

## Wissenschaftliche oder gleichwertige Publikationen, Stand 2020

<b>Buch, Monographie</b>
2020: Werbe- und Kommunikationsforschung: Methoden – Stärken/Schwächen – Anwendungsbeispiele, NOMOS Verlag
2017: Online-Marketing: Grundlagen - Planung - Durchführung – Messung, NOMOS Verlag
2016: Einflussfaktoren auf die Akzeptanz von Hybridautos, Dr. Kovac Verlag
2009: Das Markenimage von Digitalkameras: Messmethoden, Modelle, Ergebnisse, VDM Verlag
<b>Originalbeitrag in Fachzeitschrift/ Journals</b>
2019: Consumer.Click.Commerce – Touchpoints entlang der Online-Customer-Journey“, In: transfer – Zeitschrift für Kommunikation und Markenmanagement, 65 (1), S. 47-54
2016: „Akzeptanz von Hybridautos“, In: transfer - Werbeforschung & Praxis, 62 (3), S. 36-44
2013: „Einflussfaktoren auf die Akzeptanz von Hybridautos“, In: International Journal of Marketing, Vol. 52 (2), S. 79-93
2010: „Positionierung von Digitalkameras für den Absatzmarkt Österreich anhand verbaler und nonverbaler Indikatoren“, In: der Markt - Journal für Marketing, 49 (2), S. 95-109
2007: „Kaufentscheidung bei Digitalkameras“, In: transfer - Werbeforschung & Praxis, 53 (4), S. 46-50
<b>Sammelbände</b>
2011: „Wissenstransfer am realen Objekt, durch reale Aufgabenstellungen unter realen Bedingungen in Echtzeit“, In: Neue Wege gehen – Strategien und Modelle für Studien-, Lehr- und Lerninnovation an der Fachhochschule St. Pölten, Sammelband zum 1. Tag der Lehre, S. 58-60
<b>Forschungsberichte</b>
2012: „Zur Akzeptanz von neuen Technologien am Beispiel Hybridauto“, WU-Forschungsnewsletter“, Ausgabe Februar 2012
2011: „WU-Forschung belegt: Starker Informationsmangel über Hybridautos in Österreich“, WU-Forschungsnewsletter, Ausgabe Juni 2011
2009: „Markenimagemessung: Markenpositionierung von Digitalkameramarken“, In: Forschungsbericht vom Institut für Werbewissenschaft & Marktforschung, S. 38-39
<b>Buch- oder Aufsatzbesprechung</b>
2011: Konsumentenverhalten, Besprechung Buch von Volker Trommsdorff/Thorsten Teichert, In: der Markt - Journal für Marketing, 50 (4), S. 255-258
2011: Nonverbale Einstellungsmessung – Nutzen für das verhaltensorientierte Markencontrolling, Besprechung Buch von Sandra Schlegl, In: der Markt - Journal für Marketing, 50 (3), S. 197-198
2010: Werbung, Besprechung Buch von Günther Schweiger/ Gertraud Schrottenecker, In: der Markt - Journal für Marketing, 48 (4), S. 187-188

<b>Medienbeitrag</b>
2014: „Mobile Marketing macht vieles möglich“, Wirtschaftsnachrichten Donauraum, 5/2014, S. 30
2012: „Einflussfaktoren für die Akzeptanz von Hybridautos“, e-connected.at, 29.05.2012
2012: „Hybrid-Hype“, media-net, 23.03.2012
2012: „Warum haben Sie kein Hybridauto?“, Die Presse, 19.02.2012, S. 22
2012: „Zukunft Hybridauto?“, Wirtschaftsuniversität Wien Presseausendung, 15.02.2012
2012: „Dem Autohandel entgehen rund 40.000 weibliche Kunden im Jahr“, Wirtschaftsblatt, 7.2.2012, S. 4
2011: Die motorisierte Welt-Gesellschaft, Kurier – Business Kurier, 26.05.2011, S. 4-5
<b>Vorträge</b>
2015: „Industriemagazin - TOP Ranking der Studiengänge Media- und Kommunikationsberatung (Bachelor- und Masterstudium)“, Campus & City Radio 94,4: Sendung "Campus Talk", St. Pölten, 12.03.2015
2015: "Direct Marketing Rookie" in Kooperation mit Manner und Werbe-Award "adTRACKtive" - Beste Plakate von 2014, Campus & City Radio 94,4: Sendung "Campus Talk", St. Pölten, 16.06.2015
2014: "Mobile Marketing", Campus & City Radio 94,4: Sendung „Campus Talk“, St. Pölten, 17.06.2014
2014: „Mobile Marketing Management“, Mobile Marketing Innovation Day 2014, Wien, 28.05.2014
2014: „Wer sind die User von Online-TV-Plattformen“, Forschungs-Chill Out, FH St. Pölten, 18.02.2014
2012: „Einflussfaktoren auf die Akzeptanz von Hybridautos“, Forschungs-Chill Out, FH St. Pölten, 29.05.2012
2012: „Einflussfaktoren auf die Akzeptanz von Hybridautos“, Klima- und Energiefonds, Wien
2012: „Einflussfaktoren auf die Akzeptanz von Hybridautos“, TU-Wien
<b>Dissertation</b>
2011: Einflussfaktoren auf die Akzeptanz von neuen Technologien am Beispiel Hybridauto (Institut für Marketing-Management und Institut für Werbewissenschaft & Marktforschung)
<b>Diplomarbeit</b>
2006: Positionierung von Digitalkameras für den Absatzmarkt Österreich anhand verbaler und nonverbaler Indikatoren unter dem Aspekt der digitalen Revolution (Institut für Werbewissenschaft & Marktforschung)