

Veröffentlichungsliste Prof. Dr. Tatjana König

- König, T., Latka, K. (2014), Segmentierung des 50+-Marktes: Identifikation transnationaler Segmente in Deutschland und Polen, *Planung & Analyse*, 2 (im Druck)
- König, T., Schwiering, B. (2013), Eigenmarke ist nicht gleich Eigenmarke: Handelsmarken-Renommee strahlt verschieden stark auf Urteile über Preise, Sortimente und Händler aus, *Lebensmittelzeitung*, 42/2013, 33
- König, T. (2013), Bio-Handel erntet Top-Renommee, *Lebensmittelzeitung*, 8/2013, 49.
- Schwiering, B., König, T. (2013), Kundenzufriedenheit: (k)eine Frage des Images? Der Einfluss negativer Presseberichte auf Kundenzufriedenheit und Weiterempfehlungsbereitschaft am Beispiel des Online-Händlers Amazon, abrufbar unter: <http://www.tuev-netresearch.de/de>
- König, T. (2013), Zwischen Genügsamkeit und Nachholkonsum – Die Zielgruppe 50+ im internationalen Vergleich, in: Crockford, G., Ritschel, F., Schmieder, U.-M. (Hrsg.), *Handel in Theorie und Praxis*, Festschrift zum 60. Geburtstag von Prof. Dr. Dirk Möhlenbruch, Wiesbaden, 275-299.
- Kockler, C., König, T., Schwiering, B. (2013), Kundenzufriedenheit und Net-Promotor Score im deutschen Einzelhandel: Ergebnisse aus dem TÜV Saar Net-Research Handelspanel, in: Crockford, G., Ritschel, F., Schmieder, U.-M. (Hrsg.), *Handel in Theorie und Praxis*, Festschrift zum 60. Geburtstag von Prof. Dr. Dirk Möhlenbruch, Wiesbaden, 335-355.
- König, T. (2012), Drivers of Event Sponsor Recognition and Image Transfer – Evidence from seven Corporate Runs in Germany, *Research Conference in Sport Marketing*, University of Oregon, Portland, (double-blind peer-reviewed)..
- König, T. (2012), Traditional and Changing Consumer Behavior within the European 50+-Market: Evidence from Germany and Poland, in: Smyczek, S. (ed.), *Consumer Behavior in the European Market*, 9, Special edition of the *Journal of Economics and Management*, Katowice, 41-60.
- König, T. (2011), A Question of Give-and-Take: How Company Support of Corporate Runs affects Organizational Identity and Organizational Commitment, in: Campell, C. (Hrsg.), *The Customer is not always right*, *Proceedings of the World Marketing Congress 2011*, Reims, Academy of Marketing Science (double-blind peer-reviewed).
- König, T., Jensen, S., Pulham, S., Dietz, B. (2011), How Investments into Sport Events pay off for Internal Marketing-Evidence from seven Corporate Runs, in: Brenic et al. (Hrsg.), *The day after: Inspiration, Innovation, Implementation*, *Proceedings of the 40th EMAC Conference*, Ljubljana (double-blind peer-reviewed).
- König, T. (2011), How Sport Events contribute to Internal Marketing: The Critical Role of Teambuilding – Evidence from seven Corporate Runs, in: Conway, M. (Hrsg.), *The Sustainable Marketplace: Proceedings*

of the Annual Conference of the Academy of Marketing Science, Vol. XXXIV, Coral Gables, USA (double-blind peer-reviewed)

- König, T. (2011), Ältere Arbeitskräfte im Saarland: Eine sektorspezifische Analyse der Arbeitszufriedenheit sowie ihres Einflusses auf die Lebenszufriedenheit, in: Rampeltshammer, L., Kurtz, H.-P. (Hrsg.), Strukturwandel im Saarland: Herausforderungen und Gestaltungsmöglichkeiten, Saarbrücken, 203-252.
- König, T. (2010), Arbeits- und Lebenszufriedenheit älterer Arbeitskräfte im Saarland, abrufbar unter: http://www.uni-saarland.de/fileadmin/user_upload/Sonstiges/KoWA/forschung/berichte/online_bericht_Arbeits-_und_Lebenszufriedenheit_HTW_K%C3%B6nig.pdf
- König, T., Wienbrügge, F. (2010), Arbeits- und Lebenszufriedenheit älterer Arbeitskräfte im Saarland – Erste Ergebnisse, Arbeitspapier der Hochschule für Technik und Wirtschaft des Saarlandes, Working Paper Series in Marketing and Management.
- König, T., Pulham, S. (2010), The 50+ Market: United in Diversity? Evidence from Six Western Countries, in: Beckmann, S., Ringberg, T., Ritter, T. (Hrsg.), The Six Senses – The Essential of Marketing, Proceedings of the 39th EMAC Conference, Copenhagen (double-blind peer-reviewed).
- König, T., Large, R., O. (2009), The Trade-off between Cost-Advantage and Culture Distance in International Business Service Relationships, in: Helfer, J.-P., Nicolas, J., L. (Hrsg.), Marketing & the Core Disciplines: Rediscovering Preferences, Conference Proceedings of the 38th Annual Conference, Nantes (double-blind peer-reviewed).
- König, T. (2009), Segmenting the Over-Fifties Market in six Western Countries: the Identification of Cross-National Segments, in: Kamins, M., Martin, I., M. (Hrsg.), Enhancing Knowledge Development in Marketing, American Marketing Association Summer Educator's Conference Proceedings, 20, Chicago (double-blind peer-reviewed).
- Large, R., O., König, T. (2009), International Business Service Buying – A Partial Least Squares Analysis of Influence and Success Factors, in: International Purchasing & Supply Education & Research Association (IPSESA) (Hrsg.), Supply Management – Towards an Academic Discipline? Proceedings of the 18th IPSESA Conference, Wiesbaden, 448-470 (double-blind peer-reviewed).
- Large, R., O., König, T. (2009), A Gap-Model of Purchasing's Internal Service Quality – Concept, Case Study and Internal Survey, Journal of Purchasing and Supply Management, 15, 24-32. (3 stage double-blind peer-reviewed).
- Large, R., O., König, T. (2009), Grenzüberschreitender Dienstleistungseinkauf – Konzeptionelle Überlegungen und erste empirische Ergebnisse, in: Bogaschewski, R., Eßig, M., Lasch, R., Stölzle, W. (Hrsg.), Supply Management Research – Aktuelle Forschungsergebnisse 2009, Advanced Studies in Supply Management, Frankfurt, 173-201.
- Large, R., O., König, T. (2009), Cross-Border Business Service Buying: Results of the Empirical Analysis of Influence and Success Factors, in: Large, R., O. (Hrsg.), Stuttgart Working Paper Series in Logistics and Supply Management, Nr. 2, Universität Stuttgart, abrufbarunter: http://www.bwi.uni-stuttgart.de/fileadmin/abt4/Arbeitspapiere/US_WP_02.pdf.
- Large, R., O., König, T. (2008), A Gap-Model of Purchasing's Internal Service Quality – Concept, Case Study and Internal Survey, in: International Purchasing & Supply Education & Research Association (IPSESA) (Hrsg.), Proceedings of the 17th Annual IPSESA Conference, Perth, 184-197 (double-blind peer-reviewed).

- Large, R., O., König, T., McCarthy, D. (2008), Beschaffungssystemkontrolle auf Basis eines Lückenmodells der internen Kundenzufriedenheit, in: Bogaschewski, R., Eßig, M., Lasch, R., Stölzle, W. (Hrsg.), Supply Management Research: Aktuelle Forschungsergebnisse 2008, Wiesbaden, 47-67.
- Large, R., O., König, T. (2008), Grenzüberschreitende Beschaffung von Dienstleistungen: leistungsbezogene, umfeldbezogene und personelle Einflussfaktoren auf den Erfolg, Tagungsband der 71. Wissenschaftliche Jahrestagung „Management von Dienstleistungen“ des VHB.
- Large, R., O., König, T. (2007), Influences on the Performance of Cross-Border Business Service Buying – Research Propositions and Structural Equations Modeling, in: International Purchasing & Supply Education & Research Association (IPSERA) (Hrsg.), Proceedings of the 16th Annual IPSERA Conference, Bath (double-blind peer-reviewed).
- Large, R., O., König, T. (2007), Influences on the Performance of Cross-Border Business Service Buying – Research Propositions and Preliminary Structural Equations Modeling, in: Large, R., O. (Hrsg.), Saarbrücken Working Paper Series in Logistics and Supply Management, Arbeitspapier Nr. 5, Hochschule für Technik und Wirtschaft des Saarlandes, Saarbrücken, abrufbar unter: <http://www.htw-saarland.de/fb-bw/personen/professoren/large/workingpaper>.
- König, T., Schottek, O. (2006), IT-Trends im Handel, abrufbar unter: www.ERP-expo.de.

Darüber hinaus:

- König, T., Gutachterin für die Zeitschrift „International Marketing Review (IMR)“.
- König, T. (seit 2008) Gutachterin für die European Marketing Association im Rahmen der Annual Conference (EMAC)
- König, T. (2009): Gutachterin für die American Marketing Association Summer Educators' Conference, Chicago, USA
- König, T. (2008): Gutachterin für die Academy of Marketing Science Annual Conference, Baltimore, USA
- König, T. (2012), Session Chair im Track „Product- and Brandmanagement“ der European Marketing Association im Rahmen der Annual Conference, Lissabon Mai 2012.
- König, T. (2008), Session Chair im Track Public Procurement der International Purchasing and Supply Education and Research Association Annual Conference, Perth
- König, T. (2007), Ergebnisse einer Kundenzufriedenheitsanalyse im Stahlhandel, in: Stahlreport 2/2007, S. 33
- König, T. (2007), „Entscheidend ist die Leistung“, Titelinterview zum Thema Preiserhöhungen in Acquisa, 3/2007, S. 18f.
- König, T. (2007), Live-Interview im Saarländischen Fernsehen (SR „aktueller Bericht“ am 07.12.2007, 19:45 Uhr) zum Projekt Weihnachtsmärkte und Konsumverhalten in der Weihnachtszeit