

Dr. oec. Oliver Emrich

University of St.Gallen
Institute of Retail Management
Dufourstr. 40a
9000 St. Gallen
Switzerland

publications

version: 24.05.2012; citation format: APA 5

journal paper

- Emrich, O., & Rudolph, T. (2011). Wachsen mit E-Commerce: Cross-Channel-Management. *Harvard Business Manager*, 33(Juli 2011), 4.
- Rudolph, T., & Emrich, O. (2009). Situation-related tasks for mobile services in retailing. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 19(5), 483-503.
- Rudolph, T., & Emrich, O. (2008). Kleine Kundengruppen richtig ansprechen. *io new management*(6), 48-51.
- Rudolph, T., Emrich, O., Nagengast, L., & Oster, D. (2008). Social Network Analysis - Erkenntnisse für die Markenpositionierung. *Marketing Review St.Gallen*(6), 11-16.

book

- Emrich, O., & Rudolph, T. (2011). *Cross-Channel Management 2011 in Deutschland und in der Schweiz*. St. Gallen: Universität St. Gallen - Forschungszentrum für Handelsmanagement. - ISBN 978-3-9523531-1-0.
- Rudolph, T., Emrich, O., & Böttger, T. (2011). *Der Schweizer Online-Handel: Internetnutzung Schweiz 2011*. St.Gallen: Forschungszentrum für Handelsmanagement. - ISBN 978-3-9523531-2-7.
- Rudolph, T. (Ed.), Emrich, O. (Ed.), & Sohl, T. (Ed.) (2009). *Der Schweizer Online-Handel - Internetnutzung Schweiz 2009*. St. Gallen: Forschungszentrum für Handelsmanagement der Universität St. Gallen. - ISBN 978-3-9523531-0-3.
- Rudolph, T., Meise, N., & Emrich, O. (2007). *Der Schweizer Online-Handel - Internetnutzung Schweiz 2007*. St. Gallen: Institut für Marketing und Handel der Universität St. Gallen. - ISBN 978-3-905819-01-4.

book chapter

- Rudolph, T., & Emrich, O. (2010). Innovationspfade für den Handel: Welche Innovationsfelder sind zu beachten?. In *Der Schweizer Handel 2010 - Mit Innovationen wachsen* (pp. 101-106). Aachen: Shaker Verlag. - ISBN 978-3-8322-8755-9.
- Rudolph, T., & Emrich, O. (2008). Consumer Electronics-Handel. In Rudolph, T. (Eds.), *Der Schweizer Handel: Konsumententrends 2008* (pp. 196-231). St. Gallen: Institut für Marketing und Handel. - ISBN 978-3-905819-10-6.
- Rudolph, T., & Emrich, O. (2008). Kundenansprache über Interaktionsplattformen im Internet. In *Interaktives Marketing* (pp. 414-422). Wiesbaden: Gabler.
- Rudolph, T., & Emrich, O. (2008). Kundeninteraktion über mobile Services im Handel. In *Erfolgsfaktoren des Mobile marketing* (pp. 261-278). Berlin Heidelberg: Springer-Verlag. - ISBN 978-3-540-85295-7.
- Rudolph, T., & Emrich, O. (2008). Wie Communities das Kaufverhalten beeinflussen. In *Faszination Zukunft* (pp. 168-175). Pfäffikon. - ISBN 978-3-00-024627-2.
- Rudolph, T., Meise, N., & Emrich, O. (2007). Einsatzmöglichkeiten von Web 2.0-Instrumenten im Online-Handel und ihre Nutzung durch Konsumenten. In Bauer, H. H., Grosse-Leege, D., & Rösger, J. (Eds.), *Interactive Marketing im Web 2.0+* (pp. 183-196). München: Verlag Franz Vahlen. - ISBN 978-3-8006-3604-4.

conference paper

- Emrich, O., Paul, M., & Rudolph, T. (2011). The Impact of Multichannel Integration on Choice. In , pp.20: American Marketing Association (AMA).
- Rudolph, T., & Emrich, O. (2010). How consumer's cognitive maps influence their online-shopping behavior: Store- versus web-based orientation styles. In , pp.4: Direct Marketing Educational Foundation.
- Rudolph, T., Emrich, O., & Hemetsberger, A. (2010). Motivational directions in "fun"-oriented online behavior. In , pp.9: European Marketing Association.
- Emrich, O., & Rudolph, T. (2010). The Virtual Opening of the Value Chain: A Conceptual Model of Customer-firm relationships. In , pp.5: Marketing Science Conference.
- Rudolph, T., & Emrich, O. (2009). Linking Service and Innovation Processes on the Internet: A Framework for Customer-Firm Constellations in Electronic Networks. In , pp.19: AMS Publications.

working paper

- Rudolph, T., & Emrich, O. (2008). Neue Entwicklungen im E-Commerce und Multichannel Management: Retail-lab Workshop 1/08 am 21.10.08 in St.Gallen. Reader zum Retail-Lab Workshop 1/08. Aachen: Shaker Verlag.

article

- Rudolph, T., & Emrich, O. (2009). Mit dem Online-Vertriebskanal weiter wachsen. *accept*, 02/09, 2.
- Rudolph, T., Emrich, O., & Heidemann, C. (2008). Konsumtrends 2008: Der Preiskrieg ist vorbei. *Handel Heute*, 1(Februar/März 2008), 70-73.
- Rudolph, T., Meise, N., & Emrich, O. (2007). HSG-Studie zeigt: Konsumorientierte Onlinenutzung ist auf dem Vormarsch. *Netzwoche*(10).
- Emrich, O. (2006). Im bunten eBay-Kosmos. *E-Commerce Magazin*, 2, 16-19.
- Emrich, O., & van Baal, S. (2006). Internationaler Vertrieb mithilfe des Internets. www.ecc-handel.de.
- Emrich, O., & Duscha, A. (2006). Kaufhaus statt Flohmarkt. Handel über eBay Express. *Handelsjournal*, 11, 50-51.
- Emrich, O. (2005). Hohes Risiko - Berufsunfähigkeit. *Wirtschaftswoche*, 15, 120.
- Emrich, O. (2004). Bei eBay spielt die Grösse eines Händlers keine Rolle - Interview mit Nerses Chopurian, eBay. *Handel im Fokus - Mitteilungen des Instituts für Handelsforschung*, IV (56), 307-308.
- Emrich, O., & van Baal, S. (2004). Gemeinsam stark: Vom Einzelkämpfertum zur erfolgreichen Kooperation - B2C-Marktplätze und Portale. *Handelsjournal*, 6, 34-35.
- Emrich, O., & van Baal, S. (2004). Senioren als Zielgruppe im Online-Handel. www.ecc-handel.de.
- Emrich, O. (2004). Zukunftsinvestition - Spekulative Öl-Aktien unter der Lupe. *WirtschaftsWoche*, 14, 147.
- Emrich, O. (2003). Fussball ist unser Leben: Fankultur aus verschiedenen Blickwinkeln. *KEY*, 7, 28-30.
- Emrich, O. (2003). Im Krankenhaus allein gelassen. *Financial Times Deutschland*, 30.
- Emrich, O. (2003). Mit Mobile Marketing direkt zum Kunden. *Financial Times Deutschland*, 29.
- Emrich, O. (2003). Neustart als Lachnummer: Die Umbenennung von Worldcom zu MCI. *Financial Times Deutschland*, 30.
- Emrich, O., Prellberg, M., Storn, A., & Trampe, I. (2003). Ware Sehnsucht. *Financial Times Deutschland*, 33.
- Emrich, O. (2000). Die unheimlichen Wandlungen des David B.. *KEY*, 6, 20-21.
- Emrich, O. (2000). Virtualität oder Wirklichkeit? - Virtuelle Universitäten im Internet. *KEY*, 6, 36-41.