

Complete list of publications

Scientific articles (double blind-review procedure)

Rudolph, T., Eggenschwiler, M., & Ratnam, A. (2025). *Hürden beim Online-Shopping – Herausforderungen für Händler und Kunden*.

Eggenschwiler, M., Linzmajer, M., Roggeveen, A. L., & Rudolph, T. (2024). Retailing in the metaverse: A framework of managerial considerations for success. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 79, 103791.

Achtziger, A., Glas, A., Kenning, P., & Rudolph, T. (2021). Comparing the effects of financial incentives and implementation intentions on unhealthy snacking behavior in employees. *Current Psychology*, 40, 4770-4784.

Evanschitzky, H., Bartikowski, B., Baines, T., Blut, M., Brock, C., Kleinlercher, K., Naik, P., Petit, O., Rudolph, T., Spence, C., Velasco, C., & Wunderlich, N. V. (2020). Digital disruption in retailing and beyond. *Journal of Service Management Research*, 4(4), 187-204.

Bauer, J. C., Linzmajer, M., Nagengast, L., Rudolph, T., & D'Cruz, E. (2020). Gamifying the digital shopping experience: games without monetary participation incentives increase customer satisfaction and loyalty. *Journal of Service Management*, 31(3), 563-595.

Scheidegger, G., Linzmajer, M., & Rudolph, T. (2020). Price discount strategies in times of increasing transparency: How price consciousness and price comparison moderate the effect of discount strategy on store price image. *Swiss Journal of Business Research and Practice*, 74(4), 384-402.

Kleinlercher, K., Linzmajer, M., Verhoef, P. C., & Rudolph, T. (2020). Antecedents of webrooming in omnichannel retailing. *Frontiers in Psychology*, 11, 606798.

Bischof, S. F., Böttger, T. M., & Rudolph, T. (2020). Curated subscription commerce: A theoretical conceptualization. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 54, 101822.

Herhausen, D., Kleinlercher, K., Verhoef, P. C., Emrich, O., & Rudolph, T. (2019). Loyalty formation for different customer journey segments. *Journal of Retailing*, 95(3), 9-29.

Achtziger, A., Glas, A., Kenning, P., & Rudolph, T. (2021). Comparing the effects of financial incentives and implementation intentions on unhealthy snacking behavior in employees. *Current Psychology*, 40, 4770-4784.

Kleinlercher, K., Emrich, O., Herhausen, D., Verhoef, P. C., & Rudolph, T. (2018). Websites as information hubs: how informational channel integration and shopping benefit density interact in steering customers to the physical store. *Journal of the Association for Consumer Research*, 3(3), 330-342.

Böttger, T., Rudolph, T., Evanschitzky, H., & Pfrang, T. (2017). Customer inspiration: Conceptualization, scale development, and validation. *Journal of Marketing*, 81(6), 116-131.

- Emrich, O., Paul, M., & Rudolph, T. (2015). Shopping benefits of multichannel assortment integration and the moderating role of retailer type. *Journal of Retailing*, 91(2), 326-342.
- Nagengast, L., Evanschitzky, H., Blut, M., & Rudolph, T. (2014). New insights in the moderating effect of switching costs on the satisfaction–repurchase behavior link. *Journal of Retailing*, 90(3), 408-427.
- Meise, J. N., Rudolph, T., Kenning, P., & Phillips, D. M. (2014). Feed them facts: Value perceptions and consumer use of sustainability-related product information. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(4), 510-519.
- Emrich, O., & Rudolph, T. (2014). A Macro-Perspective on Co-creation Processes on the Internet. *Problems and Perspectives in Management*, 12(2), 75-85.
- Rudolph, T., & Pfrang, T. (2014). Der Point of Sale als Inspirationsquelle: Kundeninspiration als Markenstrategie, Planung & Analyse. *Zeitschrift für Marktforschung und Marketing*, 3, 28-31.
- Nagengast, L., Heidemann, C., & Rudolph, T. (2013). Der kombinierte Einsatz von Sortimentsreduktion und Regalkategorisierung zur Sortimentsoptimierung – Eine empirische Untersuchung aus Konsumenten- und Händlersicht. *Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung*, 65, 666-687.
- Rudolph, T., & Nagengast, L. (2013). Kundenbindung in Handels- und Serviceunternehmen: Die Wirkung von Kundenbindungsinstrumenten. *Journal für Betriebswirtschaft*, 63(1), 3-44.
- 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.
- 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: International Journal of 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), 285-32.
- Wagner, T., & Rudolph, T. (2010). Towards a hierarchical theory of shopping motivation. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 17(5), 415-429.
- Wagner, T., Hennig-Thurau, T., & Rudolph, T. (2009). Does Customer Demotion Jeopardize Loyalty?. *Journal of Marketing*, 73(3), 69-85.
- 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.
- Morschett, D., Rudolph, T., Bauer, J., Donath, A., & Meise, N. (2009). Retailing in Switzerland-Player, Strategies and Developments. *European Retail Research*, 23(2), 163-190.

Rudolph, T., Busch, A., & Busch, S. (2000). Retail food failures and recovery strategies in Switzerland. *Journal of Marketing Channels*, 7(3), 69-92.

Books and Studies

Rudolph, T., & Linzmajer, M. (2025). *Modernes Handelsmanagement* (5th ed.). Schäffer-Poeschel. ISBN: 978-3-7910-6427-7.

Rudolph, T., & Gerlach, T. (2024). *Online Einkaufstourismus Schweiz 2024*. Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-906-057-45-3.

Rudolph, T., Kralle, N., Gerlach, T., & Bierbaum, E. O. M. (2024). *Internetnutzung und E-Commerce Schweiz 2024*. Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-906057-44-6.

Rudolph, T., Kralle, N., & Schraml, C. (2024). *Omni-Channel Management in Deutschland, Österreich, Schweiz*. Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-906057-43-9.

Rudolph, T., Linzmajer, M., Eggenschwiler, M., & Hauschke, A. (2023). *Kundeninspiration im Schweizer Handel 2023*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-906057-41-5.

Rudolph, T., Schraml, C. M., Otto, C., & Kralle, N. C. (2022). *Einkaufstourismus Schweiz 2022/2023*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-906057-39-2.

Bischof, S. F., & Rudolph, T. (2021). *Consumer Goods Subscriptions*. De Gruyter. ISBN: 978-3-11-073511-6.

Rudolph, T., Klink, B. D., & Hoang, M. (2021). *Der Schweizer Onlinehandel - Internetnutzung Schweiz 2021*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-906057-38-5.

Rudolph, T., Eggenschwiler, M., & Kralle, N. C. (2021). *Food Consumption 2021 - Ess- und Verzehrverhalten in Deutschland, Österreich und der Schweiz*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-906057-37-8.

Rudolph, T. (2021). *Modernes Handelsmanagement* (4th ed.). Schäffer-Poeschel. ISBN: 978-3791050256.

Rudolph, T., Kleinlercher, K., & Kralle, N. C. (2021). *Omni-Channel Management 2021*. Forschungszentrums für Handelsmanagement, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-906057-36-1.

Rudolph, T., Klink, B. D., Eggenschwiler, M., & Hoang, M. (2021). *Whitepaper: Lehren aus der Corona-Krise für das Handelsmanagement*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-906057-35-4.

- Rudolph, T., Bischof, S. F., Linzmajer, M., Kralle, N. C., & Barth, E. (2020). *Store of the Future: die Zukunft des kontaktlosen Einkaufens*. Forschungszentrums für Handelsmanagement, Universität St.Gallen, ISBN: 978-3-906057-33-0.
- Rudolph, T., & Neumüller, K. (2020). *Edelmetallatlas Schweiz 2020*. Forschungszentrums für Handelsmanagement, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-906057-34-7.
- Rudolph, T., & Kralle, N. C. (2019). *Food Consumption 2020 - Ess- und Verzehrverhalten in der Schweiz*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen. ISBN 978-3-906057-31-6.
- Bischof, S. F., & Rudolph, T. (2020). *Subskriptionsmodelle im Handel - wie Subskriptionen den Konsum automatisieren*. Springer-Verlag. ISBN: 978-3-658296-77-3.
- Rudolph, T., Kleinlercher, K., Neumüller, K., & Klink, B. D. (2019). *Der Schweizer Onlinehandel - Internetnutzung Schweiz 2019*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-906057-29-3.
- Rudolph, T., Bischof, S. F., & Schürch, S. (2019). *Subskriptionen und Abomodell für den Schweizer Handel*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-906057-30-9.
- Rudolph, T., Kleinlercher, K., Neumüller, K., & Klink, B. D. (2019). *Der Schweizer Onlinehandel - Internetnutzung Schweiz 2019*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-906057-29-3.
- Rudolph, T., & Schweizer, M. (2018). *High 5 - Erfolgreiche Geschäftsmodelltransformation in disruptiven Zeiten*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-906057-28-6.
- Rudolph, T., Böttger, T., Linzmajer, M., & Bischof, S. F. (2018). *Kundeninspiration 2017-2018 Schweiz*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-906057-27-9.
- Rudolph, T., Nagengast, L., & Nitsch, F. (2017). *Einkaufstourismus 2017/2018*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-906057-26-2.
- Rudolph, T., Kleinlercher, K., & Nitsch, F. (2017). *Schweizer Apotheken- und Drogeriemarktstudie 2017*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-906057-25-5.
- Rudolph, T., Linzmajer, M., Kleinlercher, K., & Lersch, T. (2017). *Cross-Channel Management 2017 in Deutschland, Österreich und der Schweiz*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-9066057-24-8.
- Rudolph, T., Linzmajer, M., Lersch, T., & Neumüller, K. (2017). *Der Schweizer Online-Handel - Internetnutzung 2017*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-906057-23-1.

- Rudolph, T., Böttger, T., Linzmayer, M., & Lersch, T. (2016). *IRM Weihnachtsstudie 2016 - Konsumentenverhalten im Weihnachtsgeschäft*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen.
- Rudolph, T., Emrich, O., Kleinlercher, K., & Pfrang, T. (2015). *Der Schweizer Online-Handel. Internetnutzung Schweiz 2015*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-906057-15-6, ISBN: 978-3-906057-15-6.
- Rudolph, T., Nagengast, L., & Nitsch, F. (2015). *Einkaufstourismus Schweiz 2015: Eine Studie zu den aktuellen Entwicklungen des Einkaufstourismus*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-906057-16-3.
- Rudolph, T., & Bassett, M. (2015). *Food Consumption 2014: Ess- und Verzehrverhalten in der Schweiz*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen.
- Rudolph, T., Metzler, T., & Weber, M. (2015). *Konsumententrends im Schweizer Bekleidungsdetailhandel: Das Branchenprofil 2015/16*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-906057-19-4.
- Rudolph, T., Pfrang, T., & Weber, M. (2015). *Konsumententrends im Schweizer Elektronikdetailhandel: Das Branchenprofil 2015/16*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-906057-21-7.
- Rudolph, T., Bassett, M., & Weber, M. (2015). *Konsumententrends im Schweizer Lebensmittel-detailhandel: Das Branchenprofil 2015/16*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-906057-17-0.
- Rudolph, T., & Weber, M. (2015). *Konsumententrends im Schweizer Möbeldetailhandel: Das Branchenprofil 2015/16*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-906057-20-0.
- Rudolph, T., Biernath, D., & Weber, M. (2015). *Konsumententrends im Schweizer Sportartikel-detailhandel: Das Branchenprofil 2015/16*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-906057-18-7.
- Brunner, F., & Rudolph, T. (2015). *Toward Cross-Channel Management: A Comprehensive Guide for Retail Firms*. De Gruyter. ISBN: 978-3-11-041698-5.
- Rudolph, T., Metzler, T., Emrich, O., & Kleinlercher, K. (2014). *Cross-Channel Management 2014 in Deutschland, Österreich und der Schweiz*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-906057-13-2.
- Rudolph, T., Nagengast, L., & Weber, M. (2014). *Profilierung und Kundeninspiration: Wachstum in umkämpften Märkten*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-906057-11-8.
- Weber, M., & Rudolph, T. (2014). *Schweizer Apotheken- und Drogeriemarkt – Report 2014/15: Der Einkaufsprozess von OTC-Arzneimitteln*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-906057-14-9.

- Rudolph, T., Emrich, O., Böttger, T., Essig, E., Metzler, T., Pfrang, T., & Reisinger, M. (2013). *Der Schweizer Online-Handel: Internetnutzung Schweiz 2013*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-906057-05-7.
- Hillesland, J., Rudolph, T., Meise, N., Gisholt, O., Bendixen, A., Fjeldstad, T., Nordfält, J., & Clement, J. (2013). *Fundamentals of Retailing & Shopper Marketing* (1st ed.). Pearson Educated Limited. ISBN: 978-0-273-75739-9.
- Rudolph, T., & Weber, M. (2013). *Konsumententrends im Schweizer Bekleidungsdetailhandel: Das Branchenprofil 2013/14*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-906057-10-1.
- Rudolph, T., & Weber, M. (2013). *Konsumententrends im Schweizer Elektronikdetailhandel: Das Branchenprofil 2013/14*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-906057-09-5.
- Rudolph, T., & Weber, M. (2013). *Konsumententrends im Schweizer Lebensmitteldetailhandel: Das Branchenprofil 2013/14*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-906057-08-8.
- Rudolph, T., & Weber, M. (2013). *Konsumententrends im Schweizer Möbeldetailhandel: Das Branchenprofil 2013/14*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-906057-06-4.
- Rudolph, T., & Weber, M. (2013). *Konsumententrends im Schweizer Sportartikeldetailhandel: Das Branchenprofil 2013/14*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-906057-07-1.
- Rudolph, T. (2013). *Modernes Handelsmanagement: Eine Einführung in die Handelslehre* (3rd ed.). Schäffer-Poeschel. ISBN: 978-3-7910-3304-4
- Belz, C., Reinecke, S., Rudolph, T., Fueglistaller, U., Dyllick, T., Herrmann, A., Bieger, T., Ackermann, W., Schmid, B., & Maas, P. (2012). *Customer Value* (1st ed.). Thexis. ISBN: 978-3-905819-20-5.
- Rudolph, T., Schlegelmilch, B., Franch, F., Bauer, A., & Meise, N. (2012). *Diversity in European Marketing: Text and Cases*. Gabler. ISBN: 978-3-8349-1420-0.
- Rudolph, T., Foscht, T., Morschett, D., Schnedlitz, P., Schramm-Klein, H., & Swoboda, B. (2012). *European Retail Research 2011*. Gabler. ISBN: 978-3-8349-3411-6.
- Rudolph, T., & Weber, M. (2012). *Kundeninspiration im Schweizer Bekleidungsdetailhandel: Eine empirische Studie zu neuen Erfolgspotenzialen bei Ziel- und Erlebniskäufern*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-906057-04-0.
- Rudolph, T., & Weber, M. (2012). *Kundeninspiration im Schweizer Elektronikdetailhandel: Eine empirische Studie zu neuen Erfolgspotenzialen bei Ziel- und Erlebniskäufern*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-906057-02-6.

- Rudolph, T., & Weber, M. (2012). *Kundeninspiration im Schweizer Lebensmitteldetailhandel: Eine empirische Studie zu neuen Erfolgspotenzialen bei Ziel- und Erlebniskäufern*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-906057-00-2.
- Rudolph, T., & Weber, M. (2012). *Kundeninspiration im Schweizer Möbeldetailhandel: Eine empirische Studie zu neuen Erfolgspotenzialen bei Ziel- und Erlebniskäufern*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-906057-03-3.
- Rudolph, T., & Weber, M. (2012). *Kundeninspiration im Schweizer Sportdetailhandel: Eine empirische Studie zu neuen Erfolgspotenzialen bei Ziel- und Erlebniskäufern*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St. Gallen. ISBN: 978-3-906057-01-9.
- Rudolph, T., & Weber, M. (2012). *Mehr Profil durch Kundeninspiration: Eine empirische Studie zu Profilierungsherausforderungen und Inspirationspotenzialen im Schweizer Handel*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-9523531-9-6.
- Glas, A., & Rudolph, T. (2012). *Toward Healthy Snack Choice: The Impact of Self-Regulation and Financial Incentives on Consumers' Food Intake*. *St.Galler Schriften zum Handelsmanagement*. Shaker. ISBN: 978-3-8440-0527-1.
- Meise, N., & Rudolph, T. (2011). *Communicating Supply Chain Transparency to Consumers: The Impact of Supply Chain Information Provision on Consumers' Preference and Willingness to Pay*. *St.Galler Schriften zum Handelsmanagement*. Shaker. ISBN: 978-3832299163
- Emrich, O., & Rudolph, T. (2011). *Cross-Channel Management 2011 in Deutschland und in der Schweiz*. *St. Galler Schriften zum Handelsmanagement*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-9523531-1-0.
- Rudolph, T., Emrich, O., & Böttger, T. (2011). *Der Schweizer Online-Handel: Internetnutzung Schweiz 2011*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-9523531-2-7.
- Weber, M., & Rudolph, T. (2011). *IRM Weihnachtsstudie 2011 - Konsumentenverhalten im Weihnachtsgeschäft*. St.Gallen: Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen.
- Morschett, D., Foscht, T., Rudolph, T., Schnedlitz, P., Schramm-Klein, H., & Swoboda, B. (2011). *European Retail Research* (25th ed., issue 1). Gabler Research. ISBN: 978-3-8349-3093-4.
- Rudolph, T., Foscht, T., Morschett, D., Schnedlitz, P., Schramm-Klein, H., & Swoboda, B. (2011). *European Retail Research* (25th ed., issue 2). Gabler Research. ISBN: 978-3-8349-3411-6.
- Weber, M., & Rudolph, T. (2011). *IRM Discountstudie 2011: Die Discounter in der Schweiz aus Konsumenten- und Managementsicht*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-9523531-9-9.

- Rudolph, T., & Weber, M. (2011). *Konsumententrends im Schweizer Bekleidungsdetailhandel: Das Branchenprofil 2011*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-9523531-6-5.
- Rudolph, T., & Weber, M. (2011). *Konsumententrends im Schweizer Elektronikdetailhandel: Das Branchenprofil 2011*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-9523531-5-8.
- Rudolph, T., & Weber, M. (2011). *Konsumententrends im Schweizer Lebensmitteldetailhandel: Das Branchenprofil 2011*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-9523531-4-1.
- Rudolph, T., & Weber, M. (2011). *Konsumententrends im Schweizer Möbeldetailhandel: Das Branchenprofil 2011*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-9523531-3-4.
- Rudolph, T., & Weber, M. (2011). *Konsumententrends im Schweizer Sportartikeldetailhandel: Das Branchenprofil 2011*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-9523531-7-2.
- Heidemann, C., & Rudolph, T. (2011). *Sortimentsoptimierung: Der kombinierte Einsatz von Sortimentsreduktion und -präsentation und seine Auswirkungen auf das Kaufverhalten*. St.Galler Schriften zum Handelsmanagement. Shaker. ISBN: 978-3832299170.
- Rudolph, T. (2010). *Der Schweizer Handel 2010: Mit Innovationen wachsen*. St.Galler Schriften zum Handelsmanagement. Shaker. ISBN: 978-3-8322-8755-9.
- Rudolph, T., & Weber, M. (2010). *IRM Weihnachtsstudie 2010 - Konsumentenverhalten im Weihnachtsgeschäft*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen.
- Rudolph, T., Weber, M., & Bauer, J. C. (2009). *IRM Weihnachtsstudie 2009 - Konsumentenverhalten im Weihnachtsgeschäft*. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen.
- Rudolph, T., Emrich, O., & Sohl, T. (2009). *Der Schweizer Online-Handel: Internetnutzung Schweiz 2009*. Institut für Marketing und Handel, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-9523531-0-3.
- Rudolph, T. (2009). *Modernes Handelsmanagement: Eine Einführung in die Handelslehre* (2nd ed.). Schäffer Poeschel. ISBN: 978-3-7910-2892-7
- Rudolph, T., Heidemann, C., Nagengast, L., & Weber, M. (2008). *Der Schweizer Handel: Konsumententrends 2008*. Institut für Marketing und Handel, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-905819-10-6.
- Swoboda, B., Morschett, D., Rudolph, T., Schnedlitz, P., & Schramm-Klein, H. (2008). *European Retail Research* (22nd ed.). Gabler Research. ISBN: 978-3-8349-2709-5.

- Rudolph, T., & Glas, A. (2008). *Food Consumption 2008: Ess- und Verzehrverhalten in der Schweiz*. Thesis. ISBN: 978-3-905819-11-3.
- Rudolph, T., Loock, M., & Kleinschrodt, A. (2008). *Strategisches Handelsmanagement: Grundlagen für den Erfolg auf internationalen Handelsmärkten*. St. Galler Schriften zum Handelsmanagement. Shaker. ISBN: 3832275185.
- Rudolph, T., Meise, N., & Emrich, O. (2007). *Der Schweizer Online-Handel: Internetnutzung Schweiz 2007*. Institut für Marketing und Handel, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-905819-01-4
- Rudolph, T., Drenth, R., & Meise, N. (2007). *Kompetenzen für Supply Chain Manager*. Springer. ISBN: 978-3-540-46492-1.
- Rudolph, T., & Schweizer, M. (2006). *Das Discount-Phänomen: eine 360-Grad-Betrachtung*. Verlag Neue Zürcher Zeitung. ISBN: 978-3-0382-3180-6.
- Rudolph, T. (2006). *Der Schweizer Handel: Konsumententrends 2006*. Institut für Marketing und Handel, Universität St.Gallen. ISBN: 3908545994.
- 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*. Thesis.
- 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*. Thesis.
- Rudolph, T., & Becker, K. (2005). *Food Consumption 2005: Ess- und Verzehrverhalten in der Schweiz*. Thesis. ISBN: 978-3-9085-4597-2.
- Rudolph, T. (2005). *Modernes Handelsmanagement: Eine Einführung in die Handelslehre*. Pearson Studium. ISBN: 978-3-8273-7188-1.
- Schweizer, M., & Rudolph, T. (2004). *Wenn Käufer streiken: mit klarem Profil gegen Consumer Confusion und Kaufmüdigkeit*. Gabler. ISBN: 978-3-322-82503-2.
- Rudolph, T., & Schröder, T. (2004). *Internetnutzung Schweiz 2004. Eine Studie des Gottlieb Duttweiler Lehrstuhls für Internationales Handelsmanagement*. Thesis.
- Rudolph, T., & Löffler, C. (2003). *Internetnutzung Schweiz 2003. Eine Studie des Gottlieb Duttweiler Lehrstuhls für Internationales Handelsmanagement*. Thesis.
- Rudolph, T., & Becker, K. (2003). *Food Consumption 2003: Ess- und Verzehrverhalten in der Schweiz*. Thesis. ISBN: 978-3-908545-86-6.
- Schmickler, M., & Rudolph, T. (2002). *Erfolgreiche ECR-Kooperationen, Vertikales Marketing zwischen Industrie und Handel*. Luchterhand. ISBN: 978-3-4720-4971-5.

- Rudolph, T., & Schweizer, M. (2001). *Die Handelsbranche im Fokus der High Potentials von Morgen. Eine Studie des Gottlieb Duttweiler Lehrstuhls für Internationales Handelsmanagement*. Thesis.
- Rudolph, T., & Löffler, C. (2001). *Fulfilment-Studie 2001. Eine Studie des Gottlieb Duttweiler Lehrstuhls für Internationales Handelsmanagement*. Thesis.
- Rudolph, T., & Löffler, C. (2001). *Internetnutzung Schweiz 2001. Eine Studie des Gottlieb Duttweiler Lehrstuhls für Internationales Handelsmanagement*. Thesis.
- Meyer, A., & Rudolph, T. (2001). *Wettbewerb im schweizerischen Bekleidungsdetailhandel*. Thesis.
- Rudolph, T., Löffler, C., & Busch, S. (2000). *Internetnutzung Schweiz 2000. Eine Studie des Gottlieb Duttweiler Lehrstuhls für Internationales Handelsmanagement*. Thesis.
- Belz, C., Kernstock, J., Reinecke, S., Reinhold, M., Rudolph, T., Schögel, M., Senn, C., & Tomczak, T. (2000). *Marketing Change: Tipps und Reflexionen zur Entwicklung des Marketing*. Thesis. 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*. Thesis.
- Belz, C., & Rudolph, T. (1997). *Handelsdynamik: Kompetenz für Marketing-Innovationen. Festschrift zum 70. Geburtstag von Heinz Weinhold*. Thesis. ISBN: 978-3908545255.
- Rudolph, T. (1997). *Profilieren mit Methode: Von der Positionierung zum Markterfolg*. Campus. ISBN: 978-3-5933-5660-0.
- Tomczak, T., Rudolph, T., & Roosdorp, A. (1996). *Positionierung: Kernentscheidung des Marketing*. Thesis. ISBN: 978-3-9085-4518-7.
- Rudolph, T. (1996). *Trends im Kaufverhalten: Ansatzpunkte für ein erfolgreiches Handelsmanagement*. Thesis. ISBN: 978-3-9085-4519-4.
- Rudolph, T. (1994). *Wie finde ich den richtigen Managementnachwuchs für mein Unternehmen*. Thesis.
- Belz, C., & Rudolph, T. (1992). *Nachwuchskräfte-Entwicklung im Handel*. Schriftenreihe des Gottlieb Duttweiler Instituts, GDI.
- Rudolph, T., & Belz, C. (1992). *Personalmarketing im Handel*. Schriftenreihe des Gottlieb Duttweiler Instituts, GDI.
- Weinhold, H., Belz, C., & Rudolph, T. (1991). *Auswirkungen der Europäisierung auf den Einzelhandel in der Schweiz*. Verlag Rüegger. ISBN: 3725304327.

Book chapters

- Kleinlercher, K., & Rudolph, T. (2023). Emmi: How a Swiss Dairy Company Conquered the US Market. In D. M. Phillips (Ed.), *Marketing Strategy & Management* (pp. 486-493). Sage Publications Ltd. ISBN: 978-1-5297-7856-4.
- Rudolph, T., & Neumüller, K. (2019). Employee Empowerment. In J. Hillesland (Ed.), *Shopping* (pp. 258-263). Link Analytix. ISBN: 978-82-691491-1-1.
- Rudolph, T., Kleinlercher, K., Linzmajer, M., & Diethelm, C. (2018). Contributing to Competitiveness by Engaging in Sustainability: The Case of Migros. In R. Brinkmann & S. J. Garren (Eds.), *Palgrave Handbook of Sustainability* (pp. 467-483). Palgrave Macmillan. ISBN: 978-3-319-71388-5.
- Rudolph, T., & Linzmajer, M. (2015). Treiber, Innovationsobjekte und Voraussetzungen einer erfolgreichen Innovationstätigkeit im Handel. In C. P. Hoffmann, S. Lennerts, C. Schmitz, W. Stölzle, & F. Uebernickel (Eds.), *Business Innovation: Das St. Galler Modell* (pp. 397-423). Springer Gabler. ISBN: 978-3-658-07167-7.
- Rudolph, T., & Linzmajer, M. (2014). Innovationsmanagement im Handel: Treiber, Innovationsobjekte und Voraussetzungen einer erfolgreichen Innovationstätigkeit im Handel. In W. Reinartz & M. Käuferle (Eds.), *Wertschöpfung im Handel* (pp. 222-247). Kohlhammer. ISBN: 978-3-17-025084-0.
- Rudolph, T., & Weber, M. (2013). Der "Consumer Decision Journey" im Schweizer Detailhandel. In R. Köhler (Ed.), *Marketing 2014* (pp. 39-41). Kömedia AG. ISBN: 978-3-9523902-7-6.
- Rudolph, T. (2013). Mit neuen Marketingzielen wachsen. In S. Reinecke (Ed.), *Marketing-Kaleidoskop* (pp. 175-180). Thexis. ISBN: 978-3-905819-22-9.
- Sohl, T., & Rudolph, T. (2012). Formatdiversifikation: Strategien und Erfolgswirkung. In J. Zentes, B. Swoboda, D. Morschett, & H. Schramm-Klein (Eds.), *Handbuch Handel: Strategien – Perspektiven – Internationaler Wettbewerb* (pp. 1-20). Springer Fachmedien. ISBN: 978-3-8349-3423-9.
- Rudolph, T., & Böttger, T. (2012). Gottlieb Duttweiler - Marketing-Genie und Pionier. In S. Reinecke (Ed.), *Marketeers: Macher, Manager und Magnaten* (pp. 67-79). Thexis. ISBN: 978-3-9058-1919-9.
- Rudolph, T., Schröder, T., & Böttger, T. (2012). Improving Retailer Profitability with Self-Service Technologies Throughout all Sales Phases - The Role of the Business Model. In T. Rudolph, T. Foscht, D. Morschett, P. Schnedlitz, H. Schramm-Klein, & B. Swoboda (Eds.), *European Retail Research* (pp. 95-122). Gabler. ISBN: 978-3-8349-4236-4.
- Rudolph, T., & Meise, N. (2012). The Complexity of Modern Retailing. In J. Hillesland (Ed.), *Fundamentals of Retailing & Shopper Marketing* (pp. 133-146). Pearson Education Limited. ISBN: 978-0-2737-5739-9.

- Rudolph, T., & Meise, N. (2011). Modern Retail Management: Apple's iPhone Distribution Strategy. In J. Zentes (Ed.), *Fallstudien zum Internationalen Management: Grundlagen - Praxiserfahrungen - Perspektiven* (pp. 559-572). Gabler. ISBN: 978-3-8349-2967-9.
- Rudolph, T., & Meise, N. (2011). The Complicated Retail Environment. In J. Hillesland (Ed.), *The Fundamentals of Retail and Shopper Marketing* (pp. 164-177). BigBlue & Company AS. ISBN: 978-82-998820-0-2.
- Rudolph, T., & Hoedl, J. (2010). Innovationsmanagement im Handel: Welche Bedeutung kommt dem Innovationsmanagement in Zeiten der Wirtschaftskrise zu? In T. Rudolph (Ed.), *Der Schweizer Handel 2010: Mit Innovationen wachsen* (pp. 16-18). Shaker. 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 T. Rudolph (Ed.), *Der Schweizer Handel 2010: Mit Innovationen wachsen* (pp. 19-27). Shaker. ISBN: 978-3-8322-8755-9.
- Rudolph, T. (2010). Innovationsmanagement im Handel: Welche Managementüberzeugungen bremsen den Innovationserfolg? In T. Rudolph (Ed.), *Der Schweizer Handel 2010: Mit Innovationen wachsen* (pp. 9-15). Shaker. ISBN: 978-3-8322-8755-9.
- Rudolph, T., & Emrich, O. (2010). Innovationspfade für den Handel: Welche Innovationsfelder sind zu beachten? In T. Rudolph (Ed.), *Der Schweizer Handel 2010: Mit Innovationen wachsen* (pp. 101-106). Shaker. ISBN: 978-3-8322-8755-9.
- Rudolph, T., & Sohl, T. (2010). Innovationspfade für den Handel: Welche Innovationspfade führen zum Erfolg? In T. Rudolph (Ed.), *Der Schweizer Handel 2010 - Mit Innovationen wachsen* (pp. 107-114). 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 T. Rudolph (Ed.), *Der Schweizer Handel 2010: Mit Innovationen wachsen* (pp. 29-66). Shaker. ISBN: 978-3-8322-8755-9.
- Rudolph, T., Sohl, T., Hoedl, J., & Bauer, J. C. (2010). Veränderungen im Konsumentenverhalten: Wie ist die Akzeptanz von Serviceinnovationen? In T. Rudolph (Ed.), *Der Schweizer Handel: Mit Innovationen wachsen* (pp. 85-97). Shaker. ISBN: 978-3-8322-8755-9.
- Rudolph, T., & Weber, M. (2010). Veränderungen im Konsumentenverhalten: Wie kann der Handel auf das zunehmende Sparverhalten der Konsumenten reagieren? In T. Rudolph (Ed.), *Der Schweizer Handel 2010: Mit Innovationen wachsen* (pp. 67-84). Shaker. ISBN: 978-3-8322-8755-9.
- Rudolph, T., Heidemann, C., Nagengast, L., & Weber, M. (2008). Branchenüberblick. In T. Rudolph (Ed.), *Der Schweizer Handel: Konsumententrends 2008* (pp. 12-38). Institut für Marketing und Handel, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-905819-10-6.

- Rudolph, T., & Kotouc, A. J. (2008). Category Management. In H. Corsten & R. Gössinger (Eds.), *Lexikon der Betriebswirtschaftslehre* (5th ed., pp. 188-195). Oldenburg. ISBN: 978-3-486-58717-3.
- Rudolph, T., & Emrich, O. (2008). Consumer Electronics. In T. Rudolph (Ed.), *Der Schweizer Handel: Konsumententrends 2008* (pp. 196-231). Institut für Marketing und Handel, Universität St.Gallen, 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 T. Rudolph (Ed.), *Der Schweizer Handel - Konsumententrends 2008* (pp. 232-256). Institut für Marketing und Handel, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-905819-10-6.
- Rudolph, T., & Weber, M. (2008). Konsumententrends im Möbeldetailhandel. In Verband der Schweizer Möbelindustrie (Ed.), *Jahrbuch der Schweizer Möbelindustrie* (pp. 68-92). Verband der Schweizer Möbelindustrie.
- Rudolph, T., & Emrich, O. (2008). Kundenansprache über Interaktionsplattformen im Internet. In C. Belz, M. Schlögel, O. Arndt & V. Walter (Eds.), *Interaktives Marketing* (pp. 413-422). Gabler. ISBN: 978-3-8349-0740-0.
- Rudolph, T., & Emrich, O. (2008). Kundeninteraktion über mobile Services im Handel. In H. H. Bauer, M. Bryant, & T. Dirks (Eds.), *Erfolgsfaktoren des Mobile Marketing* (pp. 261-278). Springer. ISBN: 978-3-540-85295-7.
- Rudolph, T., & Bauer, J. C. (2008). Lebensmittel. In T. Rudolph (Ed.), *Der Schweizer Handel* (pp. 40-76). Institut für Marketing und Handel, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-905819-10-6.
- Rudolph, T., & Weber, M. (2008). Möbel. In T. Rudolph (Ed.), *Der Schweizer Handel* (pp. 78-125). Institut für Marketing und Handel, Universität St.Gallen. ISBN 978-3-905819-10-6.
- Rudolph, T., Meise, N., & Sohl, T. (2008). Schweiz - Ruhestörung oder viel Lärm um nichts? In D. Bosshart & M. Kühne (Eds.), *Discount Forever - Wie sich der Lebensmittel-Discout auf neue Realitäten einstellt* (pp. 33-38). Gottlieb Duttweiler Institut. ISBN: 978-3-7184-7041-9.
- Rudolph, T., & Heidemann, C. (2008). Sport. In T. Rudolph (Ed.), *Der Schweizer Handel* (pp. 126-155). Institut für Marketing und Handel, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-905819-10-6.
- Rudolph, T., & Nagengast, L. (2008). Textil. In T. Rudolph (Ed.), *Der Schweizer Handel* (pp. 156-195). Institut für Marketing und Handel, Universität St.Gallen. ISBN: 978-3-905819-10-6.
- Rudolph, T., & Emrich, O. (2008). Wie Communities das Kaufverhalten beeinflussen. In B. Delakowitz (Ed.), *Faszination Zukunft* (pp. 168-175). Medialog. ISBN: 978-3-00-024627-2.

- Rudolph, T., Meise, N., & Sohl, T. (2007). Die Sortimentsreduktion im Rahmen der strategischen Sortimentsgestaltung - Mehrwert für Händler und Nachfrager durch optimierte Sortimente. In E. Hoffmann & R. Mattmüller (Eds.), *Wertorientiertes Marketing* (pp. 173-188). Frankfurter Allgemeine Buch. ISBN: 978-3-8998-1147-6.
- Rudolph, T., Meise, N., & Emrich, O. (2007). Einsatzmöglichkeiten von Web 2.0-Instrumenten im Online-Handel und ihre Nutzung durch Konsumenten. In H. H. Bauer, D. Grosse-Leege & J. Rösger (Eds.), *Interactive Marketing im Web 2.0+* (pp. 183-196). Vahlen. ISBN: 978-3-8006-3406-4.
- Rudolph, T., Drenth, R., & Meise, N. (2007). Herausforderungen an die Kompetenzen moderner Supply Chain Manager. In T. Rudolph, R. Drenth & N. Meise (Eds.), *Kompetenzen für Supply Chain Manager* (pp. 1-29). Springer. ISBN: 978-3-540-46492-1.
- Rudolph, T., & Kotouc, A. J. (2007). Konsumentenreaktionen auf eine Sortimentsreduktion. In M. Schmuckl & W. Toporowski (Eds.), *Theoretische Fundierung und praktische Relevanz der Handelsforschung* (pp. 169-192). Deutscher Universitäts-Verlag. ISBN: 978-3-8350-0702-4.
- Rudolph, T., Heidemann, C., Kleinschrodt, A., Meise, N., & Ness, O. (2006). Branchenüberblick. In T. Rudolph (Ed.), *Der Schweizer Handel* (pp. 3-41). Institut für Marketing und Handel, Universität St.Gallen. ISBN: 3-908545-99-4.
- Rudolph, T., Kleinschrodt, A., & Müller, C. (2006). Consumer Electronics-Handel. In T. Rudolph (Ed.), *Der Schweizer Handel* (pp. 195-227). Institut für Marketing und Handel, Universität St.Gallen. ISBN: 3-908545-99-4.
- Rudolph, T., & Schweizer, M. (2006). Customer Value im Handel. In C. Belz & T. Bieger (Eds.), *Customer Value* (pp. 497-539). mi-Fachverlag. ISBN: 978-3-86880-157-6.
- Rudolph, T., & Kleinschrodt, A. (2006). Geschäftsmodelle im Discountzeitalter. In C. Burmann, J. Freiling & M. Hülsmann (Eds.), *Neue Perspektiven des Strategischen Kompetenz-Managements* (pp. 505-527). Deutscher Universitäts-Verlag. ISBN: 978-3-8350-0471-9.
- Rudolph, T., & Loos, J. (2006). Internationalisierung der Beschaffung - Die zunehmende Bedeutung des Multi-Channel Sourcing. In J. Zentes (Ed.), *Handbuch Handel: Strategien - Perspektiven - internationaler Wettbewerb* (pp. 717-734). Gabler. ISBN 978-3-409-14298-4.
- Rudolph, T., Ness, O., & Krucker, U. (2006). Lebensmittelhandel. In T. Rudolph (Ed.), *Der Schweizer Handel* (pp. 43-82). Institut für Marketing und Handel, Universität St.Gallen. ISBN: 3-908545-99-4.
- Rudolph, T., Meise, N., & Scharfenstein, S. (2006). Möbelhandel. In T. Rudolph (Ed.), *Der Schweizer Handel* (pp. 83-128). Institut für Marketing und Handel, Universität St.Gallen. ISBN 3-908545-99-4.
- Rudolph, T., & Kotouc, A. J. (2006). Sortimentsreduktion. In S. Häberle (Ed.), *Fachlexikon Marketingforschung*. Gabler.

- Rudolph, T., Heidemann, C., & Müller, C. (2006). Sporthandel. In T. Rudolph (Ed.), *Der Schweizer Handel* (pp. 129-156). Institut für Marketing und Handel, Universität St.Gallen. ISBN: 3-908545-99-4.
- Rudolph, T., Kleinschrodt, A., & Scharfenstein, S. (2006). Textilhandel. In T. Rudolph (Ed.), *Der Schweizer Handel* (pp. 157-194). Institut für Marketing und Handel, Universität St.Gallen. ISBN: 3-908545-99-4.
- Rudolph, T., & Schweizer, M. (2004). Customer Value im Handel. In C. Belz & T. Bieger (Eds.), *Customer-Value: Kundenvorteile schaffen Unternehmensvorteile* (pp. 486-526). Thesis. ISBN: 978-3636030-21-4.
- 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 H. H. Bauer, J. Rösger & M. M. Neumann (Eds.), *Konsumentenverhalten im Internet* (pp. 159-172). Vahlen. ISBN: 978-3800630-34-9.
- Rudolph, T. (2004). Generische Markenstrategie des Handels. In M. Bruhn (Ed.), *Handbuch Markenführung* (pp. 975-994). Gabler. ISBN: 978-3409119-68-9.
- Schmickler, M., & Rudolph, T. (2003). Category-Management-Projekte zum Erfolg führen. In D. Ahlert, R. Olbrich & H. Schröder (Eds.), *Marktstrategische Veränderungen in der Hersteller-Handels-Dyade. Jahrbuch Vertriebs- und Handelsmanagement* (pp. 319-333). Deutscher Fachverlag. ISBN: 978-3871508-30-1.
- Rudolph, T., & Einhorn, M. (2003). Mit Strategie gegen Informationsüberfluss im Handel. In V. Trommsdorff (Ed.), *Neue Erkenntnisse für Praxis und Wissenschaft des Handels. Handelsforschung 2003* (pp. 317-335). BBE-Verlag. ISBN: 3-935-11853-8.
- Rudolph, T., & Wagner, T. (2003). Preisimage-Politik im Handel. In H. Diller & A. Herrmann (Eds.), *Handbuch Preispolitik: Strategien - Planung - Organisation - Umsetzung* (pp. 177-198). Gabler. ISBN: 978-3409122-85-6.
- Rudolph, T., Wagner, T., & Pruyn, A. (2002). Die Kasse als Engpassfaktor: Zur Lösung des Warteschlangenproblems im Handel. In H. H. Hinterhuber & H. K. Stahl (Eds.), *Erfolg durch Dienen? Innsbrucker Kolleg für Unternehmensführung* (4th ed., pp. 356-375). Expert. ISBN: 978-381692-112-7.
- Rudolph, T., & Schmickler, M. (2002). Efficient Consumer Response. In L. G. Poth & G. S. Poth (Eds.), *Marketing* (pp. 1-82). Luchterhand. ISBN: 3-472-10830-4.
- Rudolph, T., & Busch, S. (2002). Grosshandel und E-Commerce. In J. Zentes, B. Swoboda & D. Morschett (Eds.), *B2B-Handel* (Zukunft im Marketing Nr. 17) (pp. 95-119). Deutscher Fachverlag. ISBN: 978-3871507-98-4.
- Rudolph, T., Busch, S., & Wagner, T. (2002). Kaufbarrieren im Online-Handel aus Kundensicht. In D. Ahler, R. Olbrich & H. Schröder (Eds.), *Electronic Retailing (Jahrbuch Handelsmanagement 2002) (Edition Lebensmittel-Zeitung)* (pp. 143-162). Deutscher Fachverlag. ISBN: 978-3871508-16-5.

- Rudolph, T. (2001). 50 Jahre EHI - Impulsgeber für den Wandel. In B. Hallier (Ed.), *Praxisorientierte Handelsforschung* (p. 180). EHI-EuroHandelsinstitut. ISBN 3-87257-238-5.
- Rudolph, T., Finsterwalder, J., & Busch, S. (2001). Dienstleister Internet - Empirische Ergebnisse des Internetnutzungsverhaltens in der Schweiz. In V. Trommsdorff (Ed.), *Kooperations- und Wettbewerbsverhalten des Handels (Handelsforschung, Nr. 15)* (pp. 325-343). BBE-Verlag. ISBN: 39-35118-26-0.
- Rudolph, T., & Schmickler, M. (2000). Integriertes Category Management. In T. Forscht, G. Jungwirth & P. Schnedlitz (Eds.), *Zukunftsperspektiven für das Handelsmanagement (Zukunft im Handel, Nr. 14)* (pp. 201-218). Deutscher Fachverlag. ISBN: 978-387150714-4.
- Rudolph, T., & Schmickler, M. (2000). Qualität von Serviceleistungen im Lebensmitteleinzelhandel. In C. Belz & T. Bieger (Eds.), *Dienstleistungskompetenz und innovative Geschäftsmodelle* (pp. 310-328). Thesis. ISBN: 978-390854554-5.
- 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 V. Trommsdorff (Ed.), *Handelsforschung 1999/2000 - Jahrbuch der Forschungsstelle für den Handel Berlin (FfH)* (pp. 141-161). Gabler. ISBN: 978-3-409-11616-9.
- Rudolph, T. (1998). Lebensmittelhandel 2005. In C. Belz (Ed.), *Management-Szenarien 2005* (pp. 112-114). Thesis.
- Rudolph, T. (1998). Projektmanagement - ein vielversprechender Ansatz zur Förderung von Innovation im Handel. In V. Trommsdorff (Ed.), *Handelsforschung 1998/99 - Jahrbuch der Forschungsstelle für den Handel Berlin (FfH)* (pp. 341-355). Gabler. ISBN: 978-3-4091-3441-5.
- Rudolph, T. (1998). Synergiepotentiale zwischen Marketing und Controlling. In R. Fickert (Ed.), *Customer Costing* (pp. 163-177). Verlag Paul Haupt. ISBN: 978-3-258-05889-4.
- Rudolph, T. (1997). Profilierung und Rationalisierung im Handel. In C. Belz & T. Rudolph (Eds.), *Handelsdynamik - Kompetenz für Marketing-Innovationen: Festschrift zum 70. Geburtstag von Heinz Weinhold, Schrift 3* (pp. 12-27). Thesis. ISBN: 978-3-9085-4525-5.
- Rudolph, T., & Dautzenberg, P. (1996). Die Positionierung von Betriebstypen in Verbundgruppen. In V. Trommsdorff (Ed.), *Handelsforschung. Positionierung des Handels, Nr. 97* (pp. 109-123). Gabler. ISBN: 978-340913510-8.
- Rudolph, T. (1996). Erfolgversprechende Positionen in Handel und Gastronomie marktgerecht profilieren. In T. Tomczak, T. Rudolph, & A. Roosdorp (Eds.), *Positionierung - Kernentscheidung des Marketing* (pp. 180-194). Thesis. ISBN: 978-390854518-7.
- Rudolph, T., & Weinhold, H. (1994). Erfolgreiche Profilierungskonzepte für den Einzelhandel in Europa, Management zwischen Effizienz und Vision. In R. & Tagungsband Nr. 85 des Gottlieb Duttweiler Instituts zur internationalen Handelstagung 1994 (pp. 89-101). Rüschi-kon.

- Rudolph, T. (1994). Die Kundenzufriedenheit mit dem Leistungsangebot von Verkaufsstellen in Deutschland, England und der Schweiz. In T. Tomczak & C. Belz (Eds.), *Kunden-nähe realisieren - Ideen, Konzepte, Methoden, Erfahrungen* (pp. 279-291). Thesis. ISBN: 978-390854502-6.
- Rudolph, T. (1994). Marktforschung als Grundlage für Profilierungserfolge im Einzelhandel. In T. Tomczak & S. Reinecke (Eds.), *Marktforschung* (pp. 160-170). Thesis. ISBN: 978-390854509-5.
- Rudolph, T., Belz, C., & Weinhold, H. (1992). Auswirkungen der Europäisierung auf den Einzelhandel in der Schweiz. In V. Trommsdorff (Ed.), *Handelsforschung: Handel im integrierten Europa, Nr. 93* (pp. 59-77). Gabler. ISBN: 978-340913394-4.

Conference Contributions

- Eggenschwiler, M., Linzmajer, M., & Rudolph, T. (2023, October 20). *Emotionalizing the Point of Sale: Evidence from a Quasi-Experimental Field Study* [Paper presentation]. Swiss Academy of Marketing Science (SAMS) 4th Conference, Lucerne, Switzerland.
- Linzmajer, M., Kleinlercher, K., Eggenschwiler, M., & Rudolph, T. (2023). Do, Undo, Redo: How Experiential Teaching Formats Prepare Marketing Students for Retail Practice [Paper presentation]. *Proceedings of the European Marketing Academy*, 52, 113623.
- Hauschke, A., Rudolph, T., & Evanschitzky, H. (2023, May 23-26). *Service Excellence by Inspired Frontline Employees* [Paper presentation]. European Marketing Association (EMAC) 52nd Annual Conference 2023, Odense, Denmark.
- Rudolph, T., Krall, N., & Kleinlercher, K. (2023, May 23-26). *Increasing customers' purchase and loyalty intentions through data-driven personalization in brick-and-mortar-stores* [Paper presentation]. European Marketing Association (EMAC) 52nd Annual Conference 2023, Odense, Denmark.
- Linzmajer, M., Hoang, M., Schraml, C., Rudolph, T., & Roggeveen, A. (2023, May 23-26). *Retailing in the Metaverse* [Paper presentation]. European Marketing Academy (EMAC) 52nd Annual Conference 2023, Odense, Denmark.
- Kleinlercher, K., Linzmajer, M., Rudolph, T., & Eggenschwiler, M. (2023). *Connecting Retail Education to Retail Practice: How Innovative Teaching Formats Influence Students' and Employees' Transformative Learning*. 2023 AMA Winter Academic Conference Proceedings, 1105-1108.
- Eggenschwiler, M., Linzmajer, M., & Rudolph, T. (2023). *Cross-Buying in Retailing: The Role of Customer Inspiration*. AMA Winter Academic Conference Proceedings, 1113-1116.
- Eggenschwiler, M., Linzmajer, M., & Rudolph, T. (2022, October 28). *The Role of Emotions in Masked Service Encounters* [Paper presentation]. Swiss Academy of Marketing Science (SAMS) 3rd Annual Conference 2022, Lucerne, Switzerland.
- Klink, B. D., & Rudolph, T. (2022). *E-Commerce Marketing Mix Effects on Online Patronage: A Meta-Analysis*. *Proceedings of the European Marketing Academy*, 50, 111770.
- Barth, E., & Rudolph, T. (2022, June 7-10). *Measuring Frontline Employees' Acceptance of Robots in Retailing* [Paper presentation]. 17th International Research Conference in Service Management, Porquerolles, France.
- Barth, E., & Rudolph, T. (2022, June 24-26). *Understanding Frontline Employees' Acceptance of Robots – Developing a Practice Orientated Robot Acceptance Model for Retail Frontline Employees* [Paper presentation]. *Frontiers in Service Management*, Boston, USA.

- Barth, E., & Rudolph, T. (2022, June 16-18). *A qualitative Approach to Understand Frontline Employees' Acceptance of Robots in Retailing* [Paper presentation]. 12th SERVSIG Conference 2022, Glasgow, UK.
- Schraml, C. M., Eggenschwiler, M., & Rudolph, T. (2022). The Influence of the Season on Consumers' Feeling of Groundedness and Product Attractiveness. *Proceedings of the European Marketing Academy*, 51, 107131.
- Rudolph, T., & Klink, B. D. (2022). A Taxonomy of Marketing Instruments in E-Commerce. *Proceedings of the European Marketing Academy*, 51, 107646.
- Eggenschwiler, M., Linzmajer, M., & Rudolph, T. (2022, February 3-6). *Service with a Smile: The Effects of Face Masks in Service Encounters* [Paper presentation]. Society of Consumer Psychology (SCP) 2022 Annual Conference, Virtual Venue.
- Linzmajer, M., Scheidegger, G., Rudolph, T., & Vanhuele, M. (2021). Smartphone Effect on Shoppers: How Mobile Information Storage Influences Price Knowledge. *ICIS 2021 Proceedings*, 5, 1795.
- Klink, B. D., & Rudolph, T. (2021). Online Patronage: Primer, Systematic Literature Review, and Conceptualization. *Proceedings of the European Marketing Academy*, 50, 104582.
- Linzmajer, M., Klink, B. D., Hauschke, A., & Rudolph, T. (2021, September 9-10). *Contagious Frontline Employees: The Effect of Frontline Employee Empowerment on Online Customer Reviews* [Paper presentation]. Rostocker Dienstleistungstagung, Rostock, Germany.
- Bischof, S., Böttger, T. M., Rudolph, T., & Lehmann, D. (2020). Managing Customers' Imagination: Antecedents and Effects of Anticipated Surprises. *Proceedings of the Association for Consumer Research Conference*, 220-221.
- Scheidegger, G., Rudolph, T., Linzmajer, M., & Bischof, S. F. (2020). Pay Less, Spend More: Consumers' Mental Accounting For Discounted Gift Cards. *Proceedings of the Association for Consumer Research Conference*, 545-564.
- Neumüller, K., Kleinlercher, K., & Rudolph, T. (2020, May 26-29). *Employee Inspiration: Conceptualization and Identification of Drivers* [Paper presentation]. European Marketing Academy (EMAC) 47th Annual Conference, Budapest, Hungary.
- Scheidegger, G., Kleinlercher, K., Linzmajer, M., Rudolph, T., & Barth, E. (2020, May 26-29). *The Black Friday Effect: The Moderating Impact of Event-Specific Promotions on the Relationship Between Deal Level and Deal Attractiveness* [Paper presentation]. European Marketing Academy (EMAC) 47th Annual Conference, Budapest, Hungary.
- Kleinlercher, K., Böttger, T., & Rudolph, T. (2019). Positioning High- and Low-Status Brands in Social Media: The Potential of Communication Style. *Advances in Consumer Research*, 48, 461-462.

- Kleinlercher, K., Linzmajer, M., & Rudolph, T. (2019, August 9). *Retail Education on Fire: How Teaching Formats Influence Students' Transformative Learning* [Paper presentation]. American Marketing Association (AMA) Summer Academic Conference 2019, Chicago, USA.
- Bischof, S. F., Scheidegger, G., Böttger, T., & Rudolph, T. (2019, May 16-18). *Automated Commerce: Consumers' Tolerance for Service Failures in Agency Situations*. [Paper presentation]. Theory + Practice in Marketing (TPM) Conference, New York City, USA.
- Kleinlercher, K., Linzmajer, M., & Rudolph, T. (2019). Retail Education from the Student to the Store and Beyond: How New Teaching Formats and Methods Influence Students' Transformative Learning Process. *Proceedings of the European Marketing Academy*, 48, 9356.
- Bischof, S. F., Rudolph, T., Scheidegger, G., & Böttger, T. (2018, May 29-June 1). *The Cost of Convenience: How Risk Jeopardizes Convenience in Automated Shopping* [Paper presentation]. European Marketing Academy (EMAC) 47th Annual Conference, Glasgow, Scotland.
- Scheidegger, G., Rudolph, T., & Linzmajer, M. (2018, May 29-June 1). *Smartphone Effect on Shoppers: How Mobile Information Storage Influences Price Knowledge* [Paper presentation]. European Marketing Academy (EMAC) 47th Annual Conference, Glasgow, Scotland.
- Rudolph, T., Linzmajer, M., Neumüller, K., & Biernath, D. (2017, June 26-29). *Killing two Birds with one Stone? – How Sustainable Profit Growth can go Hand in Hand with Higher Employee Satisfaction*. *Recent Advances in Retailing and Consumer Services* [Paper presentation]. The European Institute of Retailing and Services Studies (EIRASS), Vancouver, Canada.
- Bischof, S. F., Böttger, T., & Rudolph, T. (2017, May 23-26). *Cautiousness Caps Curiosity. The Influence of Risk on Attitude Towards Product Subscription Models* [Paper presentation]. European Marketing Academy (EMAC) 46th Annual Conference, Groningen, Netherlands.
- Herhausen, D., Kleinlercher, K., Emrich, O., Verhoef, P., & Rudolph, T. (2017, May 23-26). *Customer Journeys and their Effects on Customer Satisfaction and Loyalty* [Paper presentation]. European Marketing Academy (EMAC) 46th Annual Conference, Groningen, Netherlands.
- Kleinlercher, K., Herhausen, D., Emrich, O., Verhoef, P., & Rudolph, T. (2017, June 22-23). *The Role of Retailer Websites in the Customer Journey: How Website Cues Foster Channel Switching to the Physical Store* [Paper presentation]. Consumer Response to the Evolving Retailing Landscape, Philadelphia, USA.
- Kleinlercher, K., Böttger, T., & Rudolph, T. (2017, May 23-26). *Social Media Communication Styles and the DNA of Luxury Brands* [Paper presentation]. European Marketing Academy (EMAC) 46th Annual Conference, Groningen, Netherlands.
- Bischof, S. F., Böttger, T., & Rudolph, T. (2016, October 27-28). *What's in the Box? Risk in Surprise Subscription Models* [Paper presentation]. Association for Consumer Research (ACR) 44th North American Conference, Berlin, Germany.

- Nagengast, L., Linzmajer, M., Bassett, M., & Rudolph, T. (2015, October 1-4). *The Interplay of Personalized Product Recommendations and Popularity Information* [Paper presentation]. Association of Consumer Research (ACR) 43rd North American Conference, New Orleans, USA.
- Nagengast, L., Linzmajer, M., Boettger, T., & Rudolph, T. (2015). Emotional and Behavioral Consequences of Cross-Border Shopping. *Proceedings of the 2015 Academy of Marketing Science (AMS) World Marketing Congress*, 759-759.
- Pfrang, T., Rudolph, T., & Emrich, O. (2015, May 24-27). *Reducing Opportunistic Product Returns: The Potential of Self-Benefits and Social Norms* [Paper presentation]. European Marketing Academy (EMAC) 44th Annual Conference, Leuven, Belgium.
- Linzmajer, M., Schopfer, S., Nagengast, L., Keller, T., Fleisch, E., & Rudolph, T. (2015, May 24-27). *Using Mobile Applications as an In-store Marketing Tool: The Effects of Personalized Product Recommendations and Popularity Information on Sales* [Paper presentation]. European Marketing Academy (EMAC) 44th Annual Conference, Leuven, Belgium.
- Rudolph, T., Böttger, T., Pfrang, T., & Evanschitzky, H. (2015, February 13-15). *Customer Inspiration: Conceptualization, Scale Development, and Validation* [Paper presentation]. American Marketing Academy (AMA) Winter Academic Conference, San Antonio, USA.
- Böttger, T., Emrich, O., Lee, L., & Rudolph, T. (2014, October 23-26). *Inspirational Personalization: Abstract and Concrete Levels of Personalization* [Paper presentation]. Association for Consumer Research (ACR) 42nd North American Conference, Baltimore, USA.
- Nagengast, L., Linzmajer, M., Rudolph, T., & Böttger, T. (2014, June 3-6). *Inner Value Conflicts: Emotional and Behavioral Consequences of Cross-Border Shopping* [Paper presentation]. European Marketing Academy (EMAC) 43rd Annual Conference, Valencia, Spain.
- Pfrang, T., Rudolph, T., & Böttger, T. (2014, June 3-6). *Inspire to Delight: The Effects of Customer Inspiration on Consumers' Purchase Decisions* [Paper presentation]. European Marketing Academy (EMAC) 43rd Annual Conference, Valencia, Spain.
- Rudolph, T., Metzler, T., & Emrich, O. (2014, May 8-10). *Touchpoint Usage in a Shoppers' Path-to-purchase* [Paper presentation]. Shopper Marketing & Pricing Conference, Stockholm, Sweden.
- Rudolph, T., Nagengast, L., & Heidemann, C. (2013, October 3-6). *Consumers' Reactions to Assortment Reductions and Shelf Categorizations: A Field Experiment* [Paper presentation]. Association for Consumer Research (ACR) 41st North American Conference, Chicago, USA.
- Rudolph, T., Nagengast, L., & Heidemann, C. (2013, July 4-7). *Customers' Reactions to Assortment Reductions and Shelf Categorizations* [Paper presentation]. Association for Consumer Research (ACR) 10th European Conference, Barcelona, Spain.
- Brunner, F., & Rudolph, T. (2013, September 10-12). *Facilitating Discontinuous Strategic Renewal: Routes of Organizational Design Adaptation* [Paper presentation]. British Academy of Management (BAM) 27th Annual Conference, Liverpool, UK.

- Nagengast, L., Rudolph, T., & Böttger, T. (2013, October 3-6). *Inner Value Conflicts: Emotional and Behavioral Consequences of Cross Border Shopping* [Paper presentation]. Association for Consumer Research (ACR) 41st North American Conference, Chicago, USA.
- Böttger, T., Rudolph, T., & Pfrang, T. (2013, June 4-7). *Inspirational Communication - The Mediating Role of Customer Inspiration in Attribute Framing* [Paper presentation]. European Marketing Academy (EMAC) 42nd Annual Conference, Istanbul, Turkey.
- Rudolph, T., & Böttger, T. (2013, July 4-7). *The Effects of Shopping Goal Concreteness on Shoppers' Behavior and Inspiration in Online Retailing* [Paper presentation]. Association for Consumer Research (ACR) 10th European Conference, Barcelona, Spain.
- Nagengast, L., Evanschitzky, H., Blut, M., & Rudolph, T. (2013, July 4-7). *When Does Satisfaction Lead to Loyalty? A New Perspective on the Moderating Effect of Switching Costs* [Paper presentation]. Association for Consumer Research (ACR) 10th European Conference, Barcelona, Spain.
- Rudolph, T., & Böttger, T. (2012, May 22-25). *Customer Inspiration Through Digital Media* [Paper presentation]. European Marketing Academy (EMAC) 41st Annual Conference, Lisbon, Portugal.
- Sohl, T., Vroom, G., & Rudolph, T. (2012, October 6-9). *Dynamic Performance Effects of Diversification into Emerging Markets: Evidence from the Retailing Industry* [Paper presentation]. Strategic Management Society (SMS) 32nd Annual International Conference, Prague, Czech Republic.
- Rudolph, T., Nagengast, L., Evanschitzky, H., & Blut, M. (2012, August 17-19). *New Insights on the Moderating Role of Switching Costs on the Satisfaction-Loyalty Link* [Paper presentation]. American Marketing Association (AMA) Summer Academic Conference, Chicago, USA.
- Rudolph, T., Nagengast, L., Evanschitzky, H., & Blut, M. (2012, October 4-7). *New Insights on the Moderating Role of Switching Costs on the Satisfaction-Loyalty Link* [Paper presentation]. Association for Consumer Research (ACR) 40th Annual Conference, Vancouver, Canada.
- Bauer, J. C., Morwitz, V. G., & Rudolph, T. (2012, March 2-4). *When Desire Is Stronger Than Debt Aversion: Enticing Consumers With Interest-Free Financing Deals* [Paper presentation]. Society for Consumer Psychology (SCP) Winter Conference, Las Vegas, USA.
- Bauer, J. C., Morwitz, V. G., & Rudolph, T. (2012, June 29-July 1). *When Desire Is Stronger Than Debt Aversion: Enticing Consumers With Interest-Free Financing Deals* [Paper presentation]. Society for Consumer Psychology (SCP) 1st International Conference, Florence, Italy.
- Bauer, J. C., Morwitz, V. G., & Rudolph, T. (2012, November 29). *When desire is stronger than debt aversion: Enticing consumers with interest-free financing deals* [Paper presentation]. Handelsforschung Conference, Göttingen, Germany.

- Sohl, T., & Rudolph, T. (2011, June 9-11). *Assortment diversification in the retail industry: The impact on market-based and accounting-based performance* [Paper presentation]. INFORMS 3rd Annual Marketing Science Conference, Houston, Texas, USA.
- Rudolph, T., Hoedl, J., & Sohl, T. (2011, June 29-July 1). *Consumers' self-scanning adoption: The role of personal and situational factors* [Paper presentation]. European Association for Education and Research in Commercial Distribution (EAERCD) 16th Conference, Parma, Italy.
- Sohl, T., Vroom, G., & Rudolph, T. (2011, November 6-9). *International diversification and firm performance: The moderating role of ownership structure* [Paper presentation]. Strategic Management Society (SMS) 31st Annual International Conference, Miami, USA.
- Sohl, T., & Rudolph, T. (2011, May 22-24). *Retail format portfolio strategy and firm performance: A longitudinal study* [Paper presentation]. European Marketing Academy (EMAC) 40th Annual Conference, Ljubljana, Slovenia.
- Emrich, O., Paul, M., & Rudolph, T. (2011, August 5-7). *The impact of multichannel integration on choice. In Delivering Value in Turbulent Times* [Paper presentation]. American Marketing Association (AMA) Summer Academic Conference, San Francisco, USA.
- Sohl, T., & Rudolph, T. (2011, November 6-9). *The performance implications of related and unrelated within-industry diversification* [Paper presentation]. Strategic Management Society (SMS) 31st Annual International Conference, Miami, USA.
- Rudolph, T., & Emrich, O. (2010, October 9-10). *How Consumer's Cognitive Maps Influence their Online-Shopping Behavior: Store- versus web-based orientation styles* [Paper presentation]. Direct Marketing Educational Foundation (DMEF), San Francisco, USA.
- Sohl, T., & Rudolph, T. (2010, May 19-22). *Managerial Resistance to Divest: The Role of Psychological Inhibitors in the Formation of Divestiture Decisions* [Paper presentation]. European Academy of Management (EURAM) 10th Annual Conference, Rome, Italy.
- Rudolph, T., Emrich, O., & Hemetsberger, A. (2010, June 1-4). *Motivational Directions in "Fun"-oriented Online Behavior* [Paper presentation]. European Marketing Academy (EMAC) 39th Annual Conference, Copenhagen, Denmark.
- Rudolph, T., Glas, A., & Kenning, P. (2010, October 7-10). *Overweight and Self-Control Failure: Is There a Way Out?* [Paper presentation]. Association for Consumer Research (ACR) 38th North American Conference, Jacksonville, USA.
- Emrich, O., & Rudolph, T. (2010, June 19). *The Virtual Opening of the Value Chain: A Conceptual Model of Customer-firm Interaction on the Internet* [Paper presentation]. INFORMS 32nd Marketing Science Conference, Cologne, Germany.
- Rudolph, T., & Sohl, T. (2009, July 15-17). *How Should Retailers Behave in Category Captain Arrangements? A Game-Theoretic Analysis* [Paper presentation]. European Association for Education and Research in Commercial Distribution (EAERCD) 15th International Conference, Surrey, UK.

- Rudolph, T., & Emrich, O. (2009, August 10-13). *Linking Service and Innovation Processes on the Internet: A Framework for Customer-Firm Constellations in Electronic Networks* [Paper presentation]. American Marketing Association (AMA) Summer Academic Conference, Baltimore, USA.
- Paul, M., Hennig-Thurau, T., & Rudolph, T. (2008, September 25-26). *How to Allocate Marketing Resources across Multiple Service Channels? A Customer Value Approach* [Paper presentation]. Rostock 1st Conference on Service Research, Rostock, Germany.
- Paul, M., Hennig-Thurau, T., & Rudolph, T. (2008, August 8-10). *Using Customer Equity to Determine Optimal Multi-Channel Strategies* [Paper presentation]. American Marketing Association (AMA) Summer Academic Conference, San Diego, USA.
- Paul, M., Hennig-Thurau, T., & Rudolph, T. (2008, June 9-11). *Identifying the Right Mix of Bricks and Clicks: Customer Equity Maximizing Multichannel Strategies for Service Firms* [Paper presentation]. SERVSIG International Research Conference, Liverpool, UK.
- Kotouc, A. J., & Rudolph, T. (2008, July 15-18). *Assortment Image: The Consumer Perspective of an Assortment* [Paper presentation]. European Association for Education and Research in Commercial Distribution (EAERCD) 14th International Conference, Saarbrücken, Germany.
- Schweizer, M., Kotouc, A. J., Wagner, T., & Rudolph, T. (2006, October 26-29). *Scale Development for Consumer Confusion* [Paper presentation]. Association for Consumer Research (ACR) 34th North America Conference, Orlando, USA.
- Rudolph, T., & Kleinschrodt, A. (2005, November 2-3). *Geschäftsmodelle im Discountzeitalter* [Paper presentation]. Symposium zum Strategischen Kompetenz-Management: Denkanstösse und neue Perspektiven, Bremen, Germany.
- Rudolph, T., Wagner, T., & Schweizer, M. (2005, February 18-21). *Assessing the Hierarchical Dimension of Shopping Motivation* [Paper presentation]. American Marketing Association (AMA) Winter Academic Conference, San Antonio, USA.
- Einhorn, M., Rudolph, T., & Drenth, R. (2004). *What Customer Information Do Category Managers Need? An Inquiry Into Category Manager's Mind* [Paper presentation]. Excellence in International Research (ESOMAR) Conference, Amsterdam, Netherlands.
- Rudolph, T., Drenth, R., & Einhorn, M. (2004, May 26-29). *Reducing Cognitive Barriers to Effective Retail Supply Chain Management - An Inquiry into the Category Manager's Mind* [Paper presentation]. Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference, Vancouver, Canada.
- Rudolph, T., Schweizer, M., & Wagner, T. (2004, February 20-23). *Consumer Confusion in Retail Environments: An Adoption of the MR Model* [Paper presentation]. American Marketing Association (AMA) Winter Academic Conference, Scottsdale, Arizona, USA.

- Rudolph, T., Wagner, T., & Schweizer, M. (2004, February 20-23). *Rethinking Consumer Shopping Motivation: Integrating the Hierarchical Dimension* [Paper presentation]. American Marketing Association (AMA) Winter Academic Conference, Scottsdale, Arizona, USA.
- Einhorn, M., & Rudolph, T. (2003). *What Customer Information do Category Managers Need? An Inquiry Into the Category Manager's Mind* [Paper presentation]. ESOMAR Conference, Dublin, Ireland.
- Rudolph, T., Schweizer, M., & Wagner, T. (2002, June 27-29). *Linking Personality Traits with Customers' In-Store Choice Behaviour: Conceptual Findings of a Two Step Segmentation Process* [Paper presentation]. Frontiers in Services Conference, Maastricht, Netherlands.
- Rudolph, T., & Rosenbloom, B. (2002, June 26-29). *Multi-Channel Strategies in a Global Environment* [Paper presentation]. Multicultural Marketing Conference, Valencia, Spain.
- Rudolph, T., & Rosenbloom, B. (2001, August 4-6). *Channel Paradigms in the Global E-Commerce Environment: A Comparative Perspective Environment* [Paper presentation]. American Marketing Association (AMA) Summer Academic Conference, Washington, United States.
- Rudolph, T., Busch, S., & Wagner, T. (2001, June 27-29). *Barriers to Buying: Online Retailing from the Consumer's Perspective* [Paper presentation]. Research in the Distributive Trades 11th International Conference, Tilburg, Netherlands.
- Rudolph, T., & Busch, S. (2000, July 13-14). *Swiss Online Retailing: Following the American Lead?* [Paper presentation]. European Association for Education and Research in Commercial Distribution (EAERCD) 11th International Conference, Barcelona, Spain.
- Rudolph, T., & Busch, S. (2000, May 29-June 6). *Implementing Business Models in International Retailing?* [Paper presentation]. AFM 3rd French-German Conference, St. Malo, France.
- Rudolph, T., & Busch, S. (1999, September 26-28). *Entry Strategies in European Retailing* [Paper presentation]. Research in the Distributive Trades 10th International Conference, Stirling, UK.

Working Papers

- Böttger, T., Emrich, O., Lee, L., & Rudolph, T. (2015). *Individualized Lifestyle Marketing: A field experiment*. [Working Paper]. Forschungszentrums für Handelsmanagement, Universität St.Gallen.
- Brunner, F., & Rudolph, T. (2012). *Kundenverstehender, Netzwerker und Prozessexperten: Mit welchen Schlüsselkompetenzen modernes Handelsmanagement zum Erfolg führt* [Working Paper]. Forschungszentrum für Handelsmanagement, Universität St.Gallen.
- Berka, M., Devereux, M. B., & Rudolph, T. (2011). *Price Setting in a Leading Swiss Online Supermarket* [Working Paper]. National Bureau of Economic Research.
- Rudolph, T. (2000). *Erfolgreiche Geschäftsmodelle im europäischen Handel: Ausmass, Formen und Konsequenzen der Internationalisierung für das Handelsmanagement* [Working Paper]. Thesis.
- Rudolph, T. (1994). *Successful Differentiation Concepts for Retailing in Europe* [Working Paper]. Institut für Marketing und Handel, Universität St.Gallen.
- Rudolph, T., & Lingenfelder, M. (1990). *Die Beurteilung von Vertriebsleitern durch Einkaufsleiter im deutschen Lebensmittel-Handel* [Working Paper]. Institut für Marketing, Universität Mannheim.

Articles in Practitioner Journals

- Rudolph, T., Bierbaum, E., & Gerlach, T. (2025, May). Shoppen mit dem Glücksrad. *Harvard Business Manager*, 5.
- Rudolph, T., Bierbaum, E., & Gerlach, T. (2025, April). Temu, Shein & Co. Was können locale Anbieter ihnen entgegensetzen? *Harvard Business Manager*, 5.
- Rudolph, T., Eggenschwiler, M., & Hauschke, A. (2025, February). The Customer Spending Map, A Framework for Omnichannel Excellence. *Marketing Review St.Gallen*, 2.
- Rudolph, T., & Bierbaum, E. (2025, January 16). «Digitales Detox» bei jungen Schweizern. *Digital-commerce Post*.
- Rudolph, T., & Eggenschwiler, M. (2025, February 11). Marketing im Online-Handel: Das lernt man von ausländischen Anbietern wie Shein. *E-commerce magazin*.
- Rudolph, T., Kralle, N., Gerlach, T., & Bierbaum, E. (2025, January 8). Neue HSG Studie zeigt überraschende Trends im E-Commerce. *LEADER digital*.
- Rudolph, T., Eggenschwiler, M., & Ratnam, A. (2025, January 3). Hürden beim Online-Shopping – Herausforderungen für Händler und Kunden. *eCommerce magazin*.
- Rudolph, T., & Bierbaum, E. (2024). Das Smartphone auf dem Vormarsch. *Handel Heute*, (1) 16-17.
- Rudolph, T., & Schraml, C. (2024, October 24). Omni-Channel-Management. *Handelszeitung*, 1-3.
- Rudolph, T., & Kralle, N. C. (2024). Deutlicher Anstieg der Ausgabebeträge bei Omni-Channel Einkäufen. *Absatzwirtschaft*, (5), 77-79.
- Rudolph, T., & Schraml, C. (2024). Renaissance des stationären Handels. *Lebensmittelzeitung*, (12), 89-90.
- Rudolph, T., & Hauschke, A. & Hoang, M. (2024). Chancen für den Handel im Metaverse. *Marketing Review St.Gallen* 41(2), 22-30.
- Rudolph, T., & Otto, C. (2024). Stationäre Läden müssen an Ihren Sortimenten arbeiten. *Handel Heute*, (2), 36-38.
- Rudolph, T., & Eggenschwiler, M. (2024). Weniger Kontaktpunkte genutzt. *markenartikel*, (5), 64-67.
- Rudolph, T., & Bierbaum, E. O. M. (2024). Segmentierung von Omni-Channel Einkäufern. *Harvard Business Manager*, (8), 10-12.

- Linzmajer, M., Eggenschwiler, M., & Rudolph, T. (2023). Kundeninspiration durch Social Media Marketing. *markenartikel*, (11), 77-79.
- Rudolph, T., Kralle, N. C., & Eggenschwiler, M. (2023). Kundensegmentierung für eine nachhaltige und gesunde Ernährung. *Marketing Review St.Gallen*, (3), 34-43.
- Rudolph, T., Linzmajer, M., & Eggenschwiler, M. (2023). Mehrkäufe dank Inspiration: Kundeninspiration als Chance für den Detailhandel. *Handel Heute*, (3), 40-42.
- Rudolph, T., Fazliu, F., & Eggenschwiler, M. (2022). Das Gefangenendilemma des Black Friday und Cyber Monday-Ausmass und Verteidigungsstrategien in Rabattschlachten. *Swiss Marketing Review*, (1), 4-11.
- Rudolph, T., Otto, C., & Razic, R. (2022). So oder so oder doch anders - Veränderung Konsumgewohnheiten. *Handel Heute*, (2), 28-29.
- Rudolph, T., Kralle, N. C., & Eggenschwiler, M. (2021). Kundensegmentierung für eine nachhaltige und gesunde Ernährung. *Marketing Review St.Gallen*, (3), 34-43.
- Rudolph, T., Kralle, N. C., & Bischof, S. F. (2021). Kontaktfrei kaufen. *Harvard Business Manager*, (3).
- Rudolph, T., Neumüller, K., & Kleinlercher, K. (2021). Employee Inspiration in Retailing: Opportunities and Risks. *Marketing Review St.Gallen*, (1), 34-41.
- Rudolph, T., Steiner, D., & Scheidegger, G. (2021). Dynamisches Preismanagement im Handel: Handlungsempfehlungen für eine faire Preisgestaltung. *Marketing Review St.Gallen*, (1), 62-69.
- Bischof, S. F., Rudolph, T., & Hauschke, A. (2020). Wie Aboboxen profitabel werden. *Harvard Business Manager*, (9), 50-57.
- Scheidegger, G., Linzmajer, M., & Rudolph, T. (2020). Price discount strategies in times of increasing price transparency: How price consciousness and price comparison moderate the effect of discount strategy on store price image. *Die Unternehmung*, 74(4), 384-402.
- Rudolph, T., Scheidegger, G., Barth, E., & Linzmajer, M. (2019). The Dose Makes the Poison: Dynamic Pricing Strategies and Their Influence on Consumers. *Marketing Review St.Gallen*, (5), 22-31.
- Bischof, S. F., & Rudolph, T. (2019). Konsequent einfach: wie Sie organisationale Komplexität in den Griff bekommen. *Absatzwirtschaft*, (3), 48-53.
- Rudolph, T., & Lersch, T. (2018). CROSS-CHANNEL Chancen und Risiken. *Handel Heute*, (2), 32-33.
- Rudolph, T., & Scheidegger, G. (2018). Die etwas andere Wirtschaftsvorlesung. *Handel Heute*, (5), 32-33.

- Rudolph, T., Bischof, S. F., Böttger, T., & Weiler, N. (2017). Distribution at the Door: A Taxonomy on Subscription Models in Retailing. *Marketing Review St.Gallen*, (5), 18-25.
- Rudolph, T., & Schweizer, M. (2017). Disruptive Veränderungen im Handel erfolgreich managen. *Marketing Review St.Gallen*, (5), 26-33.
- Nagengast, L., Rudolph, T., Bassett, M., & Nitsch, F. (2016). Potenziale von Mobile Marketing erkennen & nutzen. *Marketing Review St.Gallen*, (6), 46-54.
- Rudolph, T., Nagengast, L., Bassett, M., & Bouteiller, D. (2015). Die Nutzung mobiler Shopping Apps im Kaufprozess. *Marketing Review St.Gallen*, (3), 42-49.
- Rudolph, T., Essig, E., & Briner, A. (2015). Kundeninspiration im Schmuckhandel: Eine empirische Untersuchung zum Kaufverhalten Schweizer Frauen. *Planung & Analyse. Zeitschrift für Marktforschung und Marketing*, (5), 39-41.
- Rudolph, T., & Pfrang, T. (2014). Der Point of Sale als Inspirationsquelle: Kundeninspiration als Markenstrategie. *Planung & Analyse. Zeitschrift für Marktforschung und Marketing*, (3), 28-31.
- Rudolph, T., & Linzmajer, M. (2014). Big Data im Handel. *Marketing Review St.Gallen*, (1), 12-24.
- Rudolph, T., Metzler, T., & Emrich, O. (2014). Wie Kunden einkaufen. *Harvard Business Manager*, (2), 1-4.
- Weber, M., & Rudolph, T. (2014). Nachhaltige Unternehmensführung. *Marke 41. Das Neue Journal für Marketing*, (2), 16-20.
- Rudolph, T., Essig, E., & Rink, J. (2014). Mit reiferen Kunden wachsen: Chancen aus dem demographischen Wandel für den Handel. *Planung & Analyse. Zeitschrift für Marktforschung und Marketing*, (1), 35-38.
- Rudolph, T., Böttger, T., & Amgwerd, N. (2013). Inspiration statt Langeweile. *Harvard Business Manager*, (6), 12-13.
- Weber, M., & Rudolph, T. (2013). Umsatzwachstum mit sparenden Konsumenten. *Marketing Review St.Gallen*, (2), 10-23.
- Rudolph, T., Emrich, O., & Brunner, F. (2012). Online boomt: Die Voraussetzungen. *IO-Management*, (6), 6-12.
- Rudolph, T., Böttger, T., & Pfrang, T. (2012). Kundeninspiration als Chance für den Handel. *Marketing Review St.Gallen*, (5), 8-15.
- Emrich, O., & Rudolph, T. (2011). Wachsen mit E-Commerce: Cross-Channel-Management. *Harvard Business Manager*, (7), 4-8.
- Rudolph, T., & Sohl, T. (2010). Kaufverhaltensänderungen erkennen. *Marke 41. Das Neue Journal für Marketing, Sonderheft Handelsmarketing*, 26-29.

- Rudolph, T., & Meise, N. (2010). Mehrwert durch Transparenz kommunizieren. *Marketing Review St.Gallen*, (3), 15-19.
- Rudolph, T., & Glas, A. (2010). Veränderungen im Essverhalten: Anforderungen an Verkaufskonzepte im Lebensmittelhandel. *Marke 41. Das Neue Journal für Marketing*, (2), 82-87.
- Rudolph, T., Sohl, T., & Hoedl, J. (2010). Schweizer mögen Self-Scanning. *Retail Technology*, (2), 31.
- Rudolph, T., & Heidemann, C. (2008). Der Schweizer Detailhandel in der Ostschweiz: Konsumententrends 2008. *Wirtschaftsinformation Region Schaffhausen*, 17-32.
- Rudolph, T., Wagner, T., & Sohl, T. (2009). Kundensegmentierung im Handel: Kaufmotive erkennen und nutzen. *Marketing Review St.Gallen*, (4), 34.
- 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*, (2), 11-16.
- Rudolph, T., & Kleinschrodt, A. (2007). Preisfairness im Handel: Ein konzeptioneller Überblick. *Thexis*, (4), 40-44.
- Rudolph, T. (2007). Aktuelle Trends im Handel - Einkaufsmöglichkeiten im Internet im Bewusstsein der Konsumenten. *Marketing Journal*, (6), 24-26.
- Kotouc, A. J., & Rudolph, T. (2006). Wenn weniger wirklich mehr ist. Absatzwirtschaft. *Zeitschrift für Marketing*, (12), 30-35.
- Rudolph, T., & Kotouc, A. J. (2006). Das Sortiment aus Verbrauchersicht: Oder warum die Formel "Grösseres Sortiment = Zufriedenere Kunden = Mehr Umsatz" nicht stimmt. *Thexis*, (2), 2-7.
- Rudolph, T. (2006). Die Drei Trends im Detailhandel. Persönlich: die Zeitschrift für Unternehmensführung, *Marketing und Kommunikation*, (5), 36-38.
- Rudolph, T., & Kotouc, A. J. (2005). Das optimale Sortiment aus Kundensicht. *Harvard Business Manager*, (8), 64-73.
- Schweizer, M., & Rudolph, T. (2005). Confusion Goes Discount. *IO New Management*, 74(6), 38-41.
- 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*, (3), 18-19.

- Rudolph, T., & Schweizer, M. (2004). Consumer Confusion aus der Sicht der Konsumenten - empirische Ergebnisse einer qualitativen Studie. *Thexis*, (4), 11-16.
- Brandes, D., Gross, P., Kern, T., Renggli, G., Schwerdtle, W., & Rudolph, T. (2004). Round Table "Consumer Confusion". *Thexis*, (4), 2-4.
- Rudolph, T., & Vagedes, M. (2004). Die mentalen Grenzen der Marktforschung. *Thexis*, (2), 40-41.
- Rudolph, T., & Schweizer, M. (2004). Consumer Confusion: Die Qual der Wahl. *Marketing Communication*, (15), 15-19.
- Rudolph, T., & Loos, J. (2003). Multichannel Sourcing als neuer Denksatz im strategischen Beschaffungsmanagement des Handels. *Thexis*, (3), 12-16.
- Rudolph, T., & Becker, K. (2003). Efficient Differentiation: A Systematic Approach for Retailers to Appear Unique. *The European Retail Digest, Oxford Institute of Retail Management*, (38), 80-85.
- Rudolph, T., & Schweizer, M. (2003). Produktvielfalt: Ermüdungserscheinungen beim Kunden. *Thexis*, (2), 48-50.
- Rudolph, T., & Schweizer, M. (2003). Kunden wieder zu Käufern machen. *Harvard Business Manager*, 1, 23-33.
- Rudolph, T. (2002). Markenmanagement im Handel - Ausgestaltungsformen und Entwicklungstendenzen. *Thexis*, (4), 21-25.
- Rudolph, T., & Busch, S. (2002). Handel auf elektronischen Marktplätzen. *Thexis*, (3), 2-7.
- Rudolph, T., Schweizer, M., & Knaus, A. (2002). The Retailers' Struggle in the Battle for Talent. *The European Retail Digest*, 34, 14-18.
- Rudolph, T., & Einhorn, M. (2001). Herausforderungen im europäischen Einzelhandel. *Thexis*, (3), 2-7.
- Rudolph, T., & Wagner, T. (2001). Hausaufgaben für Online-Händler. *IO-Management*, (5), 54-57.
- Rudolph, T., & Löffler, C. (2001). Die Zukunft des Online-Shoppings: 10 Thesen. *GDI-Impuls*, (2), 36-41.
- Rudolph, T. (2000). Zehn Thesen zur Internationalisierung im Handel. *GDI-Impuls*, (2), 10-11.
- Rudolph, T., & Busch, S. (2000). Internationalisierung im europäischen Einzelhandel. *Thexis*, (1), 56.

- Rudolph, T., & Maag, M. (1999). Der Grosshandel im Transformationsprozess. *IO-Management*, (12), 24-28.
- Rudolph, T., & Büchner, M.-G. (1999). Technologische Innovationen - Schrittmacher der Handelsentwicklung. *Thexis*, (1), 57-62.
- Rudolph, T. (1997). Der Projektmanagement-Ansatz als integrierte Implementierungsmethodik komplexer Veränderungsvorhaben im Handelsmarketing. *Thexis*, (4), 15-19.
- Rudolph, T., & Büchner, M.-G. (1996). Die Entwicklung absolventengerechter Nachwuchsförderungsprogramme. *IO-Management*, (9), 85-88.
- Rudolph, T., & Büchner, M.-G. (1996). Förderung des Führungsnachwuchses in Europa. *Thexis*, (1), 30-36.
- Rudolph, T. (1995). In diabolischen Preiskämpfen bestehen. *Thexis*, (4), 2-9.
- Rudolph, T. (1994). Zentralisierung oder Dezentralisierung für den Einzelhandel in Europa? *Thexis*, (4), 45-55.
- Rudolph, T. (1993). Verkaufsstellenmanagement im Europäischen Einzelhandel. *Thexis*, (4), 48-52.
- Rudolph, T. (1992). Interaktionsmanagement an der Distributionsschnittstelle zwischen Lebensmittelindustrie und Lebensmittelhandel. *Thexis*, (4), 43-46.
- Rudolph, T. (1992). Personalpolitik im Handel. *Thexis*, (3), 24-30.