobbelstein, Thomas: **Prognoseverfahren**, in: Universität zu Köln, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Handel und Distribution (Hrsg.): Instrumente der Handelswissenschaft, Teil 2, Köln, Dezember 1998, S. 11-1 bis 11-11.

Dobbelstein, Thomas: **Årsager til og behandling af møbelreklamationer**, in: Foreningen Dansk Møbelindustri (Hrsg.): Medlemsarrangement, En reklamation er en gave, Tagungsband zum Kongress am 08.10.98, Kopenhagen 1998, S. 2 - 22.

Schuckel, Markus/Dobbelstein, Thomas: **Die Kategorisierung von Kundenanforderungen mit Hilfe der PRC-Analyse** - dargestellt am Beispiel einer Studie zum Gebrauchtwagenmarkt, in: Mitteilungen des Instituts für Handelsforschung an der Universität zu Köln, 50. Jg. (1998), H. 5, S. 89 - 102.

Dobbelstein, Thomas: **Die Umsatzentwicklung im westdeutschen Elektrogroßhandel, eine quantitative Prognose bis zum Jahr 2000**, in: Elektrowirtschaft, Heft 10/97, S. 6 - 15.

Müller-Hagedorn, Lothar/Dobbelstein, Thomas: **Kunden-Zufriedenheit gemeinsam managen**, in: möbelkultur, Heft 6/97, S. 52 - 57.



## Vorträge (2016-2018)

Erasmus, A. C. / Donoghue, S./ Dobbelstein, T.: **A Cross-Cultural Comparison of Consumers' Use of Online versus Brick-and-Mortar Shopping and the Perceived Risk Associated with Diverse Product Categories**, European Institute for Retail and Service Studies (EIRASS), 25th international conference on recent advances in retailing and service science, 16. - 29.07.2018, Madeira, Portugal.

Dobbelstein, T.: **Analyzing market potential for innovative products**, Durban University of Technology, Konferenz: Creating local and regional innovation & entrepreneurial ecosystems, 14.03.2018, Durban, Südafrika.

Dobbelstein, T.: **Stand der Digitalisierung im Landkreis Ravensburg**, empirische Ergebnisse (Videopräsentation), 27.11.17, Ravensburg, Deutschland.

Dobbelstein, T.: **Shopping trends in Germany - propensity to shop online versus at brick-and-mortar stores and implications for marketing of retailers and cities**, University of Pretoria, 29.03.17, Pretoria, South Africa.

Dobbelstein, T.: **Baden-Württemberg Cooperative State University, a model of connecting industry and university**, Durban University of Technology, Research, Innovation and Engagement (RIE) Forum, 14.02.2017, Durban, South Africa.

Dobbelstein, T.: **Denn WIR wissen, was SIE tun - Einblicke in die Welt der Kundenanalyse**, Neujahrsempfang Handels- und Gewerbeverein, 08.01.2017, Ummendorf-Fischbach, Deutschland.

Zielke, S. / Dobbelstein, T.: **Insights in the Usage of Online Price Search Strategies**, 5th Nordic Retail and Wholesale Conference (NRWC), 9. - 10.11.2016, Aarhus, Dänemark.

Dobbelstein, T. / Heidig, W. / Jooste, W. / Mason, R.: **The Retail Industry in South Africa as Employer of first Choice for young Talents**, International Conference on Business Management Dynamics, 07. - 08.09.2016, Kapstadt, Südafrika.

Dobbelstein, T. / Zielke, S.: **Insights in the Usage of Price Comparison Websites**, European Institute for Retailing and Service Studies (EIRASS), 23. international conference on recent advances in retailing and service science, 11. - 14.07.2016, Edinburgh, Schottland.

Dobbelstein, T.: **Kundengewinnung - Zielgruppen finden, begeistern, binden**, Wirtschaftsförderung Bodenseekreis, 29.06.2016, Eriskirch, Germany.