

Publikationsliste Prof. Dr. Sascha Hoffmann

Referierte Zeitschriftenartikel

- [Die Relevanz von Online-Bewertungen](#), in: WiSt – Zeitschrift für Studium und Forschung, Jg. 52 (2023), Nr. 10, S. 43-46 (zusammen mit Hilkenmeier, F.).
- [Der Einsatz von Coupons im Online-Handel](#), in: WiSt – Zeitschrift für Studium und Forschung, Jg. 51 (2022), Nr. 2-3, S. 55-58.
- [In Focus: Effects of an opportune Gift on Tipping](#), in: Journal of Hospitality & Tourism Research Jg. 46 (2022), Nr. 4, S. 808-818, (zusammen mit Hilkenmeier, F.), online unter: <https://doi.org/10.1177/10963480211019841>.
- [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.), online unter <https://doi.org/10.15358/1613-0669-2010-3-18>.

Monographien

- [Digitales Produktmanagement](#), 2. Auflage, Wiesbaden 2023 (Hrsg.).
- [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

- [TV-Broadcaster: Gesamtüberblick](#), in: Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. (Hrsg.): Digital-Video-Guide. Der Wegweiser durch das digitale Advertising im deutschen Digital-Video-Markt, 2023, S. 7-10, online unter <https://www.bvdw.org/news-und-publikationen/bvdw-veroeffentlichungsrichtungsweisenden-digital-video-guide/>.
- [Einführung in das digitale Produktmanagement](#), in: Hoffmann, S. (Hrsg.): Digitales Produktmanagement, 2. Auflage, Wiesbaden 2023, S. 1-34.
- [A/B-Testing im digitalen Produktmanagement](#), in: Hoffmann, S. (Hrsg.): Digitales Produktmanagement, 2. Auflage, Wiesbaden 2023, S. 225-231.
- [Marketing Funnel, Targeting und Attributionsmodellierung](#), in: Butzer-Strothmann, Kristin (Hrsg.): Integriertes Online- und Offline-Channel-Marketing, Wiesbaden 2022, S. 125-141, online unter https://doi.org/10.1007/978-3-658-38048-9_6.
- [Einführung in das digitale Produktmanagement](#), in: Hoffmann, S. (Hrsg.): Digitales Produktmanagement, Wiesbaden 2020, S. 1-27.
- [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

- [Gründe und Folgen der drohenden Cookiecalypse](https://www.adzine.de/2021/11/gruende-und-folgen-der-drohenden-cookiecalypse/?s=c0c93a93b4a3092c95633811e336b7e2), 2021, online unter <https://www.adzine.de/2021/11/gruende-und-folgen-der-drohenden-cookiecalypse/?s=c0c93a93b4a3092c95633811e336b7e2>.
- [Bekanntheit & Wirkung von Gütesiegeln im E-Commerce](#), Hamburg 2019, online unter: https://static2.statista.com/download/pdf/HS_Fresenius_G%C3%BCtesiegel.pdf (zusammen mit Kneschke, K.).
- [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

- [Geizig beim Trinkgeld? Kann man sich nicht mehr leisten](#), in: Süddeutsche Zeitung, Nr. 220 vom 23./24.09.2023, S. 21 sowie online unter: www.sueddeutsche.de/wirtschaft/gastronomie-trinkgeld-kartenzahlung-1.6248619.
- [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; 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 unter: 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 unter: 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 unter: <http://podcast.crowdmedia.de/e/onlinemarketing-lehre-%e2%80%93-so-können-firmen-und-hochschulen-kooperieren>.

Vorträge & Moderationen

- [AI: Nur ein Hype oder doch ein Trend?](#), Keynote-Vortrag auf einer OMR Masterclass am 10.05.2023 (<https://omr.com/de/events/omr23/speakers/sascha-hoffmann>).
- [Perfomrt Affiliate-Marketing auch ohne Cookie-Tracking?](#), Moderation ADZINE Seminar am 03.05.2023 (<https://www.adzine.de/mediathek/Die-Zukunft-des-Trackings-in-Performance-und-Affiliate-Marketing/>)
- [Performance Advertising ohne Cookie-Daten?](#), ADZINE Seminar am 24.02.2022 (<https://www.adzine.de/mediathek/Performance-advertising-ohne-cookies/>).
- [Revolution im TV – die Zukunft von Content und Werbung auf dem Big Screen](#), ADZINE Seminar am 21.10.2021 (<https://www.adzine.de/mediathek/Vom-Einheits-Fernsehen-zur-selbstbestimmten-App-Nutzung-Content-und-Werbung-auf-dem-Big-Screen-aus-technologischer-Sicht/>).
- [Programmatic- & Data-Strategien für den Mittelstand](#), ADZINE Seminar am 23.06.2021 (<https://www.adzine.de/mediathek/Programmatic-Strategien-fuer-kleine-und-mittlere-Media-Spender-kmu/>).

Stand 11/2023