

# Publikationsliste Prof. Dr. Sascha Hoffmann

## Referierte Zeitschriftenartikel

- **In Focus: Effects of an opportune Gift on Tipping**, in: Journal of Hospitality & Tourism Research 2021: <https://doi.org/10.1177/10963480211019841> (zusammen mit Hilkenmeier, F.).
- **Online-Marketing: Attributionsmodellierung**, in: WiSu – Das Wirtschaftsstudium, Jg. 49 (2020), Nr. 3, S. 313-318 (zusammen mit Becker, C.).
- **A-/B-Tests**, in: WiSu – Das Wirtschaftsstudium, Jg. 47 (2018), Nr. 10, S. 1125-1129.
- **Freemium**, in: WiSu – Das Wirtschaftsstudium, Jg. 47 (2018), Nr. 6, S. 667.
- **Verkaufsförderung mit Produktzugaben**, in: WiSt – Zeitschrift für Studium und Forschung, Jg. 39 (2010), Nr. 10, S. 485-489.
- **Verkaufsförderung**, in: WiSu - Das Wirtschaftsstudium, Jg. 39 (2010), Nr. 4, S. 522-527 (zusammen mit Fantapié Altobelli, C.)
- **Auswirkungen von Markenpiraterie auf das Konsumentenverhalten bei Online-Auktionen**, in: Der Betriebswirt, Jg. 49 (2008), Nr. 1, S. 12-17 (zusammen mit Fantapié Altobelli, C.).

## Sonstige Zeitschriftenartikel

- **Der Online-Shop als Marke**, in: Der Markenartikel – Das Magazin für Markenführung, Jg. 83 (2021), Nr. 3, S. 56-58 (zusammen mit Hilkenmeier, F.).
- **Alles Fake?**, in: absatzwirtschaft – Zeitschrift für Marketing, Jg. 63 (2020), Nr. 4, S. 42-43.
- **Der Einfluss der Feldzeit. Ein Methodenvergleich zwischen automatisierter und klassischer Online-Marktforschung**, in: planung & analyse, Zeitschrift für Marktforschung und Marketing, Jg. 47 (2019), Nr. 2, S. 28-30 (zusammen mit Jurowskaja, E.).
- **Ethno-Marketing im Mobilfunkmarkt**, in: planung & analyse, Zeitschrift für Marktforschung und Marketing, Jg. 38 (2011), Nr. 5, S. 52-55 (zusammen mit Demirel, F.).
- **Der Einsatz von Produktzugaben am Point of Sale**, in: planung & analyse, Zeitschrift für Marktforschung und Marketing, Jg. 38 (2011), Nr. 2, S. 36-38.
- **Titelblattoptimierung bei Zeitschriften mit Hilfe der Choice-based Conjoint-Analyse**, in: Medienwirtschaft, Jg. 7 (2010), Nr. 3, S.18-25 (zusammen mit Eggers, F.; Fantapié Altobelli, C.). <https://doi.org/10.15358/1613-0669-2010-3-18>

## Monographien

- [Digitales Produktmanagement](#), Wiesbaden 2020 (Hrsg.).
- [Grundlagen der Marktforschung](#), Stuttgart 2011 (zusammen mit Fantapié Altobelli, C.).
- [Produktzugaben. Eine empirische Analyse ihrer Wirksamkeit als Instrument der Verkaufsförderung](#), Wiesbaden 2009.
- [So gelingen Seminar-, Bachelor- und Masterarbeiten. Ein Leitfaden für BWLER und VWLER: Von der Recherche bis zur fertigen Arbeit](#), Heidenau 2008.
- [Grundstudium - was dann? Leitfaden für das BWL- und VWL-Hauptstudium](#), 3. aktualisierte und erweiterte Auflage, Heidenau 2005 (zusammen mit Hoya, C.).
- [Grundstudium – was dann? Leitfaden für das BWL- und VWL-Hauptstudium](#), 1. & 2. aktualisierte Auflage, Heidenau (zusammen mit Eggers, F.).

### Sammelbandbeiträge

- [Chancen und Erfolgsfaktoren der Markenführung im Web 2.0](#), in: Berndt, R. (Hrsg.): [Erfolgreiches Management](#), Heidelberg, London, New York 2010, S. 155-171 (zusammen mit Fantapié Altobelli, C.).
- [Online-Auktionen: Chancen und Risiken aus Anbieter und Nachfragersicht](#), in: Bauer, H. H.; Große-Leege, D.; Rösger, J. (Hrsg.): [Interactive Marketing im Web 2.0+](#), Konzepte und Anwendungen für ein erfolgreiches Marketingmanagement im Internet, München 2007, S. 295 – 314 (zusammen mit Fantapié Altobelli, C.).
- [Reziprozität und Konsumentenvertrauen](#), in: Bauer, H. H.; Neumann, M. M.; Schüle, A. (Hrsg.): [Konsumentenvertrauen](#), München 2006, S. 53-62 (zusammen mit Fantapié Altobelli, C.).

### Sonstige Publikationen

- [Bekanntheit & Wirkung von Gütesiegeln im E-Commerce](#), Hamburg 2019, online verfügbar unter: [https://static2.statista.com/download/pdf/HS\\_Fresenius\\_G%C3%BCtesiegel.pdf](https://static2.statista.com/download/pdf/HS_Fresenius_G%C3%BCtesiegel.pdf) (zusammen mit Kneschke, K.).
- [Hootsuite Barometer Report. Social Media-Nutzung in Unternehmen. Report 2018](#), Hamburg 2018, online verfügbar unter: <https://hootsuite.com/de/resources/guide/barometer-2018-de#> (Co-Autor im Auftrag von Hootsuite)
- [Auswirkungen von Markenpiraterie auf das Konsumentenverhalten bei Online-Auktionen](#), Diskussionsbeitrag Nr. 1, Hamburg 2006 (zusammen mit Fantapié Altobelli, C.; Hohlen, A.).
- [Die Wirkung von Verkaufsförderungsmaßnahmen auf den Verkaufserfolg einer Zeitschrift](#), Diskussionsbeitrag Nr. 2, Hamburg 2006 (zusammen mit Fantapié Altobelli, C.; Beckmann, H.).

### Interviews, Berichte

- [Das Geschäft mit den Gutscheinen](#), in: Stuttgarter Zeitung, Nr. 55 vom 08.03.2021, S. 8.

- [Das Geschäft mit den Gutscheinen](#), in: Stuttgarter Nachrichten, Nr. 55 vom 08.03.2021, S. 14.
- [Käufer bewerten Produkte und Service im Internet überwiegend positiv](#), Pressemitteilung zu gemeinsamer Studie von Trusted Shops, u.a. hier am 02.03.2021 erschienen: [www.markenartikel-magazin.de/\\_rubric/detail.php?rubric=handel-e-commerce&nr=38586](http://www.markenartikel-magazin.de/_rubric/detail.php?rubric=handel-e-commerce&nr=38586); [www.imittelstand.de/themen/presse\\_internet.html?boxid=1047205](http://www.imittelstand.de/themen/presse_internet.html?boxid=1047205); <https://www.klamm.de/news/k-ufer-bewerten-produkte-und-services-im-internet-berwiegend-positiv-4N1047205.html>.
- [Prüfen, mögen, kaufen – Produktproben als Marketing-Tool im E-Commerce](#), Horizont, Januar 2020, online verfügbar unter: [www.horizont.net/marketing/nachrichten/samples-als-paketbeilagen-pruefen-moegen-kaufen--produktproben-als-marketing-tool-im-e-commerce-180085](http://www.horizont.net/marketing/nachrichten/samples-als-paketbeilagen-pruefen-moegen-kaufen--produktproben-als-marketing-tool-im-e-commerce-180085).
- [Studie zu Plagiaten: Amazon, Ebay, Alibaba: Konsumenten misstrauen Plattformen wegen Fälschungen](#), im Handelsblatt vom 25.10.2019, S. 28 sowie online verfügbar unter: [www.handelsblatt.com/unternehmen/handel-konsumgueter/studie-zu-plagiaten-amazon-ebay-alibaba-konsumenten-misstrauen-plattformen-wegen-faelschungen/25150120.html](http://www.handelsblatt.com/unternehmen/handel-konsumgueter/studie-zu-plagiaten-amazon-ebay-alibaba-konsumenten-misstrauen-plattformen-wegen-faelschungen/25150120.html).
- [Onlinemarketing & Lehre - So können Firmen und Hochschulen kooperieren](#), Podcast von crowdmedia vom 16.09.2018, online verfügbar unter: <http://podcast.crowdmedia.de/e/onlinemarketing-lehre-%e2%80%93-so-können-firmen-und-hochschulen-kooperieren>.

Stand 02/2020