

Publikationen

Magerhans, A. / [Merkel, Th.](#) / [Cimbalista J.](#) (2012): Marktforschungsergebnisse zielgruppengerecht kommunizieren: Ergebnisberichte - Präsentationen - Workshops, Wiesbaden: Springer Gabler

Magerhans, A. / Sliva, D. (2011): Quo Vadis Ethnomarketing: Ergebnisse einer Online-Delphi-Befragung, in: Haase, H./Lautenschläger, A. (Hrsg.): Festschrift des [Center for Innovation and Entrepreneurship](#) anlässlich des 20-jährigen Bestehens der Fachhochschule Jena, S. 189 - 219

Magerhans, A. (2006): Customer Satisfaction in Electronic Commerce – A Survey Concerning the German Online Bookshop Trade, VHB/IFSAM VIII World Congress September 2006 in Berlin ([International Federation of Scholarly Associations of Management](#))

Magerhans, A. (2006): Kundenzufriedenheit im Electronic Commerce. Untersuchungen zur Ausprägung, zu Determinanten und zu Wirkungen der Kundenzufriedenheit im Online-Buchhandel, Göttingen [Georg-August-Universität](#)

Schwieh, B. / Magerhans, A. (2006): Fundraising. Kooperationen mit Stiftungen, in: *SOZIALwirtschaft* (2006), Heft 4, S. 24-26

Magerhans, A. (2005): Kundenzufriedenheit im Electronic Commerce – Eine Kano-Analyse im Online-Buchhandel, Beiträge zur Marketingwissenschaft Nr. 54, hrsg. Von Prof. Dr. G. Silberer, Göttingen: [Institut für Marketing und Handel](#)

Magerhans, A. / Köcher, M. (2004): Nachfragerverhalten im Residenz- und Distanzhandel: Eine informationsökonomische Betrachtung, in: Wiedmann, K.-P. (Hrsg.): Fundierung des Marketing. Verhaltenswissenschaftliche Erkenntnisse als Grundlage einer angewandten Marketingforschung, Wiesbaden: Gabler, S. 363-386

Silberer, G. / Magerhans, A. / Wohlfahrt, J. (2001): Kundenzufriedenheit und Kundenbindung im Mobile Commerce, in: Silberer, G./Wohlfahrt, J./Wilhelm, T. (Hrsg.): Mobile Commerce. Grundlagen – Geschäftsmodelle – Erfolgsfaktoren, Wiesbaden: Gabler, S. 309-324

Magerhans, A. (2000): Kundenzufriedenheit im Electronic Commerce, Beiträge zur Marketingwissenschaft Nr. 34, Hrsg. Von Prof. Dr. G. Silberer, Göttingen: Institut für Marketing und Handel