

## Publikationen & Medienbeiträge von Prof. Dr. Holger Buxel

(Liste zuletzt aktualisiert 03/2021; Medienbeiträge nur Auswahl seit 2005)

Jahr	Was	Art
2020	Buxel, H. (2020): Free From im Fokus, in: DLG Lebensmittel, Heft 06/2020, S. 42-43	AFZ
2020	Buxel, H. (2020): Free From-Sortiment im Fokus, in: Lebensmittelpraxis, Heft 18/2020, S. 42-43	AFZ
2020	Buxel, H. (2020): Free-From-Lebensmittel & Clean Labels: Verbraucherakzeptanz und Einfluss von Free-from-Hinweisen auf die Produktwahrnehmung sowie die Kauf- und Zahlungsbereitschaft. Münster 2020	FSB
2020	Buxel, H. (2020): Die Bedeutung der Preiswerbung im LEH, Arbeitspapier für den bvlh (uv), Münster 2020	AP
2020	Personalisierte Ernährung ist die Zukunft, in: FoodForum, Heft 03/2020, S. 19	MPS
2020	Buxel, H. (2020): Weniger Zucker oder Diät?, in: SG Magazin, Heft 4/2020, S. 26-29	AFZ
2020	Buxel, H. (2020): Zuckerreduktion: Bitte richtig kennzeichnen, in: Flüssiges Obst, Heft 1/2020, Seite 16-21	AFZ
2020	Buxel, H. (2020): Weniger Zucker, ohne Zuckerzusatz oder Diät?, in: Die Milchwirtschaft (DMW), Heft 2/2020, S. 52-55	AFZ
2020	Buxel, H. (2020): 30% weniger Fett oder Light?, in: Fleischwirtschaft, Heft 2/2020, S. 66-70	AFZ
2020	Individuell statt Standard, <a href="https://www.markant-magazin.com/markant/individuell-statt-standard">https://www.markant-magazin.com/markant/individuell-statt-standard</a> (11.03.2020)	MPS
2019	Appetit auf die Zukunft, <a href="https://www.fleischwirtschaft.de/produktion-management/nachrichten/Trends-Appetit-auf-die-Zukunft-40716">https://www.fleischwirtschaft.de/produktion-management/nachrichten/Trends-Appetit-auf-die-Zukunft-40716</a> (Stand 29.11.2019)	MPS
2019	Buxel, H./DLG e.V. (2019): My Food - Personalisierung und Ernährung, DLG Studie Teil 1: Personalisierte Lebensmittel. Frankfurt am Main 2019.	FSB
2019	Buxel, H./DLG e.V. (2019): My Food - Personalisierung und Ernährung, DLG Studie Teil 2: Personalisierte Ernährung. Frankfurt am Main 2019.	FSB

Jahr	Was	Art
2019	Buxel, H./DLG e.V. (2019): My Food - Personalisierung und Ernährung, DLG Studie Teil 3: Personalisierung beim Lebensmitteleinkauf und Ernährungs-Apps. Frankfurt am Main 2019.	FSB
2019	Appetit auf die Zukunft, <a href="https://www.fleischwirtschaft.de/management/nachrichten/Trends-Appetit-auf-die-Zukunft-40716">https://www.fleischwirtschaft.de/management/nachrichten/Trends-Appetit-auf-die-Zukunft-40716</a> (29.11.2019)	MPS
2019	Buxel, H. (2019): Zuckersteuer, Werbeverbote, Verkaufsbeschränkungen & Co.: Wie sehen Verbraucher Maßnahmen zur Reduktion des Zuckerkonsums? Münster 2019.	MPS
2019	Buxel, H. (2019): Zucker- und Fettreduktion bei Lebensmitteln: Verbraucherakzeptanz von zucker- und fettreduzierten Lebensmitteln sowie Akzeptanz von staatlichen Maßnahmen zur Reduktion des Zuckerkonsums. Münster 2019.	FSB
2019	Buxel, H. (2019): Lebensmittel-Onlinehandel: Ein Vertriebsweg mit Wachstumspotenzial?, in: Kartoffelbau, Heft 6/2019, S. 51-53	AFZ
2019	Saft-Wissen ist keine Wissenschaft: Warum ist der Verbraucher beim Thema Fruchtsaft so unsicher?, <a href="https://www.fruchtsaft.de/presse/meldungen/saft-wissen-ist-keine-wissenschaft">https://www.fruchtsaft.de/presse/meldungen/saft-wissen-ist-keine-wissenschaft</a> (02.06.2019)	MPS
2019	Saft-Wissen ist keine Wissenschaft: Warum ist der Verbraucher beim Thema Fruchtsaft so unsicher?, <a href="https://www.about-drinks.com/saft-wissen-ist-keine-wissenschaft-warum-ist-der-verbraucher-beim-thema-fruchtsaft-so-unsicher/">https://www.about-drinks.com/saft-wissen-ist-keine-wissenschaft-warum-ist-der-verbraucher-beim-thema-fruchtsaft-so-unsicher/</a> (02.06.2019)	MPS
2019	Saft-Wissen ist keine Wissenschaft, <a href="https://www.gastroecho.de/saft-wissen-ist-keine-wissenschaft/">https://www.gastroecho.de/saft-wissen-ist-keine-wissenschaft/</a> (02.06.2019)	MPS
2019	Buxel, H. (2019): Fruchtsaft-Verwendung & Einstellung zu Fruchtsaft: Ergebnisse einer Befragung. Münster 2019.	FSB
2019	Rein und pur: Lebensmittel müssen Versprechen halten, <a href="https://www.vzbv.de/pressemitteilung/rein-und-pur-lebensmittel-muessen-versprechen-halten">https://www.vzbv.de/pressemitteilung/rein-und-pur-lebensmittel-muessen-versprechen-halten</a> (15.08.2019)	MPS
2019	Hinweise „Rein“ und „pur“ wecken Erwartungen, <a href="https://www.lebensmittelklarheit.de/kurzmeldungen/hinweise-rein-und-pur-wecken-erwartungen">https://www.lebensmittelklarheit.de/kurzmeldungen/hinweise-rein-und-pur-wecken-erwartungen</a> (14.08.2019)	MPS
2019	Werbung mit Reinheitsbegriffen: Lebensmittel müssen Versprechen halten, <a href="https://www.markenartikel-magazin.de/_rubric/detail.php?rubric=marke-marketing&amp;nr=5928">https://www.markenartikel-magazin.de/_rubric/detail.php?rubric=marke-marketing&amp;nr=5928</a> (16.08.2019)	MPS

Jahr	Was	Art
2018	Buxel, H. (2018): Verbraucherverständnis und -bewertung der Hinweise „100%“, „pur“ und „rein“ auf Lebensmittelverpackungen. Münster 2018.	FSB
2018	Frenzel, T./Buxel, H. (2018): Verschenktes Mitarbeiterpotenzial, in: Sales Excellence, Heft 10/2018, S.48-51	AFZ
2018	Viele Vertriebsmitarbeiter werden falsch geschult, <a href="https://www.springerprofessional.de/aus--und-weiterbildung/verkaufstraining/viele-vertriebsmitarbeiter-werden-falsch-geschult/15907058">https://www.springerprofessional.de/aus--und-weiterbildung/verkaufstraining/viele-vertriebsmitarbeiter-werden-falsch-geschult/15907058</a> (20.10.2018)	MPS
2018	Schiller, S./Buxel, H. (2018): Reduktion von Fett, Zucker und Salz in Lebensmitteln: Zwischen Machbarkeit und Verbrauchererwartung. Frankfurt a.M. 2018	FSB
2018	Buxel, H. (2018): Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln: Verbrauchereinstellungen, Bekanntheit und Einfluss auf die Produktwahrnehmung sowie die Kauf- und Zahlungsbereitschaft, Münster 2018	FSB
2018	Frenzel, T./Buxel, H. (2018): Qualifizierung im Vertrieb: Status quo und Gestaltung von Schulungen und Trainings, Wolfenbüttel/Münster 2018	FSB
2018	Buxel, H. (2018): Vermarktung von regionalen Lebensmitteln durch Erzeuger und Verarbeiter: Ergebnisse einer Befragung. Berlin/Münster 2018.	FSB
2018	Buxel, H. (2018): Siegel beeinflussen die Kaufbereitschaft, in: Brauwelt, Nr. 30 (2018), S. 870-872	AFZ
2018	Buxel, H. (2018): Siegel wirken signifikant, in: Milch-Marketing, Heft 6/2018, S. 34-35	AFZ
2018	Reduktion von Zucker, Fett und Salz in Lebensmitteln – Zwischen Machbarkeit und Verbrauchererwartung; <a href="http://www.dlg.org/studie_salz_zucker_fett.html">http://www.dlg.org/studie_salz_zucker_fett.html</a> (20.09.2018)	MPS
2018	«Ohne Gentechnik» immer bekannter, <a href="https://www.schweizerbauer.ch/politik--wirtschaft/international/ohne-gentechnik-immer-bekannter-41420.html">https://www.schweizerbauer.ch/politik--wirtschaft/international/ohne-gentechnik-immer-bekannter-41420.html</a> (3.4.2018)	MPS
2018	Buxel (2018): Was bringt ein Siegel auf einem Produkt?, in: fng magazin, Heft 03/2018, S. 22-35	AFZ
2018	Buxel, H. (2018): Lebensmittel-Siegel sind erwünscht und wirksam, in: FLÜSSIGES OBST, Heft 05/2018, S. 179-181	AFZ
2018	Frenzel, T./Buxel, H. (2018): Verschenktes Potenzial: Vertriebsmitarbeiter werden geschult – aber falsch!,	MPS

Jahr	Was	Art
	<a href="https://vertriebszeitung.de/verschenktes-potenzial-vertriebsmitarbeiter-werden-geschult-aber-falsch/">https://vertriebszeitung.de/verschenktes-potenzial-vertriebsmitarbeiter-werden-geschult-aber-falsch/</a> (20.05.2018)	
2018	Buxel (2018): Was bringt ein Siegel? in: Fleischwirtschaft, Heft 5/2018, S. 70-73	AFZ
2018	Das Bio-Siegel: Deutschlands bekanntestes Gütesiegel, <a href="https://www.ble.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/DE/2018/180711_Bio_Siegel.html">https://www.ble.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/DE/2018/180711_Bio_Siegel.html</a> (12.07.2018)	MPS
2018	Zucker, Salz, Fett: Weniger ist mehr, DLG Jahresbericht 2017, S. 94-95	MPS
2018	Lebensmittel-Siegel: Wirkung auf Verbraucherverhalten, <a href="https://www.food-monitor.de/2018/05/lebensmittel-siegel-wirkung-auf-verbraucherverhalten/">https://www.food-monitor.de/2018/05/lebensmittel-siegel-wirkung-auf-verbraucherverhalten/</a> (02.05.2018)	MPS
2018	Lebensmittel-Siegel sind erwünscht und wirksam, <a href="https://www.blmedien.de/moproweb/Home/Lebensmittel-Siegel-sind-erwuenscht-und-wirksam-482383011.html">https://www.blmedien.de/moproweb/Home/Lebensmittel-Siegel-sind-erwuenscht-und-wirksam-482383011.html</a> (01.05.2018)	MPS
2017	Buxel, H. (2017): Großgruppen-Tagungen und -Workshops in Unternehmen: Status quo, Moderation, Erfolg. Münster 2017.	FSB
2017	Buxel, H./Auler, C. (2017): DLG-Studie 2017: Akzeptanz und Käuferverhalten bei Fleischersatzprodukten. Frankfurt a.M. 2017.	FSB
2017	Buxel, H. (2017): Kein Chaos bei großen Gruppen, in: Personalmagazin, Heft 12/2017, S. 38-41	AFZ
2017	Buxel, H./Auler, C. (2017): Verbraucherwahrnehmung im Fokus: Studie zu Akzeptanz und Käuferverhalten bei Fleischersatzprodukten, in: Fleischwirtschaft, Heft 5/2017, S. 67-72	AFZ
2017	Buxel, H. (2017): Fünf Tipps: So klappt's mit Großgruppen, in: wirtschaft + weiterbildung, Heft 07/08 2017, S. 35	AFZ
2017	Buxel, H. (2017): Bedürfnisse von Beschäftigten in der Krankenversorgung: Einblicke in die Arbeitsplatzzufriedenheit und die wahrgenommene Arbeitsplatzattraktivität von Ärzt/-Innen und Pfleger/-Innen, in: Pröhl, J./van Loo, M. (Hrsg.): Attraktiver Arbeitgeber Krankenhaus: Employer Branding, Personalgewinnung, Mitarbeiterbindung, Berlin 2017, S. 97-106	ASB
2017	Komplexe Probleme in großen Projektgruppen lösen; <a href="https://www.haufe.de/personal/hr-management/projektmanagement-komplexe-probleme-in-projektgruppen-loesen_80_433770.html">https://www.haufe.de/personal/hr-management/projektmanagement-komplexe-probleme-in-projektgruppen-loesen_80_433770.html</a>	MPS

Jahr	Was	Art
2017	Angehende Manager sollten Methoden für große Gruppen lernen – Quelle: <a href="https://www.rundschau-online.de/28963964">https://www.rundschau-online.de/28963964</a> ©2017; <a href="https://www.rundschau-online.de/ratgeber/angehende-manager-sollten-methoden-fuer-grosse-gruppen-lernen-28963964">https://www.rundschau-online.de/ratgeber/angehende-manager-sollten-methoden-fuer-grosse-gruppen-lernen-28963964</a>	MPS
2017	Freiräume werden einfach ausgenutzt, in: <i>BWL</i> , 04/2017, o.S.	MPS
2017	Angehende Manager sollten Methoden für große Gruppen lernen, <i>Hamburger Abendblatt</i> 28.11.2017, <a href="https://www.abendblatt.de/wirtschaft/karriere/article212672841/Angehende-Manager-sollten-Methoden-fuer-grosse-Gruppen-lernen.html">https://www.abendblatt.de/wirtschaft/karriere/article212672841/Angehende-Manager-sollten-Methoden-fuer-grosse-Gruppen-lernen.html</a>	MPS
2017	Große Gruppen wuppen: Hier harpert´s noch, in: <i>wirtschaft + weiterbildung</i> , Heft 07/08 2017, S. 32-43	MPS
2017	Verbraucher lehnen Veggi-Wurst ab, in: <i>Lebensmittelzeitung</i> , Ausgabe vom 17.3.2017, S. 29	MPS
2017	Große Gruppen wuppen: Hier harpert´s noch, <a href="https://www.haufe.de/personal/hr-management/warum-grossgruppenmoderationen-oft-schiefehen_80_418498.html">https://www.haufe.de/personal/hr-management/warum-grossgruppenmoderationen-oft-schiefehen_80_418498.html</a> (19.07.2017)	MPS
2017	Fleischersatz gilt als gesund, in: <i>Catering Management</i> , Ausgabe 05/2017, S. 15	MPS
2017	Akzeptanz und Käuferverhalten bei Fleischersatzprodukten, in: <i>Bauernblatt</i> , 04/2017, o.S.	MPS
2017	Neue DLG-Studie zum Käuferverhalten bei Fleischersatzprodukten, in: <a href="http://www.topagrar.de">www.topagrar.de</a> , 13.03.2017	MPS
2017	Fleischersatzprodukte: Kennzeichnung uneins mit Verbraucherauffassung, in: <i>MBI Marktreport Fleisch % Milch</i> , 24.03.2017, S. 3-4	MPS
2017	Was ist Wurst, was Schnitzel?, in: <i>afz</i> vom 15.03.2017	MPS
2017	„Schnitzel“ weckt falsche Erwartungen, in: <i>Wochenblatt für Landwirtschaft und Landleben</i> , 11/2017, S. 14	MPS
2017	Verbraucher finden Namen von Fleischersatzprodukten irreführend, in; <a href="http://www.SUOnline.de">www.SUOnline.de</a> , 13.03.2017	MPS
2017	Neue DLG-Studie zum Thema „Akzeptanz und Käuferverhalten bei Fleischersatzprodukten“, in: <a href="http://www.foodjobs.de">www.foodjobs.de</a> , 13.03.2017	MPS
2017	Fleischersatz besser kennzeichnen, in: <a href="http://www.agrarzeitung.de">www.agrarzeitung.de</a> , 9.3. 2017	MPS

Jahr	Was	Art
2017	DLG-Studie zur Fleischersatz-Akzeptanz, in: <a href="http://www.tk-18.de">www.tk-18.de</a> , 9.3.2017	MPS
2017	Neue DLG-Studie über Fleischersatzprodukte, in: DLG Lebensmittel, Heft 3/2017, S. 49	MPS
2017	Mineralwasser: Interview mit Prof. Dr. Holger Buxel, Gastronomie & Hotel-Impulse, 07-08/2017, S. 37, online: <a href="http://horesga.de/fachartikel/mineralwasser-interview-mit-prof-dr-holger-buxel-professor-fur-marketing-im-schwerpunkt-lebensmittelwirtschaft-an-der-fachhochschule-munster">http://horesga.de/fachartikel/mineralwasser-interview-mit-prof-dr-holger-buxel-professor-fur-marketing-im-schwerpunkt-lebensmittelwirtschaft-an-der-fachhochschule-munster</a>	MPS
2016	Buxel, H./DLG e.V. (2016): Deutsches Bier: Reinheitsgebot, Produkttrends und Verbrauchererwartungen. Ergebnisse einer Studie. Münster 2016.	FSB
2016	Göthert, U./Buxel, H./Düllings, J. (2016): Dale Carnegie Training – Wertschöpfung durch Soft-Skills, in: Düllings J. et al. (Hrsg.): Fokus Führung: Was leitende Klinikmitarbeiter wissen sollten, Berlin 2016, S. 189-198	ASB
2015	Buxel, H./DLG e.V. (2015): Wissensstand, Informationsbedürfnis und Einstellungen zu landwirtschaftliche Themen im Rhein-Main-Gebiet. Ergebnisse einer Studie. Münster 2015.	FSB
2015	Buxel, H./Esenduran, G./Griffin, S. (2015): Strategic Sustainability: Creating Business Value with Life Cycle Analysis, in: Business Horizons, Volume 58, Issue 1 (January–February 2015), Pages 109-122	AFZ
2015	Das Label wird wahrgenommen, in: Ökotest, Heft 4/2015, S.99	MPS
2015	Surprising Insights from Environmental Screenings, in: MIT Sloan Management review Blog contribution, online: <a href="http://sloanreview.mit.edu/article/surprising-insights-from-environmental-screenings/">http://sloanreview.mit.edu/article/surprising-insights-from-environmental-screenings/</a> (03.05.2015)	MPS
2015	Improving Sustainability in Industrial Packaging, in: PackagingEurope, online: <a href="http://www.packagingeurope.com/Packaging-Europe-News/52775/Improving-Sustainability-in-Industrial-Packaging.htm">http://www.packagingeurope.com/Packaging-Europe-News/52775/Improving-Sustainability-in-Industrial-Packaging.htm</a> (03.04.2015)	MPS
2015	Arbeitsplatz Krankenhaus: Was Ärzte zufriedener macht, in: Boberg intern, Mitarbeiterzeitung des Berufsgenossenschaftlichen Krankenhauses Hamburg, Januar 2015, S. 4.	MPS
2014	Altenpflege hat ein Arbeitsplatz-Attraktivitätsproblem, in: CAREkonkret, Ausgabe 2/2014 vom 10.1.2014, S. 4	MPS

Jahr	Was	Art
2013	Deseniss, A./Buxel, H. (2013); DER PC&M START UP-RATGEBER: Das praxisorientierte Handbuch für mittelständische Unternehmensgründungen, 2. Auflage, Göttingen 2013 (auch online: <a href="http://www.p-c-m.info/files/pcm/pdf/pcm-start_up-leitfaden.pdf">http://www.p-c-m.info/files/pcm/pdf/pcm-start_up-leitfaden.pdf</a> )	B
2013	Buxel, H. et al. (2013): Markenwahrnehmung von Schokoladenmarken in Deutschland. Ergebnisse einer empirischen Untersuchung. Münster 2013.	FSB
2013	Griffin, S./Buxel, H. (2013): A Commitment to Lifecycle Assessment, in: Packaging Strategies, No. 7/2013, p. 6-7	AFZ
2013	Buxel, H. (2013): Guter Beruf, schwierige Bedingungen, in: Sozial - Magazin für Politik, Kirche und Gesellschaft in Baden-Württemberg, Heft 3/2013, S. 6-7.	AFZ
2013	Buxel, H./Rickert, D. (2013): Rues Klima, in: Arzt & Krankenhaus, Heft 4/2013, S. 118-121	AFZ
2013	Improving-Sustainability-in-Industrial-Packaging , online unter <a href="http://www.packagingeurope.com/Packaging-Europe-News/52775/Improving-Sustainability-in-Industrial-Packaging.html">http://www.packagingeurope.com/Packaging-Europe-News/52775/Improving-Sustainability-in-Industrial-Packaging.html</a> (14.04.2013)	MPS
2013	Buxel, H./Rickert, D. (2013): Rues Klima, in: f&w, Heft 2/2013, Seiten 168-171	AFZ
2013	Buxel, H. (2013): Arbeitsplatz Krankenhaus: Was Ärzte zufriedener macht, in: Deutsches Ärzteblatt, Heft 11/2013, S. A494-A498	AFZ
2013	Herausforderung Arbeitszeit, in: Marburger Bund Zeitung, Nr. 7/2013, S. 18	MPS
2013	Viele Ärzte sind bereit zum Wechsel, in: Marburger Bund Zeitung, Nr. 2/2013, S. 3	MPS
2013	A commitment to Lifecycle Assessment, In: Packaging Strategies, Vol 31. No. 7 from April 15th 2013, also available here: <a href="http://digital.bnppmedia.com/publication/?i=155059">http://digital.bnppmedia.com/publication/?i=155059</a>	MPS
2012	Buxel, H. (2012): Arbeitsplatzbedingungen und -zufriedenheit von Ärztinnen und Ärzten in Krankenhäusern. Ergebnisse einer empirischen Untersuchung. Münster 2012.	FSB
2012	Pflegekräfte: Wertschätzung wichtiger als Geld. Ärztezeitung vom 11.12.2012, S. 6	MPS
2012	„Wer pflegt uns morgen?“ – Symposium im Landratsamt über Fachkräftemangel in der Pflege mit großer Resonanz	MPS

Jahr	Was	Art
	<a href="http://www.beschaeftigungspakt-suedwest.de/bda-demografie/pflegesymposium/">http://www.beschaeftigungspakt-suedwest.de/bda-demografie/pflegesymposium/</a> , 29.11.2012	
2012	Die Frage aller Fragen: Wer pflegt uns morgen?, Badische Zeitung, 03.12.2012., auch online unter <a href="http://www.badische-zeitung.de/ortenaukreis/die-frage-aller-fragen-wer-pflegt-uns-morgen--66428633.html">http://www.badische-zeitung.de/ortenaukreis/die-frage-aller-fragen-wer-pflegt-uns-morgen--66428633.html</a>	MPS
2012	Pflege im Wandel der Zeit - 3. Pflegesymposium der Knappschafts-Klinik, Paderborner Blatt online, 18.05.2012, <a href="http://www.paderborner-blatt.de/magazin/gesundheit/11183688-pflege-im-wandel-der-zeit-3-pflegesymposium-der-knappschafts-klinik">http://www.paderborner-blatt.de/magazin/gesundheit/11183688-pflege-im-wandel-der-zeit-3-pflegesymposium-der-knappschafts-klinik</a> ,	MPS
2012	Aufspüren, werben, einstellen, Health&Care Management, Heft 3/2012, S. 20-23	MPS
2011	Buxel, H. (2011): Jobwahlverhalten, Motivation, und Arbeitsplatzzufriedenheit von Pflegepersonal und Auszubildenden in Pflegeberufen: Ergebnisse dreier empirischer Untersuchungen und Implikationen für das Personalmanagement und -marketing von Krankenhäusern und Altenpflegeeinrichtungen. Münster 2011	FSB
2011	Buxel, H. (2011): Demand situation for sustainable industrial packaging solutions in Germany. Münster 2011	FSB
2011	Buckler, F./Buxel, H. (2011): Mit Modeling den Wirkungsbeitrag der Kommunikationsmaßnahmen ermitteln und steigern, in: Planung & Analyse, Heft 5/2011, S. 204	AFZ
2011	Buxel, H. (2011): Zufrieden mit dem Beruf, unzufrieden mit dem Job, in: f&w führen und wirtschaften im Krankenhaus, Heft 3/2011, 28. Jg., Seite 264-269	AFZ
2011	Buxel, H. (2011): Wie Pflegende am Arbeitsplatz zufriedener werden. In: Die Schwester Der Pfleger, Heft 05/2011, 50. Jg., S. 426-430	AFZ
2011	Buxel, H. (2011): Was Pflegekräfte unzufrieden macht, in: Deutsches Ärzteblatt, Heft 17/2011, S. A946-A948	AFZ
2011	Nachteil, wenn sie fehlen, Lebensmittelzeitung Direkt, Heft 10/2011, S. 26	MPS
2011	Lebensmittelsiegel, Interview WDR5, 03.06.2011	MPS
2011	Preiseinstieg hervorheben, Lebensmittelzeitung Direkt, Heft 02/2011, S. 10	MPS

Jahr	Was	Art
2011	Beliebt, aber unklar: Gütesiegel auf Lebensmitteln, in: Ernährungs Umschau 01/11, S.7, auch online. <a href="https://www.ernaehrungs-umschau.de/print-artikel/03-01-2011-beliebt-aber-unklar-guetesiegel-auf-lebensmitteln/">https://www.ernaehrungs-umschau.de/print-artikel/03-01-2011-beliebt-aber-unklar-guetesiegel-auf-lebensmitteln/</a> , 3.1.2011	MPS
2010	Buxel, H./Schulz, S. (2010): Akzeptanz und Nutzung von Güte- und Qualitätssiegeln auf Lebensmitteln. Ergebnisse einer empirischen Untersuchung. Münster 2010	FSB
2010	Buxel, H./Großmann, A. (2010): Akzeptanz und Nutzung von Nährwertkennzeichnung auf Lebensmitteln durch Konsumenten: Ergebnisse einer empirischen Untersuchung unter Berücksichtigung der GDA- und Ampel-Nährwertkennzeichnung, Münster 2010	FSB
2010	Buxel, H./Weidlich, T. (2010): Werben mit dem guten Zweck - Akzeptanz karitativer Marketingkonzepte. Ergebnisse einer empirischen Untersuchung am Beispiel Krombacher „Regenwaldprojekt“ und der Aktion „Gesundheit für Kinder in Afrika“ von Actimel/Danone, Münster 2010	FSB
2010	Buxel, H. (2010): Akzeptanz und Nutzung von Güte- und Qualitätssiegeln auf Lebensmitteln, in: DLG-Lebensmittel, Heft 6/2010, S. 5	AFZ
2010	Buxel, H. (2010): Unkenntnis tut Vertrauen keinen Abbruch, Verbraucherumfrage über Akzeptanz und Nutzung von Güte- und Qualitätssiegeln, in: Lebensmittelzeitung, Heft 43/2010, S. 26	AFZ
2010	Enzmann, T./Buxel, H./Benzing, F. (2010): Assistentenmotivation und –zufriedenheit in der Urologie, in: Der Urologe, Heft 8/2010, S. 934-939	AFZ
2010	Buxel, H. (2010): Für das gute Gewissen, in: Lebensmittelpraxis, Heft 17/2010, S. 86	AFZ
2010	Buxel, H. (2010): Was junge Ärzte wollen: Mediziner verlangen viel von sich – und von ihrem Job, in: BDL Spezial, Heft 1/2010, S. 18-19	AFZ
2010	Buxel, H. (2010): Tue Gutes und verdiene nicht daran, in: absatzwirtschaft, Heft 7/2010, S. 40-44	AFZ
2010	Buxel, H./Balsing, A. (2010): Nicht jeder ist zufrieden, in: GV-Kompakt, Heft 6/2010, S. 8-9	AFZ
2010	Mehr als sieben Siegel : Akzeptanz und Nutzung von Labels auf Lebensmitteln, AID Infodienst, Ausgabe Nr. 47/10 vom 24.11.2010, online <a href="http://www.aid.de/presse/presseinfo.php?mode=beitrag&amp;id=5071">http://www.aid.de/presse/presseinfo.php?mode=beitrag&amp;id=5071</a>	MPS
2010	Verbraucher kennen die Bedeutung von Gütesiegeln oft nicht, Münstersche Zeitung, 20.11.2010, S. MSL05,	MPS

Jahr	Was	Art
2010	Gütesiegel auf Lebensmitteln: Sympathie ja - Vertrauen nicht unbedingt, wuv online, <a href="http://www.wuv.de/w_v_research/studien/guetesiegel_auf_lebensmitteln_sympathie_ja_vertrauen_nicht_unbedingt">http://www.wuv.de/w_v_research/studien/guetesiegel_auf_lebensmitteln_sympathie_ja_vertrauen_nicht_unbedingt</a> , 15.11.2010	MPS
2010	DLG-Auszeichnungen zählen zu den bekanntesten Gütesiegeln bei Lebensmitteln, DLG online, <a href="http://www.dlg.org/aktuelles_ernaehrung.html?detail/dlg.org/4/1/3976">http://www.dlg.org/aktuelles_ernaehrung.html?detail/dlg.org/4/1/3976</a> , 4.11.2010	MPS
2010	Und sie wirken doch – Gütesiegel, Weinakademie Berlin online, <a href="http://www.weinakademie-berlin.de/und-sie-wirken-doch-guetesiegel">http://www.weinakademie-berlin.de/und-sie-wirken-doch-guetesiegel</a> , 3.11.2010	MPS
2010	Unkenntnis tut Vertrauen keinen Abbruch, LZ online, <a href="http://www.lebensmittelzeitung.net/news/markt/protected/Siegel-Unkenntnis-tut-Vertrauen-keinen-Abbruch_83071.html">http://www.lebensmittelzeitung.net/news/markt/protected/Siegel-Unkenntnis-tut-Vertrauen-keinen-Abbruch_83071.html</a> , 29.10.2010	MPS
2010	Kennzeichnung zu kompliziert, Interview, in: Ökotest, Heft 7/2010, S. 23	MPS
2010	Befragung zur Motivation und Arbeitsplatzzufriedenheit in der Pflege, in: Die Schwester/ Der Pfleger, Heft 6/2010, Seite 526	MPS
2010	Kennzeichnung von Lebensmitteln: Der Kampf um die Ampel, online auf stern.de am 16.06.2010, <a href="http://www.stern.de/gesundheit/kennzeichnung-von-lebensmitteln-der-kampf-um-die-ampel-1574322.html">http://www.stern.de/gesundheit/kennzeichnung-von-lebensmitteln-der-kampf-um-die-ampel-1574322.html</a>	MPS
2010	Ampelkennzeichnung – was sind die Vor- und Nachteile?, Interview 1Live, 16.06.2010	MPS
2010	EU-Abgeordnete entscheiden über Nahrungsmittel-Kennzeichnung: Lebensmittel-Ampel bevorzugt, Interview mit dem WDR am 16.06.2010, <a href="http://www.wdr.de/themen/politik/europaeische_union/lebensmittelkennzeichnung/100616.jhtml?rubrikenstyle=panorama">http://www.wdr.de/themen/politik/europaeische_union/lebensmittelkennzeichnung/100616.jhtml?rubrikenstyle=panorama</a>	MPS
2010	Sensorische Fenster, in: DLG Lebensmittel Test, Heft 4/2010, S. 18-19	MPS
2010	Wirrwarr auf der Packung, in: Lebensmittel Zeitung direkt, Heft 6/2010, S.8-9	MPS
2010	Kunden ignorieren Fettgehalt, in: Der Spiegel, Heft 18/2010, S. 58	MPS
2010	Nährwertangaben auf Lebensmitteln überfordern laut neuer Studie die Verbraucher, in: Spiegel Online, 01.05.2010, <a href="http://www.spiegel.de/wirtschaft/service/0,1518,692445,00.html">http://www.spiegel.de/wirtschaft/service/0,1518,692445,00.html</a>	MPS

Jahr	Was	Art
2010	Aber keiner will es lesen: Lebensmittel bitte kennzeichnen, n-tv online, 02.05.2010, <a href="http://www.n-tv.de/wirtschaft/Lebensmittelkennzeichnung-gewuenscht-article852044.html">http://www.n-tv.de/wirtschaft/Lebensmittelkennzeichnung-gewuenscht-article852044.html</a>	MPS
2010	„Sensebase“ Fachhochschule Münster entwickelt in Kooperation mit Davert ein Instrument zur Selbstüberprüfung der Riech- und Geschmacksnerven, BioPress, 16.12.2009, <a href="http://www.biopress.de/Mambo/index.php?option=com_content&amp;task=view&amp;id=2274&amp;Itemid=105">http://www.biopress.de/Mambo/index.php?option=com_content&amp;task=view&amp;id=2274&amp;Itemid=105</a>	MPS
2010	Assistenzarztmangel bekämpfen, GFB Facharztverband online, 20.01.2010, <a href="http://www.gfb-facharztverband.de/#assistenztarzmangel-bekaempfen-personalsicherung-und-bindung-mit-richtiger-arbeitsplatzgestaltung-">http://www.gfb-facharztverband.de/#assistenztarzmangel-bekaempfen-personalsicherung-und-bindung-mit-richtiger-arbeitsplatzgestaltung-</a>	MPS
2009	Buxel, H. (2009): Motivation, Arbeitsplatzzufriedenheit und Jobwahlverhalten von Assistenzärztinnen und -ärzten sowie Studierenden der Humanmedizin: Ergebnisse zweier empirischer Untersuchungen und Implikationen für das Personalmanagement und -marketing von Krankenhäusern. Münster 2009	FSB
2009	Buxel, H. (2009): Erfolgsfaktoren für Private Equity-Dachfondsinvestoren: Ergebnisse einer empirischen Unternehmensbefragung, Münster 2009	FSB
2009	Buxel, H. (2009): Sustainability aspects and their impact on product choice in a B2B-context: Results of an emirical study. Münster 2009	FSB
2009	Buxel, H./Balsing, A. (2009): Nutzung von Bio-Produkten in der Gemeinschaftsverpflegung: Ergebnisse einer empirischen Untersuchung, Münster 2009	FSB
2009	Buxel, H./Sander, T. (2009): Status quo des Innovationsmanagements und Marketings in der Lebensmittelbranche: Ergebnisse einer empirischen Unternehmensbefragung, Münster 2009	FSB
2009	Buxel, H. (2009): Mystery Shopping im LEH am Beispiel einer Bio-Lebensmittelkette, Münster 2009	FSB
2009	Buxel, H. (2009): Motivation, Arbeitsplatzzufriedenheit und Jobwahlverhalten von Assistenzärztinnen und -ärzten: Ergebnisse einer empirischen Untersuchung, Münster 2009	FSB
2009	Buxel, H. (2009): Motivation, Arbeitsplatzzerwartung und Jobwahlverhalten von Studierenden der Humanmedizin: Ergebnisse einer empirischen Untersuchung, Münster 2009	FSB
2009	Buxel, H. (2009): Wie zufrieden ist der ärztliche Nachwuchs?, in: Der Urologe, Heft 12/2009, S. 1549-1551	AFZ

Jahr	Was	Art
2009	Buxel, H. (2009): Wie gewinnt und bindet man Assistenzärzte leichter? Verbesserungspotenziale für Arbeitsplatzzufriedenheit und -bindung, in: Der Chirurg BDC, Heft 12/2009, S. 636-640	AFZ
2009	Wiedmann, K.-P./Buxel, H. (2009): Configuring performance measurement scorecards for CRM, in: Micro & Macro Marketing, No. 3/2009, 18. Jg., pp. 417-438	AFZ
2009	Buxel, H. (2009): Gute Assistenzärzte gewinnen und binden: Studie benennt arbeitsplatzbezogene Bedürfnisse und untersucht das Jobwahlverfahren, in: f&w führen und wirtschaften im Krankenhaus, Heft 6/2009, 26. Jg., Seite 608-612	AFZ
2009	Buxel, H. (2009): Was an einem Arbeitsplatz im Krankenhaus wirklich zählt: Befragung von Assistenzärztinnen und -ärzten zu Status quo und Gestaltung von Arbeitsplatzzufriedenheit, in: Marburger Bund Zeitung, Nr. 15/30. Oktober 2009, 62. Jg., Seite 5	AFZ
2009	Walsh, G./Kilian, T./Buxel, H./Evanschitzky, H. (2009): Die Messung des wahrgenommenen Kundennutzens: Replikation und Anwendung einer Skala, in: Die Unternehmung, 63. Jg., Heft 2/2009, S. 158-177	AFZ
2009	Buxel, H. (2009): Assistenzarztmangel bekämpfen: Personalsicherung und -bindung mit richtiger Arbeitsplatzgestaltung, in: Arzt und Krankenhaus, Heft 11/2009, S. 338-342.	AFZ
2009	Buxel, H./Balsing, A. (2009): Bio in der Kostenfalle?, in: gv-praxis, Heft 10/2009, S. 3-29	AFZ
2009	Buxel, H. (2009): Strategische Defizite, in: Lebensmittelpraxis, Heft 4/2009, S. 62	AFZ
2009	Buxel, H. (2009): Arbeitsplatz Krankenhaus: Der ärztliche Nachwuchs ist unzufrieden, in: Deutsches Ärzteblatt, Heft 37/2009, S. A1790-A1793	AFZ
2009	Hilfe für den richtigen Riecher, in: Münstersche Zeitung, 02.11.2009	MPS
2009	Wie begegnen wir dem Personalnotstand in der Medizin? Maßnahmen zur Personalgewinnung, in: MTG intern (Malteser Trägergesellschaft), 3/2009, S. 10	MPS
2009	Ein Koffer für die „richtige Nase“, Westfälische Nachrichten vom 31.10.2009, S. RMS 11 (sowie Ahlener Zeitung, 01.11.2009)	MPS
2008	Buxel, H. (2008): Das Preisbewusstsein von Konsumenten bei Lebensmitteln: Status quo und Bestimmungsfaktoren, Münster 2008	FSB

Jahr	Was	Art
2008	Kilian, T./Walsh, G./Buxel, H. (2008): Measurement of Attitude Toward Private Labels: A Replication and Extension, in: European Retail Research, Vol. 22, 2008, S. 69-85	AFZ
2008	Wiedmann, K.-P./Lippold, A./Buxel, H. (2008): Status Quo der theoretischen und empirischen Innovationskulturforschung sowie Konstruktkonzeptualisierung des Phänomens Innovationskultur, in: der markt, Heft 1/2008, 47. Jahrgang, S. 43-60	AFZ
2008	Buxel, H./Halstrup, D. (2008): Management von Risiken im Projektgeschäft, in: Becker, L. (2008): Management und Führungspraxis, Ausgabe August 2008, S. 1-15	ASB
2008	Buxel, H. (2008): Gestaltung von Kundenmanagement-Kennzahlensystemen, in: Muth, M./Weidner, L./Zehetbauer, E. (Hrsg.): Unternehmenskommunikation, Ausgabe Mai/2008, Düsseldorf 2008, S. 1-22	ASB
2008	Buxel, H. (2008): Gestaltung von Kundenmanagement-Kennzahlensystemen, in: Albers, S./Hassmann, V./Tomczak, T. (Hrsg.): Vertrieb: Planen, Umsetzen, Optimieren, Ausgabe April 2008, S. 1-22	ASB
2008	Walsh, G./Kilian, T./Buxel, H. (2008): Assessing The Consumer Perceived Value Scale, in: Lee, A./Soman, D. (2008) Advances in Consumer Research, Volume XXXV, ACRO7Memphis, Duluth 2008, S. 688-689	ASB
2008	Buxel, H./Buckler, F. (2008): Cross Selling-Management als Vertriebsaufgabe, in: Muth, M./Weidner, L./Zehetbauer, E. (Hrsg.): Unternehmenskommunikation, Ausgabe Januar/2008, Düsseldorf 2008, Beitrag 04.02.07, S. 1-40	ASB
2008	Der Bio-Hype ist vorbei, Münstersche Zeitung online, 10.09.2008, <a href="http://www.muensterschezeitung.de/lokales/muenster/Der-Bio-Hype-ist-vorbei;art993,355309">http://www.muensterschezeitung.de/lokales/muenster/Der-Bio-Hype-ist-vorbei;art993,355309</a>	MPS
2008	Verbraucher kaufen mehr Billig- oder Premium-Lebensmittel, Münstersche Zeitung online, 4.9.2008, <a href="http://www.muensterschezeitung.de/lokales/muenster/startseite/mslo/art993,350387">http://www.muensterschezeitung.de/lokales/muenster/startseite/mslo/art993,350387</a>	MPS
2008	Was für Lebensmitteltrends erwarten uns morgen?, Interview in WDR Lokalzeit, gesendet 03.09.2008	MPS
2008	Gewinnen mit Regionalem, Münsterland Zeitung vom 5.8.2008, S. AHL02	MPS
2007	Buxel, H. (2007): Optimierung von Kundenkontaktprozessen durch Customer Touchpoint Management, in: Newsletter „Qualität im	AFZ

Jahr	Was	Art
	Kundenkontakt“, Ausgabe 02/2007, erschienen am 07.05.2004 unter <a href="http://www.qualiance.de/_documents/Kundenkontaktprozesse_optimieren.pdf">http://www.qualiance.de/_documents/Kundenkontaktprozesse_optimieren.pdf</a>	
2007	Halstrup, D./Buxel, H./Gardlo, C. (2007): Ohne Internet geht´s nicht: Erfolgreiches Nischenmarketing für Kitesurf-Schirme in Deutschland: in: Marketing Journal, Heft 3/2007, 40. Jahrgang, S. 8-10	AFZ
2007	Buxel, H. (2007): Verbraucherpolitische Aspekte und Limitationen der Beobachtung in der internetbasierten Marktforschung, in: der markt, Heft 1+2/ 2007, 46. Jahrgang, S. 17-35	AFZ
2007	Wiedmann, K.-P./Ludewig, D./Buxel, H. (2007): Integrierte Preis- und Produktgestaltung, in: Albers, S./Hassmann, V./Tomczak, T. (Hrsg.): Vertrieb: Planen, Umsetzen, Optimieren, Ausgabe Juni 2007, S. 1-32	ASB
2007	Buxel, H./Buckler, F. (2007): Cross Selling-Management als Vertriebsaufgabe, in: Albers, S./Hassmann, V./Tomczak, T. (Hrsg.): Vertrieb: Planen, Umsetzen, Optimieren, Ausgabe Mai 2007, S. 1-40	ASB
2007	Buxel, H./Ludewig, D. (2007): Kundendatenmanagement, in: Muth, M./Weidner, L./Zehetbauer, E. (Hrsg.): Unternehmenskommunikation, Ausgabe April/2007, Düsseldorf 2007, Beitrag 05.02.11, S. 1-36	ASB
2007	Buxel, H./Ludewig, D. (2007): Kundendatenmanagement, in: Albers, S./Hassmann, V./Tomczak, T. (Hrsg.): Vertrieb: Planen, Umsetzen, Optimieren, Ausgabe Februar 2007, S. 1-24	ASB
2007	Buxel, H./Lippold, A. (2007): Optimierung von Kundenkontaktprozessen, in: Albers, S./Hassmann, V./Tomczak, T. (Hrsg.): Vertrieb: Planen, Umsetzen, Optimieren, Ausgabe Februar 2007, S. 1-16	ASB
2007	Buxel, H./Lippold, A. (2007): Optimierung von Kundenkontaktprozessen, in: Muth, M./Weidner, L./Zehetbauer, E. (Hrsg.): Unternehmenskommunikation, Ausgabe Januar/2007, Düsseldorf 2007, Beitrag 05.01.10, S. 1-16	ASB
2007	Wiedmann, K.-P./Lippold, A./Buxel, H. (2007): Dimensionen der Innovationskultur: Bestandsaufnahme des Forschungsstands und Implikationen, Schriftenreihe Marketing Management, Hannover 2007	AP
2007	Buxel, H./Klee, A. (2007): Bausteine eines Customer Intelligence Systems als Grundlage des Zielkundenmanagements, in: PC&M Pensions Communication & More e.V. (Hrsg.), PC&M Schriftenreihe Mittelstands-Management, Göttingen 2007	AP

Jahr	Was	Art
2007	Wiedmann, K.P./Ludewig, D./Buxel, H. (2007): Integrierte Preis- und Produktgestaltung als Grundlage für die Entwicklung erfolgreicher Marktangebote, in: PC&M Pensions Communication & More e.V. (Hrsg.), PC&M Schriftenreihe Mittelstands-Management, Göttingen 2007	AP
2007	Walsh, G./Kilian, T./Buxel, H (2007): The Consumer Perceived Value Scale: Replication and Development of a Short Scale, Paper presented at the Association for Consumer Research Annual North American Conference; October 25 - October 28, 2007; Memphis, U.S.A.	BKB
2007	Wiedmann, K.-P./Buxel, H. (2007): Configuring performance measurement scorecards for CRM, Paper presented at the 6th International Marketing Trends Congress, organised by ESCP-EAP – European School of Management, Paris, and University Ca' Foscari Venezia, Paris, January, 26-27, 2007	BKB
2006	Buxel, H. (2006): Verflechtungen von Wertschöpfungsketten im Industriegüterbereich am Beispiel von Industrieverpackungen, Münster 2006	FSB
2006	Buxel, H./Halstrup, D. (2006): Risikomanagement im Anlagen- und Projektgeschäft, in: Controller Magazin, Heft 2/2006, S. 134-139	AFZ
2006	Buxel, H. (2006): Kundendialog erfolgreich verbessern, in: absatzwirtschaft, Heft 12/2006, S. 58	AFZ
2006	Buxel, H./Lippold, A. (2006): Mehr Ertrag durch Wertschöpfungsintegration: Studie Ansatzpunkte und Chancen bei Industrieverpackungen (Teil 1), in: Neue Verpackung, Heft 9/2006, S. 18-20	AFZ
2006	Buxel, H. (2006): Kundendialog erfolgreich verbessern, in: Science Factory, Ausgabe 3/2006, 8. Jg., S. 5-9	AFZ
2006	Buxel, H. (2006): Der optimale Kontakt, in: Acquisa, Heft 5/2006, S. 54-57	AFZ
2006	Buxel, H./Klee, A. (2006): Zielkundenmanagement, in: Albers, S./Hassmann, V./Tomczak, T. (Hrsg.): Vertrieb: Planen, Umsetzen, Optimieren, Ausgabe November 2006, S. 1-24	ASB
2006	Buxel, H./Klee, A. (2006): Management der Kundenorientierung als Führungsaufgabe, in: Symposion Publishing GmbH (Hrsg.): Führungspraxis: Motivieren, Kooperieren, Führen, Ausgabe Oktober/2006, Düsseldorf 2006, S. 1-25	ASB
2006	Buxel, H./Halstrup, D. (2006): Management von Risiken im Projektgeschäft, in: Antoni, C.H./Eyer, E. (Hrsg.) (2006): Das flexible Unternehmen, Ausgabe Mai/2006, Düsseldorf 2006, Beitrag 10.07, S. 1-15	ASB

Jahr	Was	Art
2006	Buxel, H./Klee, A. (2006): Integriertes Kundenmanagement, in: Antoni, C.H./Eyer, E. (Hrsg.) (2006): Das flexible Unternehmen, Ausgabe August/2006, Düsseldorf 2006, Beitrag 08.08, S. 1-24	ASB
2006	Buxel, H./Klee, A. (2006): Systematisches Kundenmanagement, in: Muth, M./Weidner, L./Zehetbauer, E. (Hrsg.): Unternehmenskommunikation, Ausgabe Oktober/2006, Düsseldorf 2006, Beitrag 05.01.06, S. 1-25	ASB
2006	Buxel, H./Buckler, F. (2006): Cross Selling-Gestaltung für mittelständische Unternehmen, in: PC&M Pensions Communication & More e.V. (Hrsg.), PC&M Schriftenreihe Mittelstands-Management, Göttingen 2006	AP
2006	Buxel, H./Klee, A. (2006): Bausteine eines systematischen Customer Relationship Management für mittelständische Unternehmen, in: PC&M Pensions Communication & More e.V. (Hrsg.), PC&M Schriftenreihe Mittelstands-Management, Göttingen 2006	AP
2005	Boecker, C./Buxel, H. (2005): Ertragsorientierte Tarifoptimierung, in: et - Energiewirtschaftliche Tagesfragen, Heft 11/2005, S. 820-822	AFZ
2005	Wiedmann, K.-P./Boecker, C./ Buxel, H. (2005): Reputation als Erfolgsfaktor von Energieversorgungsunternehmen, in: ew, Heft 5/2005 (12), S. 68-71	AFZ
2005	Buxel, H./Boecker, C. (2005): Unbundling-Herausforderungen für Marketing und Vertrieb kleiner und mittlerer EVU, in: IT:Flash, Heft 1/2005, S. 13-14	AFZ
2005	Buxel, H. (2005): Gestaltung des Kundenkontaktmanagements: Kunden erfolgreich binden, Erträge systematisch steigern, in: et - Energiewirtschaftliche Tagesfragen, Heft 1/2005, S. 64-66	AFZ
2005	Wiedmann, K.-P./Buxel, H. (2005): Corporate Reputation Management in Germany: Results of an Empirical Study, in: Corporate Reputation Review, Vol. 8, Number 2, 2005, S. 145-163	AFZ
2005	Wiedmann, K.-P./Buxel, H. (2005): Der STAR-Ansatz als Instrument zur Optimierung der Marketingplanung, in: Controller Magazin, Heft 1/2005, S. 48-50	AFZ
2005	Wiedmann, K.-P./Buxel, H./Siemon, N. (2005): Kundenmanagement-Performance auf einen Blick: Mit Customer Management Scorecard den Ertrag steigern, in: Controller Magazin, Heft 2/2005, S. 113-117	AFZ

Jahr	Was	Art
2005	Wiedmann, K.-P./Buxel, H. (2005): Reputationsmanagement in Unternehmen in Deutschland: Ergebnisse einer empirischen Untersuchung, in: Jahrbuch der Absatz -und Verbrauchsforschung, Heft 4/2005, S. 419-438	AFZ
2005	Wiedmann, K.P./Buxel, H./Hennigs, N. (2005): Customer Management Scorecard, in: Yearbook of Marketing and Consumer Research, Vol. 3, 2005, S. 59-81	AFZ
2005	Wiedmann, K.-P./Buxel, H./Siemon, N. (2005): Customer Management Scorecard, in: Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung, Heft 1/2005, S. 26-48	AFZ
2005	Boecker, C./ Buxel, H. (2005): Gestaltung ertragsoptimaler Tarife im Privatkunden- und Gewerbekundensegment: Der EPOS-Ansatz, in: Langefeldt, M. (Hrsg.) (2005): Strompreisgestaltung in der deutschen Energiewirtschaft, Lüneburg 2005 (Verlag Energie & Management), S. 79-92	ASB
2005	Wiedmann, K.-P./Buxel, H. (2005): The Realization of Corporate Reputation Management in Germany - Results of an Empirical Study, Schriftenreihe Marketing Management, Hannover 2005	AP
2004	Wiedmann, K.-P./Buxel, H./Frenzel, T./Walsh, G. (Hrsg.) (2004): Konsumentenverhalten im Internet: Konzepte, Erfahrungen, Methoden, Wiesbaden 2004	B
2004	Wiedmann, K.-P./Buxel, H. (2004): Reputation als Erfolgsfaktor von Energieversorgungsunternehmen in Deutschland, Hannover 2004	FSB
2004	Wiedmann, K.-P./Buxel, H. (2004): Preispolitik in deutschen Versicherungsunternehmen, Hannover 2004	FSB
2004	Buxel, H./Buckler, F. (2004): Cross-Selling von Finanzdienstleistungen, in: der markt, Heft 2/2004, S. 58-73	AFZ
2004	Wiedmann, K.-P./Buxel, H./Siemon, N. (2004): Mit der Scorecard erfolgreich im Kundenmanagement, in: Bankenmagazin, Heft 11/2004, S. 54-56	AFZ
2004	Buxel, H. (2004): Den Kunden im Visier: Systematisches Customer Profiling für erfolgreiches Zielkundenmanagement, in: Geldinstitute, Heft 6/2004, S. 38-41	AFZ
2004	Buxel, H. (2004): Mit Cross-Selling den Umsatz erhöhen: Angebote bündeln und Mehrwert bieten, in: Auf Zack, Heft 2/2004, S. 2-3	AFZ
2004	Wiedmann, K.-P./Buxel, H./Siemon, N. (2004): Customer Management Scorecard: Integriertes Steuerungsinstrument eines effektiven	AFZ

Jahr	Was	Art
	Kundenmanagement, in: Science Factory, Ausgabe 3/2004, S. 9-16	
2004	Buxel, H./ Wiedmann, K.-P./Siemon, N. (2004): Stets am Puls der Zielgruppe, in: <i>acquisa</i> , Heft 9/2004, S. 68-70	AFZ
2004	Wiedmann, K.-P./Buxel, H. (2004): Stellenwert und Umsetzung des Reputationsmanagement: Empirische Ergebnisse und kritische Einschätzung, in: <i>prmagazin</i> , Heft 8/2004, S. 51-58	AFZ
2004	Wiedmann, K.-P./Buxel, H. (2004): Energiedienstleistungen systematisch entwickeln, in: <i>et - Energiewirtschaftliche Tagesfragen</i> , Heft 8/ 2004, S. 494-496	AFZ
2004	Wiedmann, K.-P./Buxel, H. (2004): Reputationsmanagement erfolgreich gestalten, in: <i>Direkt Marketing</i> , Heft 6/2004, S. 16-19	AFZ
2004	Wiedmann, K.-P./Buxel, H. (2004): Zentraler Erfolgsfaktor Reputation: Im Reputationsmanagement schlummert noch Optimierungspotenzial, in: <i>Markenartikel</i> , Heft 3/2004, S. 20-28	AFZ
2004	Wiedmann, K.-P./Buxel, H. (2004): Wertorientierte Unternehmensführung: Reputation ist kein Zufall, erschienen am 23.04.2004 auf der Webseite der absatzwirtschaft (unter <a href="http://www.absatzwirtschaft.de/psasw/fn/asw/SH/0/sfn/buildpage/cn/cn_artikelanzeige_head/contentid/29383/ssuche/Buxel/page1/PAGE_1000690/page2/PAGE_1003228/aktelem/PAGE_1003228/index.html">http://www.absatzwirtschaft.de/psasw/fn/asw/SH/0/sfn/buildpage/cn/cn_artikelanzeige_head/contentid/29383/ssuche/Buxel/page1/PAGE_1000690/page2/PAGE_1003228/aktelem/PAGE_1003228/index.html</a> )	AFZ
2004	Wiedmann, K.-P./Walsh, G./Frenzel, T./Buxel, H. (2004): Konsumentenverhalten im Internet: Eine Einführung, in: Wiedmann, K.-P./Buxel, H./ Frenzel, T./Walsh, G. (Hrsg.) (2004): <i>Konsumentenverhalten im Internet: Konzepte, Erfahrungen, Methoden</i> , Wiesbaden 2004, S. 11-32	ASB
2004	Buxel, H. (2004): Kunden- und gesellschaftspolitische Problemfelder biotischer Beobachtungen in der Online-Marktforschung, in: Wiedmann, K.-P./ Buxel, H./Frenzel, T./ Walsh, G. (Hrsg.) (2004): <i>Konzepte, Erfahrungen, Methoden</i> , Wiesbaden 2004, S. 469-485	ASB
2004	Wiedmann, K.-P./Buxel, H. (2004): Kundenverhaltensforschung im Internet mittels Profilbildungstechniken: Methodische Grundlagen, in: Wiedmann, K.-P./ Buxel, H./Frenzel, T./Walsh, G. (Hrsg.) (2004): <i>Konsumentenverhalten im Internet: Konzepte, Erfahrungen, Methoden</i> , Wiesbaden 2004, S. 291-326	ASB
2004	Wiedmann, K.-P./Buxel, H. (2004): Profilbildungstechniken als Ansatz der Verhaltensforschung im Internet, in: Bauer, H.H./Rösger, J./Neumann, M. (Hrsg.): <i>Konsumentenverhalten im Internet: Wissenschaftliche Erkenntnisse zum Käuferverhalten in virtuellen Umgebungen</i> , Stuttgart 2004, S.	ASB

Jahr	Was	Art
	385-411	
2004	Wiedmann, K.-P./ Buxel, H. (2004): Reputationsmanagement in Deutschland - Ergebnisse einer empirischen Studie, Schriftenreihe Marketing Management, Hannover 2004	AP
2004	Wiedmann, K.-P./Buxel, H./Walsh, G. (2004): Reputation Management in Germany, 8th International Conference of the Reputation Institute: Corporate Reputation, Image, Identity & Competitiveness - Global Citizenship, May 20 – 23 (2004), Fort Lauderdale, FL, USA	BKB
2003	Wiedmann, K.-P./Klee, A./Buxel, H./Buckler, F. (Hrsg.) (2003): Ertragsorientiertes Zielkundenmanagement für Finanzdienstleister: Innovative Strategien - Konzepte - Tools, Wiesbaden 2003	B
2003	Wiedmann, K.-P./Buxel, H. (2003): Reputationsmanagement in deutschen Unternehmen, Hannover 2003	FSB
2003	Wiedmann, K.-P./Buxel, H. (2003): Die Beobachtung in der Online-Marktforschung, in: WiSt, Heft 9/2003, S. 528-534	AFZ
2003	Buxel, H./Walsh, G. (2003): Customer-Specific Marketing on the Internet on the Basis of Customer Profiles, in: Yearbook of Marketing & Consumer Research, Vol. 1 (2003), S. 68-88	AFZ
2003	Wiedmann, K.-P./Buxel, H. (2003): Methodik des Customer Profiling im E-Commerce, in: Marketing ZfP, Heft 1/2003, S. 7-24	AFZ
2003	Buxel, H./Wiedmann, K.-P. (2003): Erfolgreiches Innovationsmanagement für Energiedienstleistungen, in: ew – Energiewirtschaft, Heft 23/2003, S. 58-61	AFZ
2003	Wiedmann, K.-P./Buxel, H./Boecker, C. (2003): Marketing- und Planungseffizienz bei Energiedienstleistern erhöhen, in: ew - Energiewirtschaft, Heft 22/2003, S. 38-41	AFZ
2003	Buxel, H. (2003): Management von Reputation und Kundenzufriedenheit, in: Ti Technologieinformationen niedersächsischer Hochschulen, Heft 3/2003, S. 5	AFZ
2003	Walsh, G./Wiedmann, K.-P./Buxel, H. (2003): Der Einfluss von Unternehmensreputation und Kundenzufriedenheit auf die Wechselbereitschaft: Ergebnisse einer empirischen Untersuchung am Beispiel eines Energieversorgers, in: Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung, Heft 4/2003, S. 407-423	AFZ

Jahr	Was	Art
2003	Buxel, H. (2003): Customer Profiling als Grundlage für erfolgreiches Zielkundenmanagement, in: Wiedmann, K.-P./Klee, A./Buxel, H./Buckler, F. (Hrsg.) (2003): Ertragsorientiertes Zielkundenmanagement für Finanzdienstleister: Innovative Strategien - Konzepte - Tools, Wiesbaden 2003, S. 111-140	ASB
2003	Wiedmann, K.-P./Buxel, H. (2003): Bausteine eines ertragsorientierten Zielkundenmanagement-Systems, in: Wiedmann, K.-P./Klee, A./Buxel, H./Buckler, F. (Hrsg.) (2003): Ertragsorientiertes Zielkundenmanagement für Finanzdienstleister: Innovative Strategien - Konzepte - Tools, Wiesbaden 2003, S. 33-51	ASB
2003	Buxel, H./Buckler, F. (2003): Cross-Selling als zentraler Bestandteil des Kundenentwicklungs-Management von Finanzdienstleistern, in: Wiedmann, K.-P./Klee, A./Buxel, H./Buckler, F. (Hrsg.) (2003): Ertragsorientiertes Zielkundenmanagement für Finanzdienstleister: Innovative Strategien - Konzepte - Tools, Wiesbaden 2003, S. 241-265	ASB
2003	Wiedmann, K.-P./Buxel, H. (2003): Optimierter Einsatz von Marketing-Ressourcen als Herausforderung an das Corporate Finance Management: Der STAR-Ansatz des Strategy & Marketing Institute, in: Wiedmann, K.-P./Heckemüller, C. (Hrsg.) (2003): Ganzheitliches Corporate Finance Management: Konzepte - Anwendungsfelder - Praxisbeispiele, Wiesbaden 2003, S. 807-818	ASB
2003	Buxel, H./Buckler, F. (2003): Cross Selling-Management: Ansatzpunkte zur Steigerung des Cross Selling-Erfolges, Schriftenreihe Marketing Management, Hannover 2003	AP
2003	Wiedmann, K.P./Buxel, H. (2003): Die Customer Management Scorecard als integriertes Steuerungsinstrument für das Management von Kunden-Beziehungen, Schriftenreihe Marketing Management, Hannover 2003	AP
2002	Buxel, H. (2002): Rechtliche Aspekte der Erstellung von Customer Profiles im Internet in Deutschland, in: der markt, Heft 1/2002, S. 3-12	AFZ
2002	Wiedmann, K.-P./Buxel, H./Walsh, G. (2002): Customer Profiling in eCommerce: Methodological aspects and challenges, in: Journal of Database Marketing, Vol. 9, No. 2, S. 170-184	AFZ
2002	Buxel, H. (2002): Kundenindividuelles Marketing im Internet auf Basis von Customer Profiles, in: Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung, Heft 1/2002, S. 4-27	AFZ
2002	Buxel, H. (2002): Die Privacy Policy im Internet, in: Datenschutz und Datensicherheit (DuD), Heft 7/2002, S. 401-405	AFZ

Jahr	Was	Art
2002	Buxel, H. (2002): Customer Profiling im Internet: den Kunden im Visier, in: Science Factory, Ausgabe 1/2002, S. 1-6	AFZ
2002	Buxel, H. (2002): Mit Kundenprofilen individuelles Marketing entwickeln: Verschlungenen Pfaden folgend , in: e-commerce magazin, Heft 2/2002, S. 24-26	AFZ
2002	Wiedmann, K.-P./Buxel, H. (2002): Customer Profiling als effiziente Informationsgrundlage für die Gestaltung von E-Commerce-Angeboten für KMUs, in: Meyer, J.-A. (Hrsg.) (2002): New Economy in kleinen und mittleren Unternehmen, München 2002, S. 105-120	ASB
2001	Buxel, H. (2001): Customer Profiling im Electronic Commerce: Methodische Grundlagen, Anwendungsprobleme und Managementimplikationen, Aachen 2001	B
2001	Wiedmann, K.-P./Buxel, H./Buckler, F. (2001): Hybrid Commerce – Zukunftsoption für Anbietersysteme der „New-„ und „Old-Economy“, in: der markt, Heft 1/2001, S. 31-39	AFZ
2001	Buxel, H. (2001): Die sieben Kernprobleme des Online-Profilings aus Nutzerperspektive, in: Datenschutz und Datensicherheit (DuD), Heft 10/2001, S. 579-583	AFZ
2001	Buxel, H. (2001): Kundenindividuelles Marketing durch Online-Profile, in: Direkt Marketing, 37. Jahrgang, Heft 10/2001, S. 50-54	AFZ
2001	Wiedmann, K.-P./Buxel, H. (2001): Using non-reactive observation methods in online-research: methodological aspects and challenges, in: Planung & Analyse, Zeitschrift für Marktforschung und Marketing, Special English Edition 2001 MR (Market Research), S. 38-42	AFZ
2001	Buxel, H. (2001): Customer Profiling: Wie Online-Profile das kundenindividuelle Marketing im E- und M-Business revolutionieren können, in: Global Company (Hrsg.) (2001): E-Business & M-Business: Einsichten, Ansichten und Ideen rund um das elektronische Business, Pulheim/Köln 2001, S. 295-308	ASB
2001	Buxel, H. (2001): Chancenpotenziale des M-Commerce: Leistungsmerkmale, Anwendungsfelder und Problembereiche, in: Global Company (Hrsg.) (2001): E-Business & M-Business: Einsichten, Ansichten und Ideen rund um das elektronische Business, Pulheim/Köln 2001, S. 345-356	ASB
2001	Buxel, H. (2001): Diverse Stichworte, in: Bruhn, M./Homburg, C. (Hrsg.) (2001): Gabler Marketing Lexikon, Wiesbaden 2001	ASB
2001	Wiedmann, K.-P./Buxel, H. (2001): Differenzierungsstrategie, in: Bruhn, M./Homburg, C. (Hrsg.) (2001): Gabler Marketing Lexikon, Wiesbaden	ASB

Jahr	Was	Art
	2001, S. 142-143	
2001	Wiedmann, K.-P./Buxel, H. (2001): Strategieimplementierung, in: Bruhn, M./Homburg, C. (Hrsg.) (2001): Gabler Marketing Lexikon, Wiesbaden 2001, S. 696-697	ASB
2001	Wiedmann, K.-P./Buckler, F./Buxel, H. (2001): Data Mining: Ein einführender Überblick, in: Wiedmann, K.-P./Buckler, F. (Hrsg.) (2001): Neuronale Netze im Marketing Management: Praxisorientierte Einführung in modernes Data Mining, Wiesbaden 2001, S. 15-33 (2. Auflage 2003)	ASB
2001	Wiedmann, K.-P./Frenzel, T./Buxel, H. (2001): Strategisches E-Commerce Marketing, in: Eggert, B./Hoppen, G. (Hrsg.) (2001): Strategisches E-Commerce Management: Erfolgsfaktoren für die Real Economy, Wiesbaden 2001, S. 417-443	ASB
2001	Wiedmann, K.-P./Buxel, H. (2001): Using non-reactive observation methods in the internet: methodological aspects and challenges, First International Conference on Electronic Business (ICEB), December 19-21 (2001), Hong Kong	BKB
2000	Wiedmann, K.-P./Buxel, H./Buckler, F. (2000): Mobile Commerce, in: WiSt, Heft 12/2000, S. 684-691	AFZ
2000	Buxel, H./Buckler, F. (2000): Data Mining: Analysieren – Optimieren – Systematische Datenforschung bis ins Detail, in: Database Marketing, Heft 2/2000, S. 7-11	AFZ
2000	Wiedmann, K.-P./Buckler, F./Buxel, H. (2000): M-Commerce – was kommt auf uns zu?, in: absatzwirtschaft, Heft 5/2000, S. 120-122	AFZ
2000	Wiedmann, K.-P./Walsh, G./Buxel, H. (2000): Kaufentscheidungsdimensionen des Market Maven, in: Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung, Heft 12/2000, S. 404-424	AFZ
2000	Wiedmann, K.-P./Buckler, F./Buxel, H. (2000): Chancenpotenziale und Gestaltungsperspektiven des M-Commerce, in: der markt, Heft 2/2000, S. 84-96	AFZ
2000	Wiedmann, K.-P./Buckler, F./Buxel, H. (2000): Mobile Commerce – Chancenpotentiale einer neuen Stufe des E-Commerce, Schriftenreihe Marketing Management, Hannover 2000	AP
1999	Wiedmann, K.-P./Walsh, G./Buxel, H. (1999): Kaufentscheidungsverhalten von Market Mavens – Ergebnisse einer empirischen Studie, Schriftenreihe Marketing Management, Hannover 1999	AP

<b>Jahr</b>	<b>Was</b>	<b>Art</b>
1999	Wiedmann, K.-P./Buxel, H./Buckler, F. (1999): Hybrid Commerce - eine strategische Option für den klassischen Handel zwischen Stationarität und Virtualität, Schriftenreihe Marketing Management, Hannover 1999	AP
1999	Buxel, H. (1999): Wahrnehmungsorientierte Produktgestaltung – ein designorientierter Ansatz aus Perspektive der konsumwissenschaftlichen Verhaltensforschung, Schriftenreihe Marketing Management, Hannover 1999	AP
1999	Buxel, H. (1999): Produktstandardisierung aus marketingorientierter Sicht, Arbeitspapier (uv), Köln 1999	AP