

**Prof. Dr. Thomas Rudolph**

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

## publications

version: 17.05.2012; citation format: APA 5

### journal paper

- Bauer, J. C., Kotouc, A. J., & Rudolph, T. (2012). What constitutes a “good assortment”? A scale for measuring consumers’ perceptions of an assortment offered in a grocery category. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 19(1), 11-26, DOI:10.1016/j.jretconser.2011.08.002.
- Emrich, O., & Rudolph, T. (2011). Wachsen mit E-Commerce: Cross-Channel-Management. *Harvard Business Manager*, 33(Juli 2011), 4.
- Rudolph, T., Bauer, J. C., Nagengast, L., & Einhorn, M. (2010). Die Rolle der Kunden im Category Management: Ein Einblick in die mentalen Denkstrukturen von Category Managern. *der markt Journal für Marketing*, 49(2), 69-82.
- Rudolph, T., Bauer, J. C., & Steiner, W. J. (2010). Preis-Promotion-Framing: Ein Überblick zum Stand der Forschung. *Zeitschrift für Betriebswirtschaft*, 80(3), 285-327.
- Wagner, T., & Rudolph, T. (2010). Towards a hierarchical theory of shopping motivation. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 17(5), 415-429, DOI:10.1016/j.jretconser.2010.04.003.
- Wagner, T., Hennig-Thurau, T., & Rudolph, T. (2009). Does Customer Demotion Jeopardize Loyalty. *Journal of Marketing*, 73(3), 69-85, DOI:10.1509/jmkg.73.3.69.
- Rudolph, T., Wagner, T., & Sohl, T. (2009). Kundensegmentierung im Handel: Kaufmotive erkennen und nutzen. *Marketing Review St. Gallen*(4), 34-39.
- Morschett, D., Rudolph, T., Bauer, J. C., Donath, A., & Meise, N. (2009). Retailing in Switzerland - Player, Strategies and Developments. *European Retail Research*, 23(II), 163-190.
- 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., Wagner, T., & Fawcett, S. (2008). Project management in retailing: integrating the behavioral dimension. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 18(3), 325-341.
- Rudolph, T., Emrich, O., Nagengast, L., & Oster, D. (2008). Social Network Analysis - Erkenntnisse für die Markenpositionierung. *Marketing Review St.Gallen*(6), 11-16.
- Rudolph, T., & Kleinschrodt, A. (2007). Preisfairness im Handel: Ein konzeptioneller Überblick. *Thexis*, 24(4), 40-44.
- Rudolph, T., Rosenbloom, B., & Wagner, T. (2004). Barriers to Online Shopping in Switzerland. *Journal of International Consumer Marketing*, 16(3), 55-74.
- Einhorn, M., & Rudolph, T. (2004). Customer Information helps Category Management. *Research World*, 22-23.
- Rudolph, T., & Schweizer, M. (2002). Nostalgie als Erfolgsposition im Hyperwettbewerb?. *Die Unternehmung*, 6, 409-427.
- Rudolph, T., Busch, S., & Busch, A. (2000). Retail Food Failures and Recovery Strategies in Switzerland. *Journal of Marketing Channels*, 3, 69-91.

## habilitation treatise

- Rudolph, T. (1999). *Marktorientiertes Management komplexer Projekte im Handel*, Universität St. Gallen, habilitation treatise. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. - ISBN 3-7910-1383-1.

## thesis

- Rudolph, T. (1993). *Positionierungs- und Profilierungsstrategien im Europäischen Einzelhandel*, Universität St. Gallen, Thesis. St.Gallen: Thexis. - ISBN 3-908535-06-9.

## book

- Rudolph, T. (Ed.), Schlegelmilch, B. (Ed.), Franch, F. (Ed.), Bauer, A. (Ed.), & Meise, N. (Ed.) (2012). *Diversity in European Marketing: Text and Cases*. Wiesbaden: Springer Gabler. - ISBN 978-3-8349-1420-0.
- Rudolph, T. (Ed.), Foscht, T. (Ed.), Morschett, D. (Ed.), Schnedlitz, P. (Ed.), Schramm-Klein, H. (Ed.), & Swoboda, B. (Ed.) (2012). *European Retail Research 2012*. Wiesbaden: Gabler Research. - ISBN 978-3-8349-3411-6.
- Rudolph, T., & Weber, M. (2012). *Mehr Profil durch Kundeninspiration: Eine empirische Studie zu Profilierungsherausforderungen und Inspirationspotenzialen im Schweizer Handel*. St.Gallen: Forschungszentrum für Handelsmanagement. - ISBN 978-3-9523531-9-6.
- Rudolph, T. (Ed.) (2012). *Toward Healthy Snack Choice: The Impact of Self-Regulation and Financial Incentives on Consumers' Food Intake*. Aachen: Shaker Verlag GmbH. - ISBN 978-3-8440-0527-1.
- Rudolph, T. (Ed.) (2011). *Communicating Supply Chain Transparency to Consumers: The Impact of Supply Chain Information Provision on Consumers' Preference and Willingness to Pay*. Aachen: Shaker Verlag GmbH. - ISBN 978-3832299163.

- 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.
- Morschett, D. (Ed.), Rudolph, T. (Ed.), Schnedlitz, P. (Ed.), Schramm-Klein, H. (Ed.), & Swoboda, B. (Ed.) (2011). European Retail Research 2010. Wiesbaden: Gabler Research. - ISBN 978-3-8349-2709-5.
- Morschett, D. (Ed.), Foscht, T. (Ed.), Rudolph, T. (Ed.), Schnedlitz, P. (Ed.), Schramm-Klein, H. (Ed.), & Swoboda, B. (Ed.) (2011). European Retail Research 2011. Wiesbaden: Gabler Reserach. - ISBN 978-3-8349-3093-4.
- Weber, M., & Rudolph, T. (2011). IRM Discountstudie 2011: die Discounter in der Schweiz aus Konsumenten- und Managementsicht - eine Studie des Kompetenzzentrums für Retail Branding am Forschungszentrum für Handelsmanagement der Universität St. Gallen. St. Gallen: Forschungszentrum für Handelsmanagement. - ISBN 978-3-9523531-9-9.
- Rudolph, T., & Weber, M. (2011). Konsumententrends im Schweizer Bekleidungsdetailhandel: Das Branchenprofil 2011. St.Gallen: Forschungszentrum für Handelsmanagement. - ISBN 978-3-9523531-6-5.
- Rudolph, T., & Weber, M. (2011). Konsumententrends im Schweizer Elektronikdetailhandel: Das Branchenprofil 2011. St.Gallen: Forschungszentrum für Handelsmanagement. - ISBN 978-3-9523531-5-8.
- Rudolph, T., & Weber, M. (2011). Konsumententrends im Schweizer Lebensmitteldetailhandel: Das Branchenprofil 2011. St.Gallen: Forschungszentrum für Handelsmanagement. - ISBN 978-3-9523531-4-1.
- Rudolph, T., & Weber, M. (2011). Konsumententrends im Schweizer Möbeldetailhandel: Das Branchenprofil 2011. St. Gallen: Forschungszentrum für Handelsmanagement. - ISBN 978-3-9523531-3-4.
- Rudolph, T., & Weber, M. (2011). Konsumententrends im Schweizer Sportartikeldetailhandel: Das Branchenprofil 2011. St.Gallen: Forschungszentrum für Handelsmanagement. - ISBN 978-3-9523531-7-2.
- Rudolph, T. (Ed.) (2011). Sortimentsoptimierung: Der kombinierte Einsatz von Sortimentsreduktion und -präsentation und seine Auswirkungen auf das Kaufverhalten. Aachen: Shaker Verlag GmbH. - ISBN 978-3832299170.
- Rudolph, T. (Ed.) (2010). Der Schweizer Handel 2010: mit Innovationen wachsen. Aachen: Shaker. - ISBN 978-3-8322-8755-9.
- Schnedlitz, P. (Ed.), Morschett, D. (Ed.), Rudolph, T. (Ed.), Schramm-Klein, H. (Ed.), & Swoboda, B. (Ed.) (2010). European Retail Research. Wiesbaden: Gabler Research. - ISBN 978-3-8349-1923-6.
- Schnedlitz, P. (Ed.), Morschett, D. (Ed.), Rudolph, T. (Ed.), Schramm-Klein, H. (Ed.), & Swoboda, B. (Ed.) (2010). European Retail Research: Volume 24 Issue I: Gabler Research. - ISBN 978-3-8349-2254-0.

- 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.
- Schnedlitz, P. (Ed.), Morschett, D. (Ed.), Rudolph, T. (Ed.), Schramm-Klein, H. (Ed.), & Swoboda, B. (Ed.) (2009). European Retail Research. Wiesbaden: Gabler Research. - ISBN 978-3-8349-1225-1.
- Rudolph, T. (Ed.) (2009). Modernes Handelsmanagement: Eine Einführung in die Handelslehre, 2. überarbeitete und erweiterte Auflage. Stuttgart: Schäffer Poeschel. - ISBN 978-3-7910-2892-7.
- Rudolph, T. (Ed.) (2008). Der Schweizer Handel: Konsumententrends 2008. St. Gallen: Institut für Marketing und Handel. - ISBN 978-3-905819-10-6.
- Swoboda, B. (Ed.), Morschett, D. (Ed.), Rudolph, T. (Ed.), Schnedlitz, P. (Ed.), & Schramm-Klein, H. (Ed.) (2008). European Retail Research. Wiesbaden: Gabler. - ISBN 3834910848.
- Rudolph, T., & Glas, A. (2008). Food Consumption 2008: Ess- und Verzehrverhalten in der Schweiz. St. Gallen: Thexis. - ISBN 978-3-905819-11-3.
- Rudolph, T., Looock, M., & Kleinschrodt, A. (2008). Strategisches Handelsmanagement: Grundlagen für den Erfolg auf internationalen Handelsmärkten. Aachen: Shaker Verlag. - ISBN 3832275185.
- 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.
- Rudolph, T. (Ed.), Drenth, R. (Ed.), & Meise, N. (Ed.) (2007). Kompetenzen für Supply Chain Manager. Berlin: Springer. - ISBN 3-540-46492-1.
- Rudolph, T. (Ed.), & Schweizer, M. (Ed.) (2006). Das Discount-Phänomen: eine 360-Grad-Betrachtung. Zürich: Verlag Neue Zürcher Zeitung. - ISBN 3-03823-180-0.
- Rudolph, T. (Ed.) (2006). Der Schweizer Handel - Konsumententrends 2006. St. Gallen: Thexis. - ISBN 3-908545-99-4.
- Rudolph, T., & Becker, K. (2005). Food Consumption 2005 – Ess- und Verzehrverhalten in der Schweiz. St. Gallen: Thexis. - ISBN 3-908545-97-8.
- Rudolph, T. (2005). Modernes Handelsmanagement: Eine Einführung in die Handelslehre. München: Pearson Studium. - ISBN 3-8273-7188-0.
- Schweizer, M., & Rudolph, T. (2004). Wenn Käufer streiken. Mit klarem Profil gegen Consumer Confusion und Kaufmüdigkeit. Wiesbaden: Gabler. - ISBN 3-409-12677-5.
- Rudolph, T., & Becker, K., Belz, C. (Ed.), Tomczak, T. (Ed.), & Rudolph, T. (Ed.) (2003). Food Consumption 2003 – Ess- und Verzehrverhalten in der Schweiz. St. Gallen: Thexis. - ISBN 978-3-908545-86-6.
- Schmickler, M., & Rudolph, T. (2002). Erfolgreiche ECR Kooperationen, Vertikales Marketing zwischen Industrie und Handel. Neuwied: Luchterhand. - ISBN 3-472-04971-5.
- Belz, C. (Ed.), Kernstock, J. (Ed.), Reinecke, S. (Ed.), Reinhold, M. (Ed.), Rudolph, T. (Ed.), Schögel, M. (Ed.), Senn, C. (Ed.), & Tomczak, T. (Ed.) (2000). Marketing Change. St. Gallen: Thexis. - ISBN 3-908545-58-3.

- Belz, C., Kernstock, J., Reinecke, S., Reinhold, M., Rudolph, T., Schögel, M., Senn, C., & Tomczak, T. (2000). Neue Strategien und Antworten zum Marketing-Change. St.Gallen: Thexis.
- Belz, C. (Ed.), & Rudolph, T. (Ed.) (1997). Handelsdynamik - Kompetenz für Marketing-Innovationen. St. Gallen: Thexis. - ISBN 978-3908545255.
- Rudolph, T. (1997). Profilieren mit Methode: Von der Positionierung zum Markterfolg. Frankfurt am Main/New York: Campus. - ISBN 3-593-35660-0.
- Tomczak, T. (Ed.), Rudolph, T. (Ed.), & Roosdorp, A. (Ed.) (1996). Positionierung - Kernentscheidung des Marketing. St. Gallen: Thexis. - ISBN 3908545187.
- Rudolph, T. (1994). Wie finde ich den richtigen Managementnachwuchs für mein Unternehmen. St. Gallen: Thexis. - ISBN 3-908545-15-3.
- Rudolph, T., Weinhold, H., & Belz, C. (1993). Erfolgreiche Profilierungskonzepte für den Einzelhandel in Europa. Rüschtikon: GDI-Schrift Nr. 83.
- Belz, C., & Rudolph, T. (1992). Nachwuchskräfte-Entwicklung im Handel. Rüschtikon: GDI.
- Rudolph, T., & Belz, C. (1992). Personalmarketing im Handel. Rüschtikon/Schweiz: Schriftenreihe des Gottlieb Duttweiler Instituts.
- Weinhold, H., Belz, C., & Rudolph, T. (1991). Auswirkungen der Europäisierung auf den Einzelhandel in der Schweiz. Chur/Zürich: Verlag Rüegger. - ISBN 3725304327.

## book chapter

- Rudolph, T., & Böttger, T. (2012). Gottlieb Duttweiler: Marketing-Genie und Pionier. In *Marketeers: Macher, Manager und Magnaten* (pp. 67-79). St.Gallen: Thexis. - ISBN 978-3-905819-19-9.
- Rudolph, T., & Meise, N. (2011). Modern Retail Management: Apple's iPhone Distribution Strategy. In *Fallstudien zum Internationalen Management* (pp. 562-574): Gabler Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH. - ISBN 978-3-8349-2967-9.
- Rudolph, T., & Hoedl, J. (2010). Innovationsmanagement im Handel: Welche Bedeutung kommt dem Innovationsmanagement in Zeiten der Wirtschaftskrise zu?. In *Der Schweizer Handel 2010 - Mit Innovationen wachsen* (pp. 16-18). Aachen: Shaker Verlag. - ISBN 978-3-8322-8755-9.
- Rudolph, T., & Hoedl, J. (2010). Innovationsmanagement im Handel: Welche Fragen stehen im Mittelpunkt der Innovations-Literatur und welche Empfehlungen sind zu beobachten?. In *Der Schweizer Handel 2010 - Mit Innovationen wachsen* (pp. 19-27). Aachen: Shaker Verlag. - ISBN 978-3-8322-8755-9.
- Rudolph, T. (2010). Innovationsmanagement im Handel: Welche Managementüberzeugungen bremsen den Innovationserfolg?. In *Der Schweizer Handel 2010 - Mit Innovationen wachsen* (pp. 9-15). Aachen: Shaker Verlag. - ISBN 978-3-8322-8755-9.
- 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., & Sohl, T. (2010). Innovationspfade für den Handel: Welche Innovationspfade führen zum Erfolg?. In *Der Schweizer Handel 2010 - Mit Innovationen wachsen* (pp. 107-114). Aachen: Shaker. - ISBN 978-3-8322-8755-9.
- Rudolph, T., Nagengast, L., & Heidemann, C. (2010). Veränderungen im Konsumentenverhalten: Welche Innovationshinweise ergeben sich aus dem Kaufverhalten. In *Der Schweizer Handel 2010 - Mit Innovationen wachsen* (pp. 29-66). Aachen: Shaker Verlag. - ISBN 978-3-83322-8755-9.
- Rudolph, T., Sohl, T., Hoedl, J., & Bauer, J. C. (2010). Veränderungen im Konsumentenverhalten: Wie ist die Akzeptanz von Serviceinnovationen?. In *Der Schweizer Handel - Mit Innovationen wachsen* (pp. 85-97). Aachen: Shaker. - ISBN 978-3-83322-8755-9.
- Rudolph, T., & Weber, M. (2010). Veränderungen im Konsumentenverhalten: Wie kann der Handel auf das zunehmende Sparverhalten der Konsumenten reagieren?. In *Der Schweizer Handel 2010 - Mit Innovationen wachsen* (pp. 67-84). Aachen: Shaker Verlag. - ISBN 978-3-8322-8755-9.
- Rudolph, T., Heidemann, C., Nagengast, L., & Weber, M. (2008). Branchenüberblick. In Rudolph, T. (Eds.), *Der Schweizer Handel: Konsumententrends 2008* (pp. 12-38). St. Gallen: Institut für Marketing und Handel. - ISBN 978-3-905819-10-6.
- Rudolph, T., & Kotouc, A. J. (2008). Category Management. In *Lexikon der Betriebswirtschaftslehre* (pp. 188-195). München Wien: Oldenbourg.
- 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., Nagengast, L., & Sohl, T. (2008). Der Markteintritt von Lidl in den Schweizer Lebensmitteldetailhandel: Expertenmeinungen über potentielle Auswirkungen auf die Branchenstruktur. In Rudolph, T. (Eds.), *Der Schweizer Handel - Konsumententrends 2008* (pp. 232-256). St. Gallen: Institut für Marketing und Handel, Universität St. Gallen. - ISBN 978-3-905819-10-6.
- Rudolph, T., & Weber, M. (2008). Konsumententrends im Möbeldetailhandel. In *Jahrbuch der Schweizer Möbelindustrie* (pp. 68-92). Lotzwil: Verband der Schweizer Möbelindustrie.
- 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., & Bauer, J. C. (2008). Lebensmitteldetailhandel. In Rudolph, T. (Eds.), *Der Schweizer Handel: Konsumententrends 2008* (pp. 40-76). St. Gallen: Institut für Marketing und Handel (gdl.sekretariat@unisg.ch). - ISBN 978-3-905819-10-6.
- Rudolph, T., & Weber, M. (2008). Möbeldetailhandel. In Rudolph, T. (Eds.), *Der Schweizer Handel: Konsumententrends 2008* (pp. 78-125). St. Gallen: Institut für Marketing und Handel (gdl.sekretariat@unisg.ch). - ISBN 978-3-905819-10-6.
- Rudolph, T., Meise, N., & Sohl, T. (2008). Schweiz - Ruhestörung oder viel Lärm um nichts?. In Bosshart, D., & Kühne, M. (Eds.), *Discount Forever - Wie sich der Lebensmittel-Discount auf neue Realitäten einstellt* (pp. 33-38). Rüslikon: Gottlieb Duttweiler Institut. - ISBN 978-3-7184-7041-9.

- Rudolph, T., & Heidemann, C. (2008). Sportdetailhandel. In Rudolph, T. (Eds.), *Der Schweizer Handel: Konsumententrends 2008* (pp. 126-155). St. Gallen: Institut für Marketing und Handel (gdl.sekretariat@unisg.ch). - ISBN 978-3-905819-10-6.
- Rudolph, T., & Nagengast, L. (2008). Textildetailhandel. In Rudolph, T. (Eds.), *Der Schweizer Handel: Konsumententrends 2008* (pp. 156-195). St. Gallen: Institut für Marketing und Handel (gdl.sekretariat@unisg.ch). - ISBN 978-3-905819-10-6.
- 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. (2007). Die Sortimentsreduktion im Rahmen der strategischen Sortimentsgestaltung - Mehrwert für Händler und Nachfrager durch optimierte Sortimente. In Hoffmann, E., & Mattmüller, R. (Eds.), *Wertorientiertes Marketing* (pp. 173-188). Frankfurt am Main: Frankfurter Allgemeine Buch. - ISBN 978-3-89981-147-6.
- 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.
- Rudolph, T., Drenth, R., & Meise, N. (2007). Herausforderungen an die Kompetenzen moderner Supply Chain Manager. In Rudolph, T., Drenth, R., & Meise, N. (Eds.), *Kompetenzen für Supply Chain Manager* (pp. 1-29). Berlin: Springer. - ISBN 978-3-540-46492-1.
- Rudolph, T., & Kotouc, A. J. (2007). Konsumentenreaktionen auf eine Sortimentreduktion. In Schmuckl, M., & Toporowski, W. (Eds.), *Theoretische Fundierung und praktische Relevanz der Handelsforschung* (pp. 169-192). München: Gabler. - ISBN 978-3-8350-0702-4.
- Rudolph, T., Heidemann, C., Kleinschrodt, A., Meise, N., & Ness, O. (2006). Branchenüberblick. In Rudolph, T. (Eds.), *Der Schweizer Handel - Konsumententrends 2006* (pp. 3-41). St. Gallen: Thexis. - ISBN 3908545994.
- Rudolph, T., Kleinschrodt, A., & Müller, C. (2006). Consumer Electronics-Handel. In Rudolph, T. (Eds.), *Der Schweizer Handel - Konsumententrends 2006* (pp. 195-227). St. Gallen: Thexis. - ISBN 3908545994.
- Rudolph, T., & Schweizer, M. (2006). Customer Value im Handel. In Belz, C., & Bieger, T. (Eds.), *Customer Value: Kundenvorteile schaffen Unternehmensvorteile* (pp. 497-539). Landsberg am Lech: mi-Fachverlag, Redline GmbH. - ISBN 3-636-03081-7.
- Rudolph, T., & Kleinschrodt, A. (2006). Geschäftsmodelle im Discountzeitalter. In Burmann, C., Freiling, J., & Hülsmann, M. (Eds.), *Neue Perspektiven des Strategischen Kompetenz-Managements* (pp. 505-527). Wiesbaden: DUV. - ISBN 3835004719.
- Rudolph, T., & Loos, J. (2006). Internationalisierung der Beschaffung - Die zunehmende Bedeutung des Multi-Channel Sourcing. In Zentes, J. (Eds.), *Handbuch Handel: Strategien - Perspektiven - Internationaler Wettbewerb* (pp. 717-734). Wiesbaden: Gabler. - ISBN 978-3409142984.
- Rudolph, T., Ness, O., & Krucker, U. (2006). Lebensmittelhandel. In Rudolph, T. (Eds.), *Der Schweizer Handel - Konsumententrends 2006* (pp. 43-82). St. Gallen: Thexis. - ISBN 3908545994.

- Rudolph, T., Meise, N., & Scharfenstein, S. (2006). Möbelhandel. In Rudolph, T. (Eds.), *Der Schweizer Handel - Konsumententrends 2006* (pp. 83-128). St. Gallen: Thexis. - ISBN 3908545994.
- Rudolph, T., & Kotouc, A. J. (2006). Sortimentreduktion. In Häberle, S. (Eds.), *Fachlexikon Marketingforschung*. München: Gabler.
- Rudolph, T., Heidemann, C., & Müller, C. (2006). Sporthandel. In Rudolph, T. (Eds.), *Der Schweizer Handel - Konsumententrends 2006* (pp. 129-156). St. Gallen: Thexis. - ISBN 3908545994.
- Rudolph, T., Kleinschrodt, A., & Scharfenstein, S. (2006). Textilhandel. In Rudolph, T. (Eds.), *Der Schweizer Handel - Konsumententrends 2006* (pp. 157-194). St. Gallen: Thexis. - ISBN 3908545994.
- Rudolph, T., & Schweizer, M. (2004). Customer Value im Handel. In Belz, C., & Bieger, T. (Eds.), *Customer-Value: Kundenvorteile schaffen Unternehmensvorteile* (pp. 486-526). St. Gallen: Thexis. - ISBN 978-3636030214.
- Rudolph, T., & Schröder, T. (2004). Genderspezifisch begründete Unterschiede im Einkaufsverhalten von Mann und Frau - Eine genderspezifische Analyse der Ergebnisse von Online-Studien zum Internetverhalten. In Bauer, H. H., Neumann, M. M., & Rösger, J. (Eds.), *Konsumentenverhalten im Internet* (pp. 160-172). München: Vahlen. - ISBN 978-3800630349.
- Rudolph, T. (2004). Generische Markenstrategie des Handels. In Bruhn, M. (Eds.), *Handbuch Markenführung* (pp. 975-994). Wiesbaden: Gabler. - ISBN 978-3409119689.
- Rudolph, T., & Schmickler, M. (2003). Category-Management-Projekte zum Erfolg führen. In Ahlert, D., Olbrich, R., & Schröder, H. (Eds.), *Jahrbuch Vertriebs- und Handelsmanagement* (pp. 319-333). Frankfurt: Deutscher Fachverlag. - ISBN 978-3871508301.
- Rudolph, T., & Einhorn, M. (2003). Mit Strategie gegen Informationsüberfluss im Handel. In Trommsdorff, V. (Eds.), *Neue Erkenntnisse für Praxis und Wissenschaft des Handels* (pp. 317-335). Köln: BBE-Verlag. - ISBN 3-935-11853-8.
- Rudolph, T., & Wagner, T. (2003). Preisimage-Politik im Handel. In Diller, H., & Herrmann, A. (Eds.), *Handbuch Preispolitik: Strategien - Planung - Organisation - Umsetzung* (pp. 177-198). Wiesbaden: Gabler. - ISBN 978-3409122856.
- Rudolph, T., Wagner, T., & Pruyn, A. (2002). Die Kasse als Engpassfaktor: Zur Lösung des Warteschlangenproblems im Handel. In Hinterhuber, H. H., & Stahl, H. K. (Eds.), *Erfolg durch Dienen?* (pp. 356-375). Renningen: Expert Verlag. - ISBN 978-3816921127.
- Rudolph, T., & Schmickler, M. (2002). Efficient Consumer Response. In Poth, L. G., & Poth, G. S. (Eds.), *Marketing* (pp. 1-82). Neuwied: Luchterhand Verlag.
- Rudolph, T., & Busch, S. (2002). Grosshandel und E-Commerce. In Zentes, J., Swoboda, B., & Morschett, D. (Eds.), *B2B-Handel* (pp. 95-119). Frankfurt: Deutscher Fachverlag. - ISBN 978-3871507984.
- Rudolph, T., Busch, S., & Wagner, T. (2002). Kaufbarrieren im Online-Handel aus Kundensicht. In Ahlert, D., Olbrich, R., & Schröder, H. (Eds.), *Jahrbuch Handelsmanagement 2002*. Frankfurt: Deutscher Fachverlag. - ISBN 978-3871508165.
- Rudolph, T. (2001). 50 Jahre EHI - Impulsgeber für den Wandel. In Hallier, B. (Eds.), *Praxisorientierte Handelsforschung* (pp. 180-180). Köln: EHI-EuroHandelsinstitut.

- Rudolph, T., Finsterwalder, J., & Busch, S. (2001). Dienstleister Internet – Empirische Ergebnisse des Internetnutzungsverhaltens in der Schweiz. In Trommsdorff, V. (Eds.), *Handelsforschung 2000/2001, Jahrbuch der Forschungsstelle für den Handel Berlin (FfH)* (pp. 325-343). Wiesbaden: Gabler.
- Rudolph, T., & Schmickler, M. (2000). Integriertes Category Management. In Forscht, T., Jungwirth, G., & Schnedlitz, P. (Eds.), *Zukunftsperspektiven für das Handelsmanagement* (pp. 202-217). Frankfurt: Deutscher Fachverlag. - ISBN 978-3871507144.
- Rudolph, T., & Schmickler, M. (2000). Qualität von Serviceleistungen im Lebensmitteleinzelhandel. In Belz, C., & Bieger, T. (Eds.), *Dienstleistungskompetenz und innovative Geschäftsmodelle* (pp. 310–328). St. Gallen: Thexis. - ISBN 978-3908545545.
- Rudolph, T. (2000). Zehn Thesen zur Internationalisierung im Handel. In Dubno, S., & Kaiser, S. (Eds.), *GDI-Impuls, Sondernummer zur 50. Internationalen Handelstagung* (pp. 10-11). Rüslikon: GDI.
- Rudolph, T., & Schmickler, M. (1999). Ansatzpunkte zur Steigerung der Leistungsqualität am Point of Sales - Ergebnisse einer empirischen Studie zur Wahrnehmung der Leistungsqualität in SB-Warenhäusern. In Trommsdorff, V. (Eds.), *Handelsforschung 1999/2000 - Jahrbuch der Forschungsstelle für den Handel Berlin (FfH)* (pp. 141-161). Wiesbaden: Gabler.
- Rudolph, T. (1998). Lebensmittelhandel 2005. In Belz, C. (Eds.), *Management-Szenarien 2005* (pp. 112-114). St. Galen: Thexis.
- Rudolph, T. (1998). Projektmanagement – ein vielversprechender Ansatz zur Förderung von Innovation im Handel. In Trommsdorff, V. (Eds.), *Handelsforschung 1998/99 – Jahrbuch der Forschungsstelle für den Handel Berlin (FfH)* (pp. 341-355). Wiesbaden: Gabler.
- Rudolph, T. (1997). Profilierung und Rationalisierung im Handel. In Belz, C., & Rudolph, T. (Eds.), *Handelsdynamik - Kompetenz für Marketing-Innovationen* (pp. 12-27). St. Gallen: Thexis. - ISBN 978-3908545255.
- Rudolph, T., & Dautzenberg, P. (1996). Die Positionierung von Betriebstypen in Verbundgruppen. In Trommsdorff, V. (Eds.), *Handelsforschung 1996/97, Positionierung des Handels* (pp. 109-123). Wiesbaden: Gabler. - ISBN 978-3409135108.
- Rudolph, T. (1996). Erfolgversprechende Positionen in Handel und Gastronomie marktgerecht profilieren. In Tomczak, T., Rudolph, T., & Roosdorp, A. (Eds.), *Positionierung - Kernentscheidung des Marketing* (pp. 180-194). St. Gallen: Thexis. - ISBN 978-3908545187.
- Rudolph, T. (1994). Die Kundenzufriedenheit mit dem Leistungsangebot von Verkaufsstellen in Deutschland, England und der Schweiz. In Tomczak, T., & Belz, C. (Eds.), *Kundennähe realisieren - Ideen, Konzepte, Methoden, Erfahrungen* (pp. 279 - 291). St. Gallen: Thexis. - ISBN 978-3908545026.
- Rudolph, T. (1994). Marktforschung als Grundlage für Profilierungserfolge im Einzelhandel. In Tomczak, T., & Reinecke, S. (Eds.), *Marktforschung* (pp. 160-170). St. Gallen: Thexis. - ISBN 978-3908545095.
- Rudolph, T., Belz, C., & Weinhold, H. (1992). Auswirkungen der Europäisierung auf den Einzelhandel in der Schweiz. In Trommsdorff, V. (Eds.), *Handelsforschung 1992/93, Handel im integrierten Europa* (pp. 59-77). Wiesbaden: Gabler. - ISBN 978-3409133944.

## conference paper

- Sohl, T., Vroom, G., & Rudolph, T. (2012). Dynamic Performance Effects of Diversification into Emerging Markets: Evidence from the Retailing Industry. In : SMS.
- Bauer, J. C., Morwitz, V. G. ., & Rudolph, T. (2012). When Desire Is Stronger Than Debt Aversion: Enticing Consumers With Interest-Free Financing Deals. In : Society for Consumer Psychology (SCP).
- Bauer, J. C., Morwitz, V. G. ., & Rudolph, T. (2012). When Desire Is Stronger Than Debt Aversion: Enticing Consumers With Interest-Free Financing Deals. In : Society for Consumer Psychology (SCP).
- Rudolph, T., & Sohl, T. (2011). Assortment Diversification and the Trade-Off between Sales Growth and Profit Maximization. In American Marketing Association Summer Educators' Conference.
- Rudolph, T., & Sohl, T. (2011). Assortment Diversification in the Retail Industry: The Impact on Market-based and Accounting-based Performance. In : INFORMS Marketing Science Conference.
- Rudolph, T., Hoedl, J., & Sohl, T. (2011). Consumers' Self-Scanning Adoption: The Role of Personal and Situational Factors. In .
- Sohl, T., Vroom, G., & Rudolph, T. (2011). International Diversification and Firm Performance: The Moderating Role of Ownership Structure. In : SMS 31st Annual International Conference.
- Sohl, T., & Rudolph, T. (2011). Retail Format Portfolio Strategy and Firm Performance: A Longitudinal Study. In : European Marketing Academy (EMAC): Finalist for the "Best Paper Award based on a Doctoral Dissertation".
- Emrich, O., Paul, M., & Rudolph, T. (2011). The Impact of Multichannel Integration on Choice. In , pp.20: American Marketing Association (AMA).
- Sohl, T., & Rudolph, T. (2011). The Performance Implications of Related and Unrelated Within-Industry Diversification. In SMS 31st Annual International Conference.
- 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., & Sohl, T. (2010). Managerial Resistance to Divest: The Role of Psychological Inhibitors in the Formation of Divestiture Decisions. In , pp.22: European Academy of Management.
- Rudolph, T., Emrich, O., & Hemetsberger, A. (2010). Motivational directions in "fun"-oriented online behavior. In , pp.9: European Marketing Association.
- Rudolph, T., Glas, A., & Kenning, P. (2010). Overweight and Self-Control Failure: Is There a Way ou?. In , pp.3: ACR.
- 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., & Sohl, T. (2009). How Should Retailers Behave in Category Captain Arrangements? A Game-Theoretic Analysis. In , pp.22: 15th conference of the European Association for Education and Research in Commercial Distribution.
- 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.
- Paul, M., Hennig-Thurau, T., & Rudolph, T. (2008). How to Allocate Marketing Resources across Multiple Service Channels? A Customer Value Approach. In , pp.1: University of Rostock.
- Paul, M., Hennig-Thurau, T., & Rudolph, T. (2008). Identifying the Right Mix of Bricks and Clicks: Customer Equity Maximizing Multichannel Strategies for Service Firms. In , pp.1: University of Liverpool.
- Paul, M., Hennig-Thurau, T., & Rudolph, T. (2008). Using Customer Equity to Determine Optimal Multi-Channel Strategies. In American Marketing Association, pp.443-444: American Marketing Association.
- Kotouc, A. J., & Rudolph, T. (2007). Assortment Image. The Consumer Perspective of an Assortment. In EAERCD Proceedings.
- Rudolph, T., Wagner, T., & Schweizer, M. (2005). Assessing the Hierarchical Dimension of Shopping Motivation. In .
- Rudolph, T., & Kleinschrodt, A. (2005). Geschäftsmodelle im Discountzeitalter. In 4. Symposium zum Strategischen Kompetenz-Management: Denkanstöße und neue Perspektiven, pp.21: Universität Bremen.
- Schweizer, M., Kotouc, A. J., Wagner, T., & Rudolph, T. (2005). Scale Development for Consumer Confusion. In ACR.
- Rudolph, T., Schweizer, M., & Wagner, T. (2004). Consumer Confusion in Retail Environments: An Adoption of the MR Model. In .
- Rudolph, T., Drenth, R., & Einhorn, M. (2004). Reducing Cognitive Barriers to Effective Retail Supply Chain Management - An Inquiry into the Category Manager's Mind. In .
- Rudolph, T., Wagner, T., & Schweizer, M. (2004). Rethinking Consumer Shopping Motivation: Integrating the Hierarchical Dimension. In .
- Einhorn, M., Rudolph, T., & Drenth, R. (2004). What customer information do category managers need? An inquiry into category manager's mind. In Excellence in International Research 2004, pp.373-394. Amsterdam: ESOMAR.
- Einhorn, M., & Rudolph, T. (2003). What Customer Information do Category Managers need?: An inquiry into the category manager's mind. In , pp.26-28: ESOMAR.
- Rudolph, T., Schweizer, M., & Wagner, T. (2002). Linking Personality Traits with Customers' In-Store Choice Behaviour: Conceptual Findings of a Two Step Segmentation Process. In .
- Rudolph, T., & Rosenbloom, B. (2002). Multi-Channel Strategies in a Global Environment. In .
- Rudolph, T., Busch, S., & Wagner, T. (2001). Barriers to Buying: Online Retailing from the Consumer's Perspective. In .

- Rudolph, T., & Rosenbloom, B. (2001). Channel Paradigms in the Global E-Commerce Environment A Comparative Perspective. In .
- Rudolph, T., & Busch, S. (2000). Implementing Business Models in International Retailing. In .
- Rudolph, T., & Busch, S. (2000). Swiss online retailing: following the American lead?. In .
- Rudolph, T., & Busch, S. (1999). Entry Strategies in European Retailing. In EAERCD Proceedings.

## book review

- Rudolph, T. (2007). Book Review: Retailing in the 21st Century: Current and Future Trends (edited by Manfred Krafft and Murali Mantrala). *Journal of Marketing*, 71(1), online.

## digital resource

- Weber, M. (Ed.), & Rudolph, T. (Ed.) (12.2011). IRM Weihnachtsstudie 2011 - Konsumentenverhalten im Weihnachtsgeschäft. St.Gallen: Forschungszentrum für Handelsmanagement.
- Rudolph, T. (Ed.), & Weber, M. (Ed.) (12.2010). IRM Weihnachtsstudie 2010 - Konsumentenverhalten im Weihnachtsgeschäft. St.Gallen: Forschungszentrum für Handelsmanagement.
- Rudolph, T. (Ed.), Weber, M. (Ed.), & Bauer, J. C. (Ed.) (12.2009). IRM Weihnachtsstudie 2009 - Konsumentenverhalten im Weihnachtsgeschäft. St.Gallen: Forschungszentrum für Handelsmanagement.

## case study

- Rudolph, T. (2008). Lands' End's entry into Germany: Successful coordination of strategy, organization and behavior. Wiesbaden: Gabler.
- Rudolph, T. (2004). Lands' End's entry into Germany: Successful coordination of strategy, organization and behavior. Wiesbaden: Gabler.
- Rudolph, T. (2003). Case 14: Aldi; Superior Consumer Value through Strategic Channel Alliances: South-Western Pub.
- Rudolph, T., & Busch, S. (2000). Cumulus: the development of a loyalty card scheme. A European casebook. London: John Wiley & Sons.
- Rudolph, T. (1999). Lands' End's entry into Germany – Successful coordination of strategy, organization and behaviour. Wiesbaden: Gabler.
- Belz, C., Rudolph, T., & Schindler, H. (1997). MediaMarkt: The price-active market entry into Switzerland. London: Sage Publications.
- Belz, C., Rudolph, T., & Schindler, H. (1997). The MediaMarkt Case. London: Sage Publications.

## discussion paper

Rudolph, T., & Glas, A. (2008). Welche Motive steuern das Essverhalten der Schweizer Konsumenten?. 2. Schweizer Social Change Forum: K.M. Marketing AG.

## working paper

Brunner, F., & Rudolph, T. (2012). Cross-Channel Management: Drei Kernthesen zur erfolgreichen Harmonisierung der Online- und Offline-Kanäle im Einzelhandel: Forschungszentrum für Handelsmanagement (Universität St.Gallen).

Brunner, F., & Rudolph, T. (2012). Kundenversther, Netzwerker und Prozessexperten: Mit welchen Schlüsselkomptenzen modernes Handelsmanagement zum Erfolg führt: Forschungszentrum für Handelsmanagement (Universität St.Gallen).

Berka, M., Devereux, M. B., & Rudolph, T. (2011). Price Setting in a Leading Swiss Online Supermarket. Cambridge, MA: NBER National Bureau of Economic Research.

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.

Rudolph, T., & Runco, M. (2006). Das Image von Handelsunternehmen bei Hochschulabsolventen: Ansätze zur gezielten Verbesserung der Zusammenarbeit zwischen Retailer und Universität.

Rudolph, T., Krucker, U., & Ness, O. (2005). HSG-Sparstudie: Wie Konsumenten beim Lebensmitteleinkauf am meisten sparen können. Eine Studie des Gottlieb Duttweiler Lehrstuhls für Internationales Handelsmanagement.

Rudolph, T., & Kleinschrodt, A. (2005). Strategisches Handelmanagement in umkämpften Handelsmärkten: Institut für Marketing und Handel, Universität St. Gallen.

Rudolph, T., Meise, N., & Bauer, J. C. (2005). Update zur HSG-Sparstudie: Wie Konsumenten beim Lebensmitteleinkauf am meisten sparen können. Eine Studie des Gottlieb Duttweiler Lehrstuhls für Internationales Handelsmanagement.

Rudolph, T., & Schröder, T. (2004). Internetnutzung Schweiz 2004. St. Gallen: Thexis.

Meyer, A., & Rudolph, T. (2001). Wettbewerb im schweizerischen Bekleidungsdetailhandel. Fachbericht für Marketing. St. Gallen: Thexis.

Rudolph, T. (2000). Erfolgreiche Geschäftsmodelle im europäischen Handel: Ausmass, Formen und Konsequenzen der Internationalisierung für das Handelsmanagement. Fachbericht für Marketing. St. Gallen: Thexis.

Rudolph, T. (1996). Trends im Kaufverhalten - Ansatzpunkte für ein erfolgreiches Handelsmanagement. Fachbericht für Marketing. St. Gallen: Thexis.

Rudolph, T., & Weinhold, H. (1994). Erfolgreiche Profilierungskonzepte für den Einzelhandel in Europa. Rüslikon: GDI.

## working report

(2008). Bericht: St. Galler Handelstag 2008.

Rudolph, T. (2007). Erfolgreicher Start: Press release:.

Rudolph, T. (2007). University of St.Gallen joins forces with leading European Retailer: Institute of Marketing and Retailing introduces Retail-Lab: Press release.

(2005). Ergebnisse und Projekte der Marketingforschung am Institut für Marketing und Handel: Fachbericht für Marketing. St. Gallen: Thexis.

(2003). Ergebnisse und Projekte der Marketingforschung am Institut für Marketing und Handel: Fachbericht für Marketing. St. Gallen: Thexis.

Rudolph, T., & Löffler, C. (2003). Internetnutzung Schweiz 2003. Eine Studie des Gottlieb Duttweiler Lehrstuhls für Internationales Handelsmanagement: Empirische Studie.

Rudolph, T., & Schweizer, M. (2001). Die Handelsbranche im Fokus der High Potentials von Morgen. Eine Studie des Gottlieb Duttweiler Lehrstuhls für Internationales Handelsmanagement: Empirische Studie. St. Gallen.

Rudolph, T., & Löffler, C. (2001). Fulfilment-Studie 2001. Eine Studie des Gottlieb Duttweiler Lehrstuhls für Internationales Handelsmanagement: Empirische Studie. St. Gallen.

Rudolph, T., & Löffler, C. (2001). Internetnutzung Schweiz 2001. Eine Studie des Gottlieb Duttweiler Lehrstuhls für Internationales Handelsmanagement: Empirische Studie.

(2000). Ergebnisse und Projekte der Marketingforschung am Institut für Marketing und Handel: Fachbericht für Marketing. St. Gallen: Thexis.

Rudolph, T., Löffler, C., & Busch, S. (2000). Internetnutzung Schweiz 2000. Eine Studie des Gottlieb Duttweiler Lehrstuhls für Internationales Handelsmanagement: Empirische Studie.

(1997). Ergebnisse und Projekte der Marketingforschung am Forschungsinstitut für Absatz und Handel: Fachbericht für Marketing. St. Gallen: Thexis.

(1995). Ergebnisse und Projekte der Marketingforschung am Forschungsinstitut für Absatz und Handel: Fachbericht für Marketing. St. Gallen: Thexis.

## article

Rudolph, T., & Weber, M. (2012). Kundeninspiration als Umsatztreiber. HANDEL HEUTE, 1, 2.

Rudolph, T. (2011). Markenstrategien aus der Sicht des Herstellers. GEM Markenstrategien im Spannungsfeld Hersteller - Handel, 15, 14- 27.

Rudolph, T. (2011). Shopping-Lethargie?. HSGBlatt, 6, 1.

Rudolph, T., & Sohl, T. (2010). Kaufverhaltensänderungen erkennen. das marketingjournal - marke41, Sonderheft Handelsmarketing(2), 26-29.

- Rudolph, T., & Meise, N. (2010). Mehrwert durch Transparenz kommunizieren. *Marketing Review* St. Gallen, 3/3010, 15-19.
- Rudolph, T., & Sohl, T. (2010). Nahversorgung Quo Vadis?: Konsumtrends 2010. *BWGZ (Die Gemeinde)*, 12(133), 2.
- Rudolph, T., Sohl, T., & Hoedl, J. (2010). Schweizer mögen Self-Scanning. *rt retail technology*, 2, 31.
- Rudolph, T., & Glas, A. (2010). Veränderungen im Essverhalten: Anforderungen an Verkaufskonzepte im Lebensmittelhandel. *marke41 das marketingjournal*, 2, 82-87.
- Rudolph, T., & Emrich, O. (2009). Mit dem Online-Vertriebskanal weiter wachsen. *accept*, 02/09, 2.
- Rudolph, T. (2009). Preismanagement im Handel: Woran kleine Unternehmen denken sollten. *ku - Führung von Kleinunternehmen*, 02, 13-18.
- Rudolph, T., & Heidemann, C. (2008). Der Schweizer Detailhandel in der Ostschweiz: Konsumententrends 2008. *Wirtschaftsinformation Region Schaffhausen*, 17-32.
- Rudolph, T., Emrich, O., & Heidemann, C. (2008). Konsumtrends 2008: Der Preiskrieg ist vorbei. *Handel Heute*, 1(Februar/März 2008), 70-73.
- Rudolph, T., & Glas, A. (2008). Weniger Zeit fürs Essen. *GastroFacts*, 1/08, 44-47.
- Rudolph, T. (2007). Aktuelle Trends im Handel - Einkaufsmöglichkeiten im Internet im Bewusstsein der Konsumenten. *Marketing Journal*, 6, 24-26.
- Rudolph, T., Meise, N., & Emrich, O. (2007). HSG-Studie zeigt: Konsumorientierte Onlinenutzung ist auf dem Vormarsch. *Netzwoche*(10).
- Rudolph, T. (2007). Kunden konsequenter in den Mittelpunkt stellen (Interview). *UP Weiterbildung im Detailhandel*, 01, 4-6.
- Rudolph, T., & Runco, M. (2007). Talent-Labor für den Detailhandel. *Handel heute*, 1, 77-79.
- Rudolph, T., & Kotouc, A. J. (2006). Das Sortiment aus Verbrauchersicht. *Thesis*(2), 2-7.
- Rudolph, T. (2006). Die Drei Trends im Detailhandel. *Persönlich: die Zeitschrift für Unternehmensführung, Marketing und Kommunikation*(5), 36-38.
- Rudolph, T. (2006). Erfolgreiche Geschäftsmodelle im Detailhandel. *Die Volkswirtschaft: das Magazin für Wirtschaftspolitik*, 6, 10-23.
- Rudolph, T., & Bauer, J. C. (2006). Was sind die Erfolgsfaktoren im schweizerischen Möbeldetailhandel. *Interieur*(9), 25-28.
- Rudolph, T. (2006). Was wird aus dem Detailhandel?. *St. Galler Tagblatt*.
- Kotouc, A. J., & Rudolph, T. (2006). Wenn weniger wirklich mehr ist. *Absatzwirtschaft: Zeitschrift für Marketing*, 12, 30-35.
- Rudolph, T., & Kotouc, A. J. (2005). Das optimale Sortiment aus Kundensicht. *Harvard Business Manager*, 64-73.
- Schweizer, M., & Rudolph, T. (2005). Mit Methode gegen Kundenverwirrung. *Marketing & Kommunikation*, 3, 21-22.

- Rudolph, T., Kotouc, A. J., & Schweizer, M. (2005). Sind Discounter schuld am Billig-Phänomen?. *Marketing & Kommunikation*, 18-19.
- Rudolph, T., & Schweizer, M. (2004). Consumer Confusion aus der Sicht der Konsumenten - empirische Ergebnisse einer qualitativen Studie. *Thesis*, 4(21), 11-16.
- Rudolph, T., & Schweizer, M. (2004). Consumer Confusion – Mit Profil gegen die Kaufzurückhaltung. *Anzag Magazin*(Oktober/November), 21-23.
- Rudolph, T., & Schweizer, M. (2004). Consumer Confusion: Die Qual der Wahl. *Marketing Communication*, 15(2005), 15-19.
- Rudolph, T., & Bitzer, N. (2004). Profil zeigen. *Börsenblatt*, 4, 20-22.
- Rudolph, T., & Schweizer, M. (2003). Consumer Confusion: Mit Profil gegen die Kaufzurückhaltung. *Anzag Magazin*, 21-23.
- Rudolph, T., & Schweizer, M. (2003). Consumer Confusion – ein neu entdecktes Phänomen. *Das Spielzeug*, 8, 72-73.
- Rudolph, T., & Schweizer, M. (2003). Corporate Branding. Die Händlermarke als Verkaufsargument. *CE-Markt*, 2, 9.
- Rudolph, T., & Schweizer, M. (2003). Das Phänomen der Consumer Confusion. *Stil & Markt*, 8, 28-33.
- Rudolph, T., & Becker, K. (2003). Efficient Differentiation: A systematic approach for retailers to appear unique. *The European Retail Digest*(38), 80-85.
- Rudolph, T., & Schweizer, M. (2003). Kunden wieder zu Käufern machen. *Harvard Business Manager*, Februar, 23-33.
- Rudolph, T., & Loos, J. (2003). Multichannel Sourcing als neuer Denksatz im strategischen Beschaffungsmanagement des Handels. *Thesis*, 12-16.
- Rudolph, T., & Schweizer, M. (2003). Produktvielfalt: Ermüdungserscheinungen beim Kunden. *Thesis*, 2, 48-50.
- Rudolph, T., & Schweizer, M. (2003). „Consumer Confusion“ – Der verwirrte Kunde. *Baby & Junior*, 9, 14-15.
- Rudolph, T., & Busch, S. (2002). Handel auf elektronischen Marktplätzen. *Thesis*, 3, 2-7.
- Rudolph, T., & Schweizer, M. (2002). Hochpreisinsel Schweiz. *CE-Markt*, 12, 29-30.
- Rudolph, T., & Schweizer, M. (2002). Im Visier - die High Potentials von morgen. *HR-Today*, 3, 12.
- Rudolph, T., & Schweizer, M. (2002). Innovation als Bremse?. *rfe*, 11, 24-25.
- Rudolph, T., & Schweizer, M. (2002). Innovation und Schnelligkeit – (noch) kein Garant für Erfolg. *CE-Markt*, 9, 30.
- Rudolph, T., Knaus, A., & Einhorn, M. (2002). Internationalisierung: Die neuen Hausaufgaben des Handels. *Absatzwirtschaft*, 2, 20-24.
- Rudolph, T. (2002). Markenmanagement im Handel – Ausgestaltungsformen und Entwicklungstendenzen. *Thesis*(4), 21-25.

- Rudolph, T. (2002). Online-Shopping verliert an Stellenwert. *Neue Zürcher Zeitung*, 29.
- Rudolph, T., & Schweizer, M. (2002). Onlineshopping 2002: Warum der grosse Erfolg (noch) ausbleibt. *CE-Markt*, 7-8, 26.
- Rudolph, T., & Löffler, C. (2002). Onlineshopping: Rückläufige Tendenzen im Jahr 2001. *netzwoche*, 10, 17.
- Rudolph, T., & Schweizer, M. (2002). Orientierung durch strategische Ausrichtung. *CE-Markt*, 11, 25-27.
- Rudolph, T., Schweizer, M., & Knaus, A. (2002). The Retailers' Struggle in the Battle for Talent. *The European Retail Digest*(34), 14-18.
- Rudolph, T., & Schweizer, M. (2002). Tiefpreisstrategie ist für Fachhändler keine Alternative. *CE-Markt*, 10, 34.
- Rudolph, T., & Schweizer, M. (2002). Wer Gutes tut, spreche darüber – Employer Branding. *HR-Today*, 3, 10.
- Rudolph, T., & Löffler, C. (2001). Die Zukunft des Online-Shoppings: 10 Thesen. *GDI-Impuls*, 2, 36-41.
- Rudolph, T., & Schweizer, M. (2001). Employer Branding im Fokus der High Potentials von morgen. *Alma*, 3, 18-21.
- Rudolph, T., & Wagner, T. (2001). Hausaufgaben für Online-Händler. *io Management Zeitschrift*, 5, 54-57.
- Rudolph, T., & Einhorn, M. (2001). Herausforderungen im europäischen Einzelhandel. *Thesis*, 3, 2-7.
- Rudolph, T., & Schweizer, M. (2001). Im Zeichen der Internationalisierung braucht der Handel künftig vor allem Profil. *Anuga Extra*, 6-7.
- Rudolph, T., & Schweizer, M. (2001). Internationale Trends im Detailhandel – Was kommt auf uns zu?. *MGB-Kaderzeitung*, 5, 2-11.
- Rudolph, T., & Busch, S. (2001). The Swiss Internet Top 20. *The European Retail Digest*, 29, 37-39.
- Rudolph, T., & Busch, S. (2000). Internationalisierung im europäischen Einzelhandel. *Thesis*, 1, 56.
- Rudolph, T. (2000). Konzentrationsprozesse im europäischen Handel – Eine Kernherausforderung auch für die Schweiz. *Neue Zürcher Zeitung*, 266, B5.
- Rudolph, T. (2000). Umsatzgrösse allein ist noch kein Erfolgsgarant. *Lebensmittelzeitung*, 34, 65-66.
- Rudolph, T. (1999). Cultural Influence on Consumer Behaviour. *Marketing Exchange*, Winter, 1.
- Rudolph, T., & Maag, M. (1999). Der Grosshandel im Transformationsprozess. *io Management Zeitschrift*, 12, 24-28.
- Rudolph, T., & Büchner, M. (1999). Technologische Innovationen - Schrittmacher der Handelsentwicklung. *Thesis*, 1, 57-62.

- Rudolph, T., & Schmickler, M. (1998). Cyber Education in St. Gallen und Stockholm - Virtual University. *Handel heute*, 6, 54-55.
- Rudolph, T. (1998). Einkaufszentrum quo vadis. *Kantonalbank Magazin*, 2, 6-7.
- Rudolph, T., & Büchner, M. (1998). Innovationsmanagement im Handel. *KPMG dialog*, 2, 20-21.
- Rudolph, T., & Schmickler, M. (1998). Schneller lernen als die Konkurrenz. *Lebensmittelzeitung*, 30, 36.
- Rudolph, T., & Schmickler, M. (1998). Virtuelle Universität. *Lebensmittel Praxis*, 11, 20.
- Rudolph, T. (1997). Der Projektmanagement-Ansatz als integrierte Implementierungsmethodik komplexer Veränderungsvorhaben im Handelsmarketing. *Thesis*, 4, 15-19.
- Rudolph, T. (1996). Der Handel muss professioneller werden. *Persönlich – Das Magazin für Werbung, Markt und Medien*, 12, 28-30.
- Rudolph, T., & Büchner, M. (1996). Die Entwicklung absolventengerechter Nachwuchsförderungsprogramme. *io Management*, 9, 85-88.
- Rudolph, T. (1996). Erfolg mit Methode. *Markant Handelsmagazin*, 3, 37-39.
- Rudolph, T., & Büchner, M. (1996). Förderung des Führungsnachwuchses in Europa. *Thesis*, 1, 30-36.
- Rudolph, T. (1996). Heraus aus der Masse. *Markant Handelsmagazin*, 2, 46-50.
- Rudolph, T., & Büchner, M. (1996). Informationslücke und Negativimage. *Lebensmittelzeitung*, 8, 61.
- Rudolph, T. (1995). In diabolischen Preiskämpfen bestehen. *Thesis*, 4, 2-9.
- Rudolph, T., & Brandstetter, J. (1995). Integrierte Ansätze sichern den Erfolg: Das Zonenmodell der Profilierung. *Lebensmittelzeitung*, 25, 57-58.
- Rudolph, T., & Brandstetter, J. (1995). Mehr Erfolg mit neuen Produkten, Modell zur vertikalen Profilierung - dargestellt am Beispiel Brot. *Dynamik im Handel*, 9, 101-108.
- Rudolph, T. (1995). Professionalisierung für den Detailhandel. *Handel heute*, 2, 28.
- Rudolph, T. (1994). Zentralisierung oder Dezentralisierung für den Einzelhandel in Europa?. *Thesis*, 4, 45-55.
- Rudolph, T. (1993). Verkaufsstellenmanagement im Europäischen Einzelhandel. *Thesis*, 4, 48-52.
- Belz, C., & Rudolph, T. (1992). Der Eisenwaren- und Haushaltsartikelhandel im Europa von morgen. *Perspektive*, 6, 297-308.
- Rudolph, T. (1992). Interaktionsmanagement an der Distributionsschnittstelle zwischen Lebensmittelindustrie und Lebensmittelhandel. *Thesis*, 4, 43-46.
- Rudolph, T. (1992). Personalpolitik im Handel. *Thesis*, 3, 24-30.

## presentation

Rudolph, T. (2007). Internetnutzung 2007 - Quo Vadis?. Presented at St. Galler Internettag 2007, St. Gallen.

Rudolph, T. (2006). Swiss Consumer Award. Presented at St. Galler Handelstag - Mehrwertkonzepte im Discountzeitalter, St. Gallen.

Rudolph, T. (2006). Vorstellung Branchenstudie. Presented at St. Galler Handelstag, St. Gallen.

Rudolph, T. (2005). Eine 360-Grad Betrachtung des Discount-Phänomens. Presented at St. Galler Handelstag 2005 - Discounttag, St. Gallen.