

# Publikationen

Name / Titel	Prof. Dr. Christian Schaller
<p><b>Monographien und Herausgeberschaften</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Schaller, C. (2007): Nachhaltige Integration von Marketing und Innovieren - Eine Theorie entwickelnde Longitudinalstudie zum Management des Wandels, Wiesbaden, Gabler-DUV.</li> </ul> <p><b>Beiträge in referierten Tagungsbänden (blind peer-reviewed)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Krause, E. / Roth, A. / Schaller, C. (2017): Change of Organizational Ambidexterity and the Role of Organizational Identity: A Review and Analysis of the Literature, 12th Research Colloquium on „Innovation &amp; Value Creation” (I+VC 2017), Hamburg University of Technology (TUHH), Hamburg, Germany, 30.11.-02.12.2017.</li> <li>• Schaller, C. (2006): The expectation-management theory of sustainable integration between marketing and innovating, 22nd Industrial Marketing and Purchasing (IMP) Group Conference, Opening the network: New perspectives in industrial marketing and purchasing (IMP 2006), Bocconi University Milan, Italy, 07.09.-09.09.2006.</li> <li>• Piller, F. / Schaller, C. / Walcher, D. (2004): Customers as co-designers: A framework for open innovation, Scandinavian Academy of Management (SAM) and International Federation of Scholarly Associations of Management (IFSAM): 7th World Congress, Management in a world of diversity and change (SAM/IFSAM 2004), School of Economics and Commercial Law, Göteborg University, Sweden, 05.07. - 07.07.2004.</li> <li>• Schaller, C. / Ihl, C. / Piller, F. / Reichwald, R. (2003): Relationship marketing in the context of innovation – exploiting synergy potentials between innovational relationship marketing and relational innovation management, 11th International Colloquium in Relationship Marketing (ICRM 2003), University of Gloucestershire, Cheltenham, England, 14.09. - 17.09.2003.</li> <li>• Schaller, C. / Piller, F. / Ihl, C. (2003): Impact of I&amp;C technologies on organisations – theoretical considerations and practical evidence from Germany, Japan-Zentrum Philipps-Universität Marburg &amp; Deutsches Institut für Japanstudien: International Conference about Information and Communication Technologies in Japan, Germany and the U.S., institutional frameworks, competitiveness and learning processes, Tokyo, Japan, 24.10. - 25.10.2003.</li> <li>• Piller, F. / Schaller, C. / Möslein, K. (2003): Four modes of collaboration in individualization based customer relationship management, The European Academy of Management: 3rd Annual Conference of Managing Through Variety: The European Style? (EURAM 2003), Bocconi University Milan, Italy, 03.04. - 05.04.2003.</li> <li>• Piller, F. / Schaller, C. / Reichwald, R. (2002): Individualization based collaborative customer relationship management – motives, structures, and modes of collaboration for mass customization and CRM, 10th International Colloquium in Relationship Marketing (ICRM 2002), University of Kaiserslautern, Germany, 29.09. - 02.10.2002.</li> </ul>	

# Publikationen

Name / Titel	Prof. Dr. Christian Schaller
<p><b>Beiträge in referierten Tagungsbänden (blind peer-reviewed) (Forts.)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reichwald, R. / Samsioe, J. / Schaller, C. (2002): International negotiation strategies – an interactive, simulation based teaching concept using innovative media, World Conference Networked Learning in a Global Environment (NL 2002): Challenges and Solutions for Virtual Education, University of Berlin, Germany, 01.05. - 04.05.2002.</li> </ul> <p><b>Beiträge in referierten Zeitschriften (blind peer-reviewed)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Schaller, C. (2003): Rezension zu Burr, W. (2002): Service Engineering bei technischen Dienstleistungen – eine ökonomische Analyse der Modularisierung, Leistungstiefengestaltung und Systembündelung, Wiesbaden, Gabler, in: Management Revue, Vol. 14, No. 4, S. 251-256.</li> <li>• Schaller, C. / Rackensperger, D. / Reichwald, R. (2003): Innovationsmanagement von Dienstleistungen – ein mittelständisches Unternehmen auf dem Weg zur Service Excellence, in: Industrie Management, Vol. 19, No. 4, S. 56-59.</li> </ul> <p><b>(Eingeladene) Journal- und wissenschaftliche Buchbeiträge (editor-reviewed)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Friedrich v.d. Eichen, S. / Hoppe, M. / Kurth, T. / Schaller, C. (2009): „Aurubis goes Innovation“ – systemisches Innovationsmanagement und seine Umsetzung in der Praxis, in: Gleich, R. / Russo, P. (Hrsg.): Perspektiven des Innovationsmanagements 2009, Münster, Lit, S. 121-140.</li> <li>• Piller, F. / Schaller, C. / Stotko, C. (2003): CRM und Individualität – Kundenintegration, in: Albers, S. / Hassmann, V. / Tomczak, T. (Hrsg.): Verkauf: Loseblattsystem zu Kundenmanagement, Vertriebssteuerung, E-Commerce, Düsseldorf, Symposium, Ergänzungslieferung 01/2004, Kap. 1.28, S. 1-18.</li> <li>• Schaller, C. / Piller, F. (2004): Innovative Kundenbindungsstrategien im E-Business – ein ganzheitlicher Ansatz, in: Helmke, S. / Sexauer, H.J. / Uebel, M.F. (Hrsg.): Konzepte des Customer Relationship Management, Wiesbaden, Denk!Institut, 2004, S. 55-85.</li> <li>• Schaller, C. / Stotko, C. / Piller, F. (2004): Mit Mass Customization basiertem CRM zu loyalen Kundenbeziehungen, in: Hippner, H. / Wilde K. (Hrsg.): Grundlagen des CRM – Konzepte und Gestaltung, Wiesbaden, Gabler, 2004, S. 67-89; Wiederabdruck in der 2. Aufl. des Buches, 2006, S. 125-143.</li> <li>• Ringer, H. / Schaller, C. / Seifert, S. (2004): Service Excellence bei Michael Huber München – Wandel zum innovativen, industriellen Dienstleistungsunternehmen in der Druckfarbenindustrie, in: Luczak, H. / Reichwald, R. / Spath, D. (Hrsg.): Service Engineering, Wiesbaden, Gabler-DUV, 2004, S. 325-368.</li> </ul>	

# Publikationen

Name / Titel	Prof. Dr. Christian Schaller
<p><b>(Eingeladene) Journal- und wissenschaftliche Buchbeiträge (editor-reviewed) (Forts.)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Schaller, C. / Rackensperger, D. / Ihl, C. / Keith, H. (2004): Innovationsmanagement von Dienstleistungen – ein ganzheitlicher Ansatz, in: Luczak, H. / Reichwald, R. / Spath, D. (Hrsg.): Service Engineering, Wiesbaden, Gabler-DUV, 2004, S. 123-160.</li> <li>• Reichwald, R. / Schaller, C. (2004): Kundenorientiertes Innovationsmanagement von Dienstleistungen – Herausforderungen und Erfolgsfaktoren in der Praxis, in: Luczak, H. (Hrsg.): Betriebliche Tertiarisierung – der ganzheitliche Wandel vom Produktionsbetrieb zum "dienstleistenden" Problemlöser, Wiesbaden, Gabler-DUV, 2004.</li> <li>• Ringer, H. / Schaller, C. / Seifert, S. (2004): Differenzierung in der Druckfarbenindustrie – die Hubergroup auf dem Weg zur Dienstleistungsführerschaft, in: Kreibich, R. / Oertel, B. (Hrsg.): Erfolg mit Dienstleistungen. Innovationen, Märkte, Kunden, Arbeit, Stuttgart, Schäffer-Poeschel, 2004, S. 481-491.</li> <li>• Schaller, C. / Rackensperger, D. / Reichwald, R. (2004): Innovationsmanagement von Dienstleistungen – ein ganzheitlicher Ansatz und seine Umsetzung in der Praxis, in: Bruhn, M. / Stauss, B. (Hrsg.): Dienstleistungsinnovationen, Jahrbuch Dienstleistungsmanagement 2004, Wiesbaden, Gabler, 2004, S. 47-71.</li> <li>• Reichwald, R. / Ihl, C. / Schaller, C. (2003): Kundeninteraktionskompetenz im Innovationsmanagement für Dienstleistungen, in: Luczak, H. (Hrsg.): Internationale Studie zur Dienstleistungsentwicklung in Unternehmen, Aachen, FIR, 2003, S.18-39.</li> <li>• Piller, F. / Schaller, C. / Stotko, C. (2003): Customer Relationship Management und Individualität, in: Piller, F. / Stotko, C. (Hrsg.): Mass Customization und Kundenintegration – neue Wege zum innovativen Produkt, Düsseldorf, Symposium, S.235-264; Nachdrucke in 01/2004 und 03/006.</li> <li>• Schaller, C. / Piller, F. / Reichwald, R. (2003): Collaboration in CRM – potentials and challenges of an individualization based approach, in: Kracklauer, A. / Mills, Q. / Seifert, D. (Hrsg.): Collaborative Customer Relationship Management – taking CRM to the Next Level, Berlin, Springer, 2003, S.109-132.</li> <li>• Piller, F. / Reichwald, R. / Schaller, C. (2003): Building customer loyalty with collaboration nets – four models of individualization based CRM, in: Kracklauer, A. / Mills, Q. / Seifert, D. (Hrsg.): Collaborative Customer Relationship Management – taking CRM to the Next Level, Berlin, Springer, 2003, S.133-154.</li> </ul>	

# Publikationen

Name / Titel	Prof. Dr. Christian Schaller
<p><b>(Eingeladene) Journal- und wissenschaftliche Buchbeiträge (editor-reviewed) (Forts.)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Piller, F. / Schaller, C. (2002): E-Loyalty – Kundenbindung durch Individualisierung im E-Business, in: Keuper, F. (Hrsg.): Electronic Business und Mobile Business – Ansätze, Konzepte und Geschäftsmodelle, Wiesbaden, Gabler, 2002, S. 439-464.</li> <li>• Reichwald, R. / Schaller, C. (2002): M-Loyalty – Kundenbindung durch personalisierte mobile Dienste, in: Reichwald, R. (Hrsg.): Mobile Kommunikation, Wiesbaden, Gabler, 2002, S. 263-288.</li> <li>• Reichwald, R. / Schaller, C. (2002): Innovationsmanagement von Dienstleistungen – Herausforderungen und Erfolgsfaktoren in der Praxis, in: Bullinger, H.-J. / Scheer, A.-W. (Hrsg.): Service Engineering – Entwicklung und Gestaltung innovativer Dienstleistungen, Berlin, Springer, 2002, S. 171-198.</li> <li>• Schaller, C. (2002): Innovationsmanagement von Dienstleistungen, in: Meiren, T. / Liestmann, V. (Hrsg.): Service-Engineering in der Praxis – Kurzstudie zur Dienstleistungsentwicklung in deutschen Unternehmen, Stuttgart, Fraunhofer IRB, 2002, S. 9-18.</li> <li>• Schaller, C. (2002): Einführung von Dienstleistungsinnovationen, in: Meiren, T. / Liestmann, V. (Hrsg.): Service-Engineering in der Praxis – Kurzstudie zur Dienstleistungsentwicklung in deutschen Unternehmen, Stuttgart, Fraunhofer IRB, 2002, S. 39-46.</li> </ul> <p><b>Arbeitspapiere</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Baumann, A. / Kuhn, M. / Schaller, C. (2012): Nachhaltigkeit im Spiegel des Konsumenten, Forschungsbericht Nr. 3 des Zentrums für Empirische Forschung (ZEF), Fakultät Wirtschaft der Dualen Hochschule Baden-Württemberg Stuttgart.</li> <li>• Lovric, T. / Schaller, C. (2003): Transaktionsorientiertes vs. beziehungsorientiertes Marketing – Handlungsempfehlungen zum effektiven und effizienten Einsatz, Arbeitsbericht Nr. 39 des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre – Information, Organisation &amp; Management der TU München, 04/2003.</li> <li>• Knoll, O. / Schaller, C. (2003): Management von Kundenbindung unter Nutzung der neuen Medien, Arbeitsbericht Nr. 38 des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre – Information, Organisation &amp; Management der TU München, 04/2003.</li> <li>• Piller, F. / Schaller, C. (2002): Individualization based collaborative customer relationship management – motives, structures, and modes of collaboration for mass customization and CRM, Arbeitsbericht Nr. 29 des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre – Information, Organisation &amp; Management der TU München, 05/2002.</li> </ul>	