

## Publikationen FB IV 2007 – Betriebswirtschaftslehre

**Backhaus, Klaus/Weiber, Rolf (2007):** Forschungsmethoden der Datenauswertung in: Richard Köhler/Hans-Ulrich Küpper/Andreas Pfingsten (Hrsg.): Handwörterbuch der Betriebswirtschaft, 6. Aufl., Stuttgart 2007, Sp. 524-535.

**Büschken, Joachim/Voeth, Markus/Weiber, Rolf (2007):** Aktuelle und zukünftige Forschungslinien für das Industriegütermarketing in: Büschken, Joachim/Voeth, Markus/Weiber, Rolf (Hrsg.): Innovationen für das Industriegütermarketing, Stuttgart, S. 3-21.

**Büschken, Joachim/Voeth, Markus/Weiber, Rolf (Hrsg.) (2007):** Innovationen für das Industriegütermarketing, Stuttgart (498 Seiten).

**Eikhof, Doris/ Haunschild, Axel (2007):** For Art's Sake – Artistic and Economic Logics in Creative Production. In: *Journal of Organizational Behavior*, 28 (5), 2007:523-538.

**Eikhof, Doris/ Haunschild, Axel/ Warhurst, Chris (2007):** From balance to boundary: Towards a more comprehensive understanding of the relationships between work and life, paper presented at Work, Employment and Society Conference, Aberdeen.

**Eikhof, Doris/ Haunschild, Axel/ Warhurst, Chris (2007):** Introduction: What Work? What Life? What Balance? Critical Reflections on the Work-Life Balance Debate. In: *Employee Relations*, 29 (4), 2007: 325-333.

**Eikhof, Doris/ Haunschild, Axel/ Warhurst, Chris (2007):** Work life-boundaries and lifestyles: A fresh look at old acquaintances, paper presented at 23rd EGOS Colloquium, July, Vienna.

**Eikhof, Doris/ Haunschild, Axel/ Warhurst, Chris (eds.) (2007):** Special issue on 'Critical Reflections on the Work-Life Balance Debate', *Employee Relations*, 29 (4).

**Foscht, Thomas/ Angerer, Thomas/ Swoboda, Bernhard (2007):** Der demographische Wandel als Herausforderung für das Marketing, in: Ballwieser, Wolfgang; Börsig, Clemens (Hrsg.): Demographischer Wandel als unternehmerische Herausforderung, Kongressdokumentation, 60. Deutscher Betriebswirtschaftler-Tag, (Schäffer-Poeschel) Stuttgart, S. 159-173.

**Foscht, Thomas/ Angerer, Thomas/ Swoboda, Bernhard (2007):** Mixed Methods – Systematisierung von Untersuchungsdesigns, in: Buber, Renate; Holzmüller, Hartmut H. (Hrsg.): Qualitative Marktforschung: Theorien – Methoden – Analysen, (Gabler) Wiesbaden, S. 247-259.

**Foscht, Thomas/ Angerer, Thomas/ Swoboda, Bernhard/ Riedl, Heike (2007):** Kundenbeziehungsmanagement im Pharmaeinzelhandel, in: Trommsdorff, Volker (Hrsg.): Handelsforschung 2007, (Kohlhammer) Stuttgart, S. 146-163.

**Foscht, Thomas/ Swoboda, Bernhard (2007):** Käuferverhalten – Grundlagen, Perspektiven, Anwendungen, 3. durchgesehene und aktualisierte Auflage, (Gabler) Wiesbaden.

**Foscht, Thomas/ Swoboda, Bernhard/ Malloles, Cesar III (2007):** Identical Brand – Different Culture – Different Perception: How Culture Can Influence the Perception of a Brand, in: Proceedings of the 14th World Marketing Congress of the Academy of Marketing Science (AMS), Verona, p. 227.

**Hälsig, Frank/ Swoboda, Bernhard/ Morschett, Dirk/ Schramm-Klein, Hanna (2007):** Enhancing Customer-Based Retail Brand Equity: A Comparison of the Influence of Different Retail Marketing Instruments in DIY and Textile Retailing, in: Proceedings of the 14th World Marketing Congress of the Academy of Marketing Science (AMS), Verona, p. 256.

**Hälsig; Frank/ Swoboda, Bernhard/ Morschett, Dirk/ Foscht, Thomas (2007):** The Importance of the Retail Marketing Instruments and of their Perceived Conceptual Coherence in Creating Customer-Brand Retail Brand Equity, in: 14th International Conference on Research in the Distributive Trades (EAERCD), Saarbrücken, pp. 750-775.

**Haunschild, Axel (2007):** Lifestyles as social contracts between workers and organisations: The example of the creative industries, invited talk at Stockholm Centre for Organizational Research (SCORE), September.

**Haunschild, Axel (2007):** Social Contracts between Workers and Employers: A Research Perspective, paper presented at SASE Conference, Copenhagen.

**Haunschild, Axel (2007):** Sub-theme on Organisations and Lifestyles, 23<sup>rd</sup> EGOS Colloquium, Vienna (with Doris Eikhof and Chris Warhurst)

**Janz, Markus/ Swoboda, Bernhard (2007):** Vertikales Retail-Management in der Fashion Branche, (Deutscher Fachverlag) Frankfurt/Main.

**Morschett Dirk/ Swoboda, Bernhard/ Magali, Jara/ Schramm-Klein, Hanna (2007):** Retail Brand Personality as Influence Factor on Store Loyalty – An Empirical Test of an Integrative Model, in: Proceedings of the 36th European Marketing Association Conference (EMAC), Reykjavik 2007, p. 261.

**Morschett, Dirk/ Schramm-Klein, Hanna/ Swoboda, Bernhard (2007):** The Influence of Symbolic Retail Brand Attributes on Store Loyalty, in: 2007 American Marketing Association (AMA) Summer Marketing Educators' Conference Proceedings, Vol. 18, Washington, pp. 188-189.

**Olbrich, M. (2007):** Einige investitionstheoretische Anmerkungen zur Unternehmensbewertung im Zugewinnausgleich, in: Die Betriebswirtschaft (DBW), 67. Jg. (2007), S. 244-246.

**Olbrich, M. (2007):** Einige kritische Anmerkungen zu den schenkung- und erbschaftsteuerlichen Änderungen im Zuge des Gesetzes zur Sicherung der Unternehmensnachfolge, in: Letmathe, P./Eigler, J./Welter, F./Kathan, D./Heupel, Th. (Hrsg.): Management kleiner und mittlerer Unternehmen. Stand und Perspektiven der KMU-Forschung, Wiesbaden. S. 713-727.

**Olbrich, M./ Brösel, G. (2007):** Inkonsistenzen der Zeitwertbilanzierung nach IFRS: Kritik und Abhilfe, in: Der Betrieb (DB), 60. Jg. (2007), S. 1543-1548.

**Primosch, Ernst/ Swoboda, Bernhard/ Giersch, Judith (2007):** Henkel's Branded House of Brands, in: Florak, Arnd; Scarabis, Martin; Primosch, Ernst (Hrsg.): Psychologie der Markenführung, (Vahlen) München, S. 515-529.

**Sadowski, Dieter (2007):** Die Beschäftigungspolitik multinationaler Unternehmen in der Krise. In: Gosewinkel, Dieter; Dagmar Simon (Hg.): Unternehmen, Staat und Globalisierung – Jürgen Kocka zum 65. Geburtstag. Wissenschaftszentrum Berlin, Vorlesungen 19: 21-35.

**Sadowski, Dieter (2007):** Eine organisationsökonomische Analyse der kollegialen Kooperation in Universitäten. In: Bräunig, Dietmar; Dorothea Greiling (Hg.): Stand und Perspektiven der Öffentlichen Betriebswirtschaftslehre II. Festschrift für Prof. Dr. Dr. h.c. Peter Eichhorn anlässlich seiner Emeritierung. Berlin: Berliner Wissenschaftsverlag: 402-411 (zusammen mit Peter Schneider und Nicole Thaller).

**Sadowski, Dieter (2007):** Perspektiven der Corporate Governance – Bestimmungsfaktoren unternehmerischer Entscheidungsprozesse und Mitwirkung der Arbeitgeber. Nomos (zusammen mit Ulrich Jürgens, Dieter Schuppert, Gunnar Folke und Manfred Weiss).

**Schmidt, Axel G. (2007):** Alles auf Anfang – starten mit 50+ - Portraits von Gründerinnen und Gründer in der zweiten Erwerbslebenshälfte aus Rheinland-Pfalz, Februar 2007.

**Schmidt, Axel G. (2007):** Erfolgreich die eigene Chefin - Portraits von unternehmerisch selbstständigen Akademikerinnen in wissensintensiven Dienstleistungen, Dezember 2007.

**Schmidt, Axel G. (2007):** Gesundheitswirtschaft in Rheinland-Pfalz - Bestandsaufnahme eines Zukunftsmarkts, hrsg. vom Ministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit, Familie und Frauen Rheinland-Pfalz und Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz, Mainz 2007.

**Schmidt, Axel G. (2007):** Mittelstandsvademecum Rheinland-Pfalz, hrsg. vom Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz, Mainz 2007.

**Schmidt, Axel G. (2007):** Rezension zu Broser, Marcus: Entwicklungsflexible Anreizsysteme für junge Unternehmungen, in: ZfP, Jg. 21, Heft 1, S. 79f.

**Schmidt, Axel G. (2007):** Wie viel Ökonomie braucht der Chirurg?, in: Chirurgische Allgemeine, Jg. 8, Heft 4, April 2007, S. 201-208. (mit Andreas J.W. Goldschmidt)

**Schramm-Klein, Hanna/ Morschett, Dirk/ Swoboda, Bernhard (2007):** Internet vs. brick-and-mortar stores – analysing the influence of shopping motives on retail channel choice among internet users, in: Journal of Customer Behaviour, Vol. 6, No 1, pp. 19-36.

**Schramm-Klein, Hanna/ Swoboda, Bernhard/ Morschett, Dirk (2007):** Relationship between Retail Environment and Consumers' Product Brand Loyalty in Vertical vs. Conventional Retail Channels, in: 2007 American Marketing Association (AMA) Summer Marketing Educators' Conference Proceedings, Vol. 18, Washington, pp. 190-191.

**Schramm-Klein; Hanna/ Morschett, Dirk/ Swoboda, Bernhard/ Foscht, Thomas (2007):** External and Internal Determinants of the Level of Marketing Standardisation / Adaption in International Marketing, in: Proceedings of the 36th European Marketing Association Conference (EMAC), Reykjavik, pp. 75-83.

**Schröder, Christoph/ Swoboda, Bernhard/ Hälsig, Frank (2007):** Potentials of RFID: A Conjoint-Based Preference Analysis Regarding Buying Groups, in: 14th International Conference on Research in the Distributive Trades (EAERCD), Saarbrücken, pp. 1480-1505.

**Swoboda, Bernhard u.a. (2007):** Internationales Corporate Brand Management am Beispiel Henkel – Konzeptualisierung einer empirischen Studie, in: II. Marketingtag, Istanbul, 6.-8. September, S. 1-23.

**Swoboda, Bernhard/ Clique, Gérard/ Foscht, Thomas (2007):** International Value Chain Management – Toward an Alternative Approach for Future Retailing Research, in: 14th International Conference on Research in the Distributive Trades (EAERCD), Saarbrücken, pp. 1606-1608.

**Swoboda, Bernhard/ Giersch, Judith (2007):** International Corporate Brand Management – The Henkel Example, Chair for Marketing and Retailing, Trier University, Henkel KGaA, Trier – Düsseldorf.

**Swoboda, Bernhard/ Hälsig, Frank (2007):** Building a Strong Retail Brand: An Integrated Model and an Empirical Comparison between Different Retail Sectors, in: Proceedings of the 36th European Marketing Association Conference (EMAC), Reykjavik, pp. 260-267.

**Swoboda, Bernhard/ Hälsig, Frank/ Foscht, Thomas (2007):** Kundenbindung durch den Aufbau einer starken Retail Brand und den Einsatz spezifischer Kundenbindungsinstrumente in: Reimann, Eckhard; Sexauer, Hagen J. (Hrsg.): Handbuch Praxis Kundenbindungs-Management, (Denk!Institut) Königswinter, S. 523-544.

**Swoboda, Bernhard/ Hälsig, Frank/ Meierer, Markus (2007):** Kooperationsstrategien in veränderten Wettbewerbsarenen – Dynamik klassischer Formen und Optionen für mittelständische Fashion-Händler, in: Zentes, Joachim (Hrsg.): Faszination Handel – 50 Jahre Saarbrücker Handelsforschung, (Deutscher Fachverlag) Frankfurt am Main, S. 189-210.

**Swoboda, Bernhard/ Hälsig, Frank/ Morschett, Dirk (2007):** Einfluss von Einkaufsmotiven auf den Aufbau einer Händlermarke – Eine Mehrgruppenkausalbetrachtung, in: Ahlert, Dieter; Olbrich, Reiner; Schröder, Hendrik (Hrsg.): Shopper Research – Kundenverhalten im Handel, Jahrbuch Vertriebs- und Handelsmanagement, (Deutscher Fachverlag) Frankfurt/Main, S. 19-38.

**Swoboda, Bernhard/ Hälsig, Frank/ Morschett, Dirk (2007):** Intersectoral Analysis of the Relevance of Service Quality in Retailing, in: Australian New Zealand Marketing Association (ANZMAC) 2007 Conference Proceedings, Otago University, Dunedin 3.-5.12.2007, pp. 339-348.

**Swoboda, Bernhard/ Hälsig, Frank/ Morschett, Dirk/ Schramm-Klein, Hanna (2007):** Analysis of the Influence of Customer's Shopping Motives on the Impact of Retailer Attributes on Customer-Based Retail Brand Equity, in: Proceedings of the 14th World Marketing Congress of the Academy of Marketing Science (AMS), Verona, p. 366.

**Swoboda, Bernhard/ Hälsig, Frank/ Morschett, Dirk/ Schramm-Klein, Hanna (2007):** An intersector analysis of the relevance of service in building a strong retail brand, in: Managing Service Quality Journal, Vol. 17. Jg., No 4, pp. 428-448.

**Swoboda, Bernhard/ Jager, Martin/ Schwarz, Sandra (2007):** Determinants of the international Market Entry Strategy – Resources and Sequences as Main Characteristics in Grocery Retailing, in: 14th International Conference on Research in the Distributive Trades (EAERCD), Saarbrücken, pp. 1609-1635.

**Swoboda, Bernhard/ Janz, Markus (2007):** Wertkettengestaltung in der Fashion-Branche – „Vertikales“ Marketing von Systemmarken, in: Thexis, 24. Jg., Nr. 3, S. 11-16.

**Swoboda, Bernhard/ Schwarz, Sandra/ Hälsig, Frank (2007):** Toward a Conceptual Model of Country Market Selection – A Look at the Selection Processes of Retailers and C&C Wholesalers, in: 14th International Conference on Research in the Distributive Trades (EAERCD), Saarbrücken, pp. 1636-1638.

**Swoboda, Bernhard/ Schwarz, Sandra/ Hälsig, Frank (2007):** Towards a Conceptual Model of Country Market Selection: Selection Processes of Retailer and C&C Wholesaler, in: The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research, Vol. 17, No 3, pp. 253-282.

**Weiber, Rolf (2007):** Elemente einer allgemeinen informationsökonomisch fundierten Marketingtheorie in: Büschken, Joachim/Voeth, Markus/Weiber, Rolf (Hrsg.): Innovationen für das Industriegütermarketing, Stuttgart, S. 67-109.

**Weiber, Rolf/ Billen, Peter (2007):** Informationsökonomische Fundierung des Multichannel Marketing in: Wirtz, Bernd (Hrsg.): Handbuch Multichannel-Marketing, Wiesbaden, S. 33-80.

**Weiber, Rolf/ Fälsch, Henrik (2007):** Paradigmenwechsel im Marketing - Technologietrends und Konsequenzen für das Marketing in: Akademie, 52(2007), Heft 2, S. 35-39.

**Weiber, Rolf/ Fälsch, Henrik (2007):** Ubiquitous Computing – Eine neue Dimension in der Gestaltung von Interaktionsbeziehungen im Direktmarketing in: ZFBSSonderheft 3/2007: Direct Marketing, Wiesbaden, S. 83 – 116.

**Weiber, Rolf/ Mühlhaus, Daniel/ Egner-Duppich, Christel (2007):** Instrumente des E-Procurement, wisu, 11/2007, S. 1449-1454.