OTTO VON GUERICKE UNIVERSITÄT MAGDEBURG

CHAIR IN E-BUSINESS

Completed Master Theses

Masterarbeitsthemen 2019

- Bundeling Mobility Services in the Automotive Industry: An Empirical Assessment of the Deman from Private and Company Vehicle Customers
- Sharing Economy in Deutschland - Eine empirische Studie der Bereitschaft und Motivation zur Teilnahme am gemeinschaftlichen Konsum
- Das Smartphone als digitale Geldbörse: Eine empirische Studie der Chancen, Risiken und der kundenseitigen Technologieakzeptanz am deutschen Markt
- Die Auswirkung verschiedener Gestaltungsarten eines Online-Produktkonfigurators auf das Kaufverhalten von Konsumenten anhand der Bewertung verschiedener Einflussfaktoren.
- Imagetransfer beim Co-Branding - Eine empirische Analyse
- Eine empirische Analyse zur Nutzungsintension mobiler Bezahlverfahren von Konsumenten in Deutschland

Masterarbeitsthemen 2018

- Eine experimentelle Studie zur Wirkung aktiver Pausengestaltung auf die Produktivität in monotonen und kreativen Arbeitsaufgaben
- Eine empirische Untersuchung zu der Rolle von Influencern im Personalmarketing
- Kosten-Nutzen-Analyse verschiedener Blockchain und Distributed Ledger Systeme
- Olympische und paralympische Athleten als Werbeträger - Eine Choice-Based-Conjoint-Analyse zur Messung der Werbewirkung von Sport-Testimonials
- Kosten-Nutzen-Analyse von CRM-Maßnahmen eines 1st Tier Lieferanten der Automobilindustrie
- Social Media Marketing on Instagram: Measuring the Effect of Different Instruments on the Popularity of Brand Posts
- A Share Mobility Network with Multi-Person Vehicles and a Mobile Dispatchment App - An Empirical Assessment of the Business Strategy from the Perspective of an Automotive Manufacturer
- An Empirical Analysis of the Marketing Effect of Packaging Design on Customers' Product Perception and Purchase Intentior in the Adhesives Industry
- Online Social Media und Customer Relationship Management - Eine empirische Analyse der Aktivität und LOyalität von Followern in unterschiedlichen Branchen
- The Impact of Channel Dependency on the Supply Chain Pricing Decisions in a Multi-Channel Retail Model
- Ein Feldexperiment zur Auswirkung von Klickkostenvariationen bei Online-Kampagnen
- Economic impact of digitalization in a global context - An empirical approach

Masterarbeitsthemen 2017

- Zeit, Geld oder Liebe - Eine emprische Untersuchung des Entscheidungsframes bei spontanen Kaufentscheidungen
- Empirische Analyse eines Beurteilungsverfahrens für Auszubildende
- Hat olfaktorische Kommunikation einen Einfluss auf die Gewinnspielteilnahmen und Zahlungsbereitschaften? Ein Feldexperiment mit dem Rohkakaoriegel "nucao".
- Zielgruppenspezifische Marketingkommunikation in der Elektromobilität - eine empirische Untersuchung der Kundenwahrnehmung und -bedürfnisse im Elektrofahrzeugmarkt
- Live-Escape-Games als Teambuilding-Maßnahme - Eine experimentelleUntersuchung der Wirkung von aktiver und passiver Anwesenheit
- Auf dem Weg zum Social Intranet. Relaunch einer internen sozialen Kommunikations- und Kollaborationsplattform mit besondeem Fokus auf Usability. Am Praxisbeispiel der regiocom Gruppe.
- An empirical study of job satisfaction among immigrant employees in Germany
- Akzeptanzfaktoren im Online-Lebensmittelhandel Eine empirische Gegenüberstellung von Online-Supermärkten mit Direktlieferung und Click&Collect-Lieferservice
- Zeitbeschränkungen im mobilen Couponing - eine empirische Analyse der Auswirkungen am Beispiel verschiedener Produkt
- Work-Life-Balance als Determinante der Arbeitgeberattraktivität - Eine Conjoint Analyse
- Eine empirische Untersuchung der Zufriedenheit und Loyalität der Nutzer im deutschen Fernbuslinienverkehr
- Eine empirische Analyse zur Akzeptanz von algorithmischen Management in deutschen Unternehmen
- Local versus Global Sourcing in der Automobilindustrie
- Content gap analysis and link builing strategies in organic search engine performance - An empirical case study
  Eine empirische Studie zur Akzeptanz und Nutzen des mobilen E-Payment-Systems Alipay in China
- Implementing an Enterprise Social Network for a Global Automotive Company: an Empirical Study of Obstacles and Success

Factors in Different Settings
- Präferenzmessung bei der Automobilkonfiguration - Welchen Kundennutzen stiften alternative Antriebe? - Eine empirische Analyse
- Empirische Analyse der Akzeptanz von E-Cash-Systeme und des Ausgabeverhaltens von Fans bei Sportevents
- Eine Emprische Analyse der Verbreitung und Akzeptanz von Personal-Scouting auf Social Media Seiten

Masterarbeitsthemen 2016

- Conceptualization and Market Research on the demand for Integrated Car-sharing Services in an Online One-Stop Shop
- Eltern als Kunden - zwischen Erwartungen und Wirklichkeit; eine Analyse des Marktes für Kinderbetreuung in Magdeburg
- Eine empirische Analyse des Marketingmodells "Die Treppe zum Kunden"
- Der Einfluss von Neugier, Risikobereitschaft und persönlicher Zufriedenheit auf die Gründungsabsicht
- Wie viel Potenzial hat der Online-Lebensmittelhandel? Eine empirische Analyse des Einkaufsverhaltens für Lebensmittel
- Der Effekt von kritischen Social Media Einträgen auf die Markenwahrnehmung und das Verhalten von Konsumenten - Eine empirische Studie
- Ominchannel Services im Luxury Fashion Retail -eine empire Erfolgsanalyse
- Der Einfluss von Zeitdruck auf moraishe und gesundheitliche Aspekte des Nahrungsmittelkaufs - Eine Choice-Based-Conjoir Analyse realer Konsumentenentscheidungen
- Spendenverhalten bei Free Software und Open Source Software - eine empirische Untersuchung
- Der Einfluss von Standortfaktoren auf den Mietpreis im Online-Immobilienmarkt - Eine empirische Studie der infrastrukturelle und objektbezogenen Eigenschaften
- Measures to simulate knowledge sharing. An empirical study in the automotive industry
- Fundraising in staatlichen Einrichtungen - Ein Feldexperiment
- "Limited Edition" - Eine emprische Untersuchung von Knappheitseffekten bei Fast-Moving-Consumer-Goods
- Social Media Marketing in the DACH and the Russian-speaking regions - An Empirical Analysis of Brand-Related Groups
- An empirical Analysis of the Factors influencing Sales on the Taobao Online-Shopping-Platform
- The joint effects of internet advertising and brand placement in music videos - An empirical analysis of synergy and interferences
- Geschäftsmodelle im E-Learning - eine Analyse des deutschen Marktes

Masterarbeitsthemen 2015

- Die Reputation der Wirtschaftsberater im Vergleich zu anderen beratenden Berufen – Eine empirische Analyse möglicher Einflussfaktoren
- Die Verwendung von Internetgütesiegeln in B2C-Onlineshops – Eine empirische Analyse der Wirksamkeit eines staatlichen Internetgütesiegels
- Curated Shopping: Angriff auf die letzte Bastion des stationären Modehandels – Eine empirische Analyse
- Kundenloyalität und der Einfluss von Kundenbegeisterung – Eine empirische Studie am Beispiel der Automobilindustrie
- Empirische Analyse der wirtschaftlichen Zusammenhänge des e-Government-Reifegrads deutscher Großstädte ab 200.000 Einwohner
- Online Visual Merchandising in der Modebranche – Eine empirische Analyse zu Nutzerprofilen und Marktsegmenten
- Exploring the effect of third party payment on perceived risk of consumers in Chinese e-commerce: An example of Alipay
- Recrutainment – Eine empirische Studie zur Imagewirkung von Online-Tools zur interaktiven Personalrekrutierung
- Who wants to be an entrepreneur? An emprical analysis of entrepreneurical intent and gender considering financial literacy, risk attitudes and overconfidence
- Vertrauen im E-Commerce: Die Wirkung von Vertrauen auf die Zahlungsbereitschaft bei Amazon und Ebay für unterschiedlic Produktarten
- Unternehmens- und Standortattraktivität der Maschinenbaubranche in Sachsen-Anhalt - ein empirischer Soll-Ist-Vergleich
- Eine empirische Studie zur Kundenbindung bei gesetzlichen Krankenkassen im Zuge der Gesundheitsreform 2015

Masterarbeitsthemen 2014

- Verkaufsfördernde Maßnahmen im Cash-und-Carry-Großhandel - Eine empirische Studie einer Gewinnspiel-Promotion
- Eine empirische Analyse der Online-Auftritte von den DAX-30-Konzernen in den sozialen Netzwerken XING, LinkedIn und Twitter
- Vergleich von Berufseinstiegsmöglichkeiten für Hochschulabsolventen - Eine empirische Analyse
- Eine empirische Studie der Shareconomy: Welche Faktoren beeinflussen unsere Bereitschaft zu teilen?
- Eine empirische Analyse der Bewertung und Nutzung expliziter und impliziter Personalisierung im Onlinehandel
- Der Einfluss von ePayment-Intermediären auf die Preis- und Konsumbereitschaft bei online Kaufentscheidungen
- Acceptance of the Circuit Design Tool WEBENCH - An Analysis of the Current Perception and the Future Opportunities
- Wenn aus offline online wird - Eine empirische Analyse der Nutzung der mobilen Produktinformationssuche im stationären Einzelhandel
- Ein kontrolliertes Feldexperiment zur Bewerberbeurteilung in persönlichen versus videobasierten Jobinterviews
- Empirische Analyse des Zusammenhangs von Finacial Literacy, Risikoneigung und Job-Präferenzen
- Emotionale Wahrnehmung der Elektroautomobilität - Empirische Analyse der Kaufintention und der Kongruenz zwischen Konsumentenpersönlichkeit und Produktimage

Masterarbeitsthemen 2013

- Ein empirischer Vergleich von E-Business-Plattformen in Deutschland und China
- Micro-Based Determinants of Corruption - An Empirical Analysis

- Customer Relationship Management at Opel – Business Analysis Specifications and Project Management
- Emotionsmessung in der Werbewirkungsforschung
- Führen Zielvereinbarungen zu kontraproduktivem Arbeitsverhalten? Eine experimentelle Analyse
- Einfluss des Ersteindruckes auf die Einstellungsentscheidung des Arbeitgebers
- Eine empirische Untersuchung der Tagespresse im Rahmen der multimedialen Entwicklung der Zeitungsindustrie
- Wirksamkeitsanalyse von Kommunikationskanälen im B2B-Software-Marketing
- Segmenting and Analyzing the CIS Agricultural Commodities Producer Marketplace in the Russian Federation, Kazakhstan, and Ukraine
- Academic Start-ups: Eine empirische Analyse unternehmerischer Bedingungen im Hochschulumfeld
- Eine empirische Analyse der Nutzung von anonymen Zahlungsmitteln durch Endkunden im Online-Handel
- Empirische Analyse der Erfolgsfaktoren für herstellereigene Online-Markenshops, sowie deren Übertragbarkeit auf die Reifenindustrie
- Mobile Era of Gaming: Challenges and Key Success Factors
- Die Eignung von Facebook zur Rekrutierung von Handwerksgesellen – Eine empirische Analyse
- Preisstrategien: Theoretische Grundlagen und praktische Anwendung am Beispiel einer Autovermietung
- Bestands- und Wirkungsanalyse des Web 2.0 in deutschen KMU
- Geschäftsrelevanz von Online-Marketingmaßnahmen im B2C-Schmuckhandel
- Virales Marketing – Faktoren für einen viral erfolgreichen Einsatz einer Video-Kampagne. Erstellung eines Leitfadens.
- Kundenanalyse zur Entwicklung innovativer Dienstleistungen bei Mass Customization Unternehmen

Masterarbeitsthemen 2012

- Ziele und Wirkungen von Imagekampagnen der Automobilbranche - Eine Analyse von Online- und Offlinemaßnahmen
- Revenue Attribution Across Online Marketing Channels - An Empirical Analyis
- Ehrlichkeit und Produktivität am Arbeitsplatz - Eine experimentelle Untersuchung der Wirkung von individuellen und Team-Anreizmechanismen
- Social Media as an online marketing tool in B2B markets: An empirical study of preferences and success factors in social communities
- Social Media im Tourismus - Eine empirische Studie zur Nutzung von Social Media Angeboten und Hotel-Bewertungsportale durch die Zielgruppe 50+
- Social Media Marketing: Design einer Kampagne am Beispiel des Alumnivereins der FWW
- Empirische Erhebung der Kundenmotivation und der Marketing-Kommunikation beim Krankenkassenwechsel
- The Correlation of Personality Traits and the Ability to Recognize Deceptive Online Reviews
- Fahrzeugsicherheit in Mexiko - Eine empirische Untersuchung zu fahrzeugbezogener Kriminalität
- Marketingtool Couponing - Eine empirische Studie zur Analyse von Nutzungsverhalten und Couponpräferenzen
- Empirische Analyse des Sponsorings von Amateursport in Online- und Offline-Medien
- Experimentelle Analyse der Effektivität von Online- und Offline-Kommunikation für das Hompage-Marketing
- Der einfluss von Cash-Back-Programmen auf die Vergütungsstruktur im Affiliation-Marketing: Eine modelltheoretische Analys
- Erfolgreiche Maßnahmen im Launch-Marketing - Eine vergleichende, empirische Analyse zum Fahrzeug-Launch in der Automobilindustrie
- Empirische Analyse der Nutzung und der Glaubwürdigkeit von Online-Bewertungsplattformen
- Interkulturelle Anpassung des Online-Marketing im Zeitalter der Globalisierung
- Mobile Device Applications und ihr Potential dür das E-Commerce Geschäft - Eine empirische Untersuchung zum Nutzungsverhalten von Endkunden
- Die Wirkung von Persönlichkeitstypen und Emotionen auf die Gebotshöhe in Erstpreisauktionen: eine experimentelle Studie
- Drop-shipping Supply Chains - Eine spieltheoretische Analyse der Produzentenseite
- Marktkommunikation und Werbewirkungsanalyse in der Trend- und Szenegastronomie

Masterarbeitsthemen 2011

- Mobile Device Applications und ihr Potential für das E-Commerce Geschäft - Eine empirische Untersuchung zum Nutzungsverhalten von Endkunden
- Fahrzeugsicherheit in Mexiko - eine empirische Untersuchung zu fahrzeugbezogener Kriminalität
- Empirische Analyse des Sponsorings von Amateursport in Online- und Offline-Medien
- Werbewirksamkeit auf Facebook am Beispiel der Getränke Brückner GmbH
- Interkulturelle Anpassung des Online-Marketing im Zeitalter der Globalisierung
- Channel-Hopping - Eine empirische Untersuchung des Kaufprozesses in Online- und Offlinekanälen
- Recruiting in sozialen Netzwerken - Eine empirische Untersuchung zum Personalmarketing auf Facebook
- Digital Signage - Eine Situations- und Potenzialanalyse des deutschen Marktes für digitale Außenwerbung
- Social Media Marketing of Germany's Leading Companies - An Empirical Study
- Konsumentenverhalten bei Preis- und Markensuche: eine experimentelle Untersuchung und ein neuroökonomischer Ansatz
- Einfluss der Marke auf die Kaufentscheidung in Supermärkten - eine vergleichende, empirische Analyse zwischen dem ehemaligen Bundesgebiet und den neuen Ländern
- Auktion vs. Festpreis in C2C-Märkten - Eine empirische Analyse am Beispiel von Online-Gebrauchtfahrzeugverkäufen
- Social-Media-Aktivitäten deutscher Radiosender - Eine empirische Untersuchung
- Online-Shop versus Ladentheke - Eine empirische Studie des Wettbewerbs aus Sicht des deutschen Einzelhandels im Interr
- Bedeutung und Umsetzung von Bannerwerbung im eCommerce
- Spieltheoretische Analyse der Auswirkungen von Subventionen im Supply-Chain Wettbewerbs am Beispiel des Solarstrommarktes

Masterarbeitsthemen 2010

- Empirische Studie zum Besitzeffekt bei Übeln
- Mulitchannel-Marketing im Großhandel - Eine empirische Analyse und strategische Konzeption
- Top-Ranking - Empirische Untersuchung von Erfolgsfaktoren bei der Suchmaschinenoptimierung
- Vergleich der Computer Assisted Interviewing Methoden CATI und CAWI zur Kundenzufriedenheitsmessung im After Sales Bereich Automobil
- Online Marketing im Markt für elektronische Musik - empirischer Vergleich Berliner und Londoner Labels
- Vergleich der Computer Assisted Interviewing Methoden CATI und CAWI zur Kundenzufriedenheitsmessung im After Sales Bereich Automobil
- Web Robots, Crowdsourcing, and Traditional B2B-Services - A Price and Quality Comparison of Translation Services
- Supply Chain Management Infrormationization - A Case-Study on Nan-An Salt-Preserved Duck Factory
- A Model of Product Innovation under Endogenous Knowledge Spillovers and its Relevance for the Net Economy
- Marktanalyse und Markteintrittsstrategie für eine Produktinnovation
- Folgen von Variantenvielfalt auf das individuelle Entscheidungsverhalten - eine empirische Untersuchung am Beispiel des Volkswagen Konfigurators
- Impact-Messung und Werbewirkungsanalyse einer multimedialen Image-Kampagne des Landes Sachsen-Anhalts
- Product Placements in Musikvideos - Markenerinnerung und -wiedererkennung
- Social Media Marketing mit Corporate Tweets - Eine Erhebung der Kommunikationsaktivität von Unternehmen auf Twitter
- Designing a Demand-Oriented Social Network for School Students in Germany
- Eine experimentelle Untersuchung der Informationsüberlastung durch Newsletter-Marketing am Arbeitsplatz
- Paid4-Anbieter - Eine empirische Analyse vergüteter Werberezeption im Internet
- Day of the week - Eine Analyse von eBay Daten hinsichtlich der preisbestimmenden Faktoren
- Theoretische und empirische Evaluation eines Online-Vermittlungsportals für globale Marktforschungsaufträge
- Ökonometrische Modellbildung zur Analyse der individuellen Vorstandsvergütung in DAX-Unternehmen

Masterarbeitsthemen 2009

- Experimentelle Untersuchung zum Online-Suchverhalten auf Basis von verhaltensbasierten, psychographischen und hirnspezifischen Daten
- Hilft der kleine Luxus aus dem Stimmungstief? Empirische Analyse der Profitabilität der Luxusgüter- und Spirituosenbranche einer globalen Rezession
- Politische Aktivität in Online-Communities
- Meinungsplattformen im Web 2.0 - Eine Experimentelle Untersuchung zur Wahrnehmung von Manipulationen bei Produktbewertungen
- Web Content Mining - Ablauf, Datenanalyse und Repräsentativität der Ergebnisse
- Akzeptanz von Online- und Offline-Maßnahmen in Ethno-Marketing
- Vom Website-Besucher zum Online-Kunden - Der Einfluss der Gestaltung von Landing Pages auf die Conversion-Rate
- Zahlungsverfahren im E-Business
- Einflussgrößen der Online-Nachfrage im Versandhandel
- Mobile und stationäre Erhebung der Werbeerinnerung nach der Ausstrahlung von TV-Splitscreen-Spots
- Google AdWords - Eine experimentelle Analyse
- Eine experimentelle Untersuchung zur Selbsteinschätzung der Prognosefähigkeit bei Investitionsentscheidungen
- Einfluss der Premium Support Angebote der SAP AG auf kritische Kundensituation
- Ein Yield Management Verfahren zur Verbesserung der Erlöse von Musicals
- Print- und Onlinemedien zwischen Konkurrenz und Konvergenz - eine empirische Analyse
- Unternehmensinteraktion in Consumer Generated Media - Der Fall Lufthansa und Flyertalk.com
- Ergebnis-orientierte Evaluation des E-Mail-Marketing-Kanals für E-Commerce Unternehmen
- Einsatz von Auktionen im Automobil-Remarketing am Beispiel der Adam Opel GmbH
- Integrated Online and Offline Sales Channels - A Game-Theoretical Analysis
- Werbewirkung von In-World-Advertising in virtuellen Welten

Masterarbeitsthemen vor 2009

- Bietverhalten in Internetauktionen mit stochastischer Deadline (2008)
- Qualitätsmerkmale von Online-Shops - Eine empirische Analyse (2008)
- Autohauspräsenz im Internet - Empirische Analyse zu Individualisierungsaspekten am Beispiel der Vetragshändlern der Volkswagen AG (2008)
- Der Innovationserfolg kleiner und mittlerer Unternehmen durch Wissensbindung und regionale Netzwerke (2008)
- Involvement-Messung im Kontext von Online-Shopping (2008)
- Spieltheoretische Analyse endogener Kaufquoten in oligopolistischen Märkten (2008)
- Cultural Determinants of Online Auction Performance in Australia, Germany and the UK (2008)
- Comparing Post-Acquisition Performances of Domestic and Cross-Border M&A (2008)
- Examining the Intercultural Differences of Customer Ratings and their Relationship to Online Prices of Thai Hotels (2008)
- The Impact of Distribution on Ghanaian Fishing Industry (2008)
- Produkte und Dienstleistungen auf dem Prüfstand der Konsumenten: Struktur und Design von Online-Bewertungssystemen - eine interkulturelle Analyse (2008)
- Impact of Logistics Partners and their Distribution Services on E-Tailer Success (2008)
- Internationaler Vergleich des Einflusses von Korruptions- und Demokratiewahrnehmung auf die Investitionstätigkeit transnationaler Unternehmen (2008)

- Potentiale von XBRL in der Wahrnehmung von Wirtschaftsprüfern und Investoren (2008)
- Selbstdarstellung und Eigenmarketing in einer studentischen Online-Community (2008)
- Kundenfeedback und Unternehmensreaktion beim Beschwerdenmanagement im Onlinehandel (2008)
- Verlinkungsstrategien des Suchmaschinenmarketings von Online Shops für verschiedene Produktklassen (2008)
- Vertrauen in anonymen, virtuellen Welten - Eine experimentelle Messung in Second Life (2007)
- Marktfähigkeit und Beitragsverhalten von Open-Source-Software am Beispiel osCommerce (2007)
- Leveraged Buyout - Theorie und Empirie der Unternehmenswertsteigerung in der Post-Investmentphase (2007)
- Frachten Online - Eine theoretische und empirische Analyse der wirtschaftlichen Bedeutung von Online-Fracht- und Laderaumbörsen (2007)
- Die Rolle von Produktfindern beim Online-Shopping (2007)
- Multi-Channel- und Single-Channel-Vertriebssysteme im Computer-Online-Handel (2007)
- Bio-Online (2007)
- Produktreviews im Internet - Verbrauchermacht oder Manipulation? - Eine Analyse des Informationsgehaltes und der Glaubhaftigkeit von Reviews (2007)
- Die unendliche Flut? Zur ökonomischen Bedeutung der Spam-Problematik - Eine analytische Betrachtung (2007)
- Kundenerwartungen an das globale Key Account Management bei Logistikdienstleistern am Beispiel der Schenker AG (2007
- Entering a Regulated Market with Fixed Prices and Experiential Products (2007)
- Self-hubbing als neues Geschäftsfeld zur Kundengewinnung (2007)
- Aktuelle Preismodelle im Onlinemusikhandel - "Auswirkungen von Preissetzung und Nutzungsrechten" (2007)
- Auswirkungen der Kapitalstruktur auf das Investitionsverhalten von Unternehmen. Eine theoretische und empirische Betrachtung unter Berücksichtigung der Situation von Unternehmen in den neuen Bundesländern (2006)
- E-Finanzverwaltung - Eine empirische und theoretische Analyse von ELSTER und der digitalen Betriebsprüfung (2006)
- Online-Flugbuchung leicht gemacht! Eine Flugbörsen-Studie zum Vergleich und Bewertung der Preisstruktur (2006)
- Zweitversuche als Instrument zur Leistungssteigerung bei Struktur- und Übungsaufgaben (2006)
- Eine ökonomische Analyse des Magdeburger Drogenmarktes (2006)
- Integration statt Ergänzung: Synergien durch die Einflussnahme virtueller Messen auf Information, Kommunikation und Transaktion in konventionellen Messen (2006)
- Existenzgründungsberatung - Eine Vergleichsanalyse von Informationen online und offline (2006)
- Die Instrumente des Suchmaschinenmarketings - Eine Untersuchung in der Assekuranz (2006)
- Bundling and De-bundling Strategies in Online Auctions (2006)
- Unternehmensführung und strategische Produktionsplanung - Organisationsstrategie für ein adaptives Produktionssystem de Volkswagen AG (2006)
- Grand Entrance in the Premium Sector - Key Success Factors of the Volkswagen Phaeton Launch in South Korea (Wir danken der Volkswagen AG für die freundliche Unterstützung. (2006)
- Language-Based Online Price and Product Differentiation in the Thai Hotel Industry (2006)
- The Effects of Culture in Internet Marketing: Comparison of the Online Shopping Sites of Germany and Turkey (2006)
- Weiterempfehlungsverhalten bei der Expansion einer Online-Community durch Viral Marketing (2006)
- Einfluss erhöhter Informationsbereitstellung auf die Koordination im Supply-Chain-Management (2006)
- Erfolgskontrolle und Erfolgsmessung von Website-Usability im Kontext der Balanced Scorecard (2006)
- Der Nonna-Effekt - Eine theoretische und empirische Untersuchung (2006)
- Effizienz von Tools zur geographischen Eingrenzung bei der Internet-Suche (2006)
- Performance Measurement im e-supported HR Shared Service Center (2006)
- Observability in a dynamic common-pool resource problem (2006)
- Assessment of branded mobile content value - the development of a generic model (2006)
- Personalmarketing zur Schaffung und Kommunikation von Wettbewerbsvorteilen im Markt für Auszubildende (2006)
- Analyse von Preisdispersion bei OTC-Produkten im online und offline Apothekenmarkt (2006)
- The Effects of Culture in Internet Marketing: Comparison of the Online Shopping Sites of Germany and Turkey (2005)
- "Schnäppchen online" - Strukturierte Vergleiche von Online Shop- und Auktionspreisen (2005)
- Konzepte der interkulturellen Webpräsenz und Identitätsbildung multinationaler Markenunternehmen (2005)
- Wettbewerb, Fusion und optimale Wahl der Sortimentsbreite in online Chemiemärkten (2005)
- Informationsüberschuss und Kundenaufmerksamkeit im Online-Direkt-Marketing (2005)
- Untersuchung von elektronischen Marktplätzen in der Automobilindustrie (2005)
- E-Procurement Solutions for Business-to-Business Contracting (2005)
- Ein Feldexperiment zur Wirksamkeit von genrespezifischen Newslettern im Musikmerchandising (2005)
- Der Einfluss von Erstträgerkommunikatoren im epidemischen Verbreitungsprozess einer Viral-Marketing-Kampagne (2005)
- Neue Ansätze der personalisierten Online-Kommunikation in der Managervermittlung (2005)
- E-procurement Solutions for Business-to-Business Contracting (2005)
- Altersspezifische Phänomene im Online-Kaufverhalten (2005)
- Virtuelle Teams zur Steigerung der Organisationseffizienz im Falle feindlicher Übernahmen - eine experimentelle Analyse (2005)
- Einsatz von Auktionen im Personalmanagement (2004)
- Randomisierte und versteigerte Listenplätze in elektronischen Hotelverzeichnissen (2004)
- Der Einsatz geschlechtsspezifischer Webdesign-Merkmale in Online-Shops (2004)
- Startpreis versus Selbstgebot - Ein Feldexperiment auf der Internetplattform eBay (2004)
- Kommunikation und individuelles Kooperationsverhalten (1997)