



## **Publikationsliste Dr. Katja Soyez (geb. Wittig)**

### **1. Beiträge in Zeitschriften**

#### **1.1. Referierte Zeitschriften**

Soyez, K.; Francis, N. P.; Smirnova, M. M. (2012): How Individual, Product and Situational Determinants Affect the Intention to Buy and Organic Food Buying Behavior: A Cross-National Comparison in Five Nations, in: *der markt – International Journal of Marketing* (forthcoming).

Hoffmann, S.; Soyez, K. (2010): A Cognitive Model to Predict Domain-specific Consumer Innovativeness, in: *Journal of Business Research*, 63 (7), 778-785.

Soyez, K.; Hoffmann, S.; Wünschmann, S.; Gelbrich, K. (2009): Pro-environmental Value Orientation across Cultures. Development of a German and Russian Scale, in: *Social Psychology*, 40 (4), 222-233.

#### **1.2. Sonstige Zeitschriften**

Wittig, K.; Hoffmann, S. (2008): Identifikation innovativer Konsumenten. Stand der Forschung zu den Korrelaten der Konsumenteninnovativität, in: *Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung*, 54 (3), 247-265.

Hoffmann, S.; Wittig, K. (2007): Adaptation of Advertisement Campaigns to Foreign Markets. A Content Analysis, in: *Journal of European Economy*, 6 (2), 128-150.

### **2. Monographien**

Müller, S.; Wünschmann, S.; Wittig, K.; Hoffmann, S. (2007): *Umweltbewusstes Konsumentenverhalten im interkulturellen Vergleich: Ein Beitrag zum Interkulturellen Marketing*, Göttingen: Cuvillier.

### **3. Beiträge in Herausgeberbänden und Konferenz-Proceedings**

#### **3.1. Beiträge mit peer review**

Soyez, K.; Smirnova, M. (2010): Pro-Environmental Value Orientation in Emerging Markets. A Value-Based Theory of Planned Behavior, in: Bauer, A.; Agardi, I. (Eds.): EMAC Regional Conference – Marketing Theory Challenges in Emerging Societies, Proceedings of the 1<sup>st</sup> Annual EMAC Regional Conference, September 24<sup>th</sup>-25<sup>th</sup>, 2010.

Wittig, K.; Hoffmann, S.; Smirnova, M. (2008): Cross-national Differences in Organic Food Consumption: A Question of Collectivistic and Individualistic Values? An Outlook on a Cross-cultural Study in Russia and Germany, in: Fürstenau, B.; Uhr, W. (Hrsg.): Der Einfluss der Globalisierung auf die wirtschaftliche und kulturelle Entwicklung - betrachtet aus russischer und deutscher Perspektive, Dresden: Technische Universität Dresden, S. 109-119.

Mai, R.; Wünschmann, S.; Wittig, K. (2008): Zweistufige Messung der Zahlungsbereitschaft für hybride Produkte, in: Bichler, M.; Hess, T.; Krcmar, H.; Lechner, U.; Matthes, F.; Picot, A.; Speitkamp, B.; Wolf, P. (Hrsg.): Multikonferenz Wirtschaftsinformatik, Berlin: GITO, 155-156.

Hoffmann, S.; Wittig, K. (2006): Do International Advertisement Campaigns Reflect Cultural Differences? In: Gençtürk, E. (Ed.): Proceedings of the CIMAR Annual Meeting (2006), Istanbul.

#### **3.2. Sonstige Beiträge (editor review)**

Wittig, K.; Wünschmann, S. (2008): Informationswert der Webseite als Erfolgsfaktor, in: Wünschmann, S.; Schwarz, U.; Müller, S. (Hrsg.): Webseiten-Gestaltung: Erfolgsfaktoren und Kontrolle, Bonn: Mitp-Verlag, S. 127-150.

Greipl, E.; Wittig, K. (2007): Auswege aus der Preisfalle, in: Bayón, T.; Herrmann, A. (Hrsg.): Vielfalt und Einheit in der Marketingwissenschaft: Ein Spannungsverhältnis, Wiesbaden, 45-65.

Wittig, K. (2007): Der Einfluss des Selbst auf das Beschwerde-Paradoxon, in: Greipl, E.; Müller, S. (Hrsg.): Zukunft der Innenstadt: Herausforderungen für ein erfolgreiches Stadtmarketing, Wiesbaden, 196-203.

### **3.3. Abstracts in Proceedings (peer review)**

Soyez, K.; Smirnova, M.; Francis, J. (2011): What Triggers Pro-Environmental Behavior Cross-Culturally? An Empirical Investigation in Five Nations, in: Conway, M. (Ed.): The Sustainable Marketplace, Volume XXXIV: Proceedings of the Annual Conference of the Academy of Marketing Science, Coral Gables, May 24<sup>th</sup>-27<sup>th</sup>, 2011, Coral Gables, USA, 343.

### **4. Arbeitspapiere**

Günther, E.; Hüske, A.-K.; Hutter, K.; Soyez, K.; Stechemesser, K. (2009): Hemmnisse umweltfreundlichen Verhaltens, Dresdner Beiträge zu Lehre der betrieblichen Umweltökonomie, Nr. 35, Dresden.

Hoffmann, S.; Soyez, K.; Liebermann, S.; Müller, S. (2008): Konsumentenboykott. Ein Beitrag zur externen Validierung des Modells von Klein, Smith und John, Dresdner Beiträge zur Betriebswirtschaftslehre Nr. 147/08, Dresden.

Hoffmann, S.; Wittig, K.; Wünschmann, S. (2008): Interkulturelle Validierung einer Skala des wertorientierten Umweltbewusstseins: Entwicklung einer deutschen und russischen Skala, Dresdner Beiträge zur Betriebswirtschaftslehre Nr. 131/08, Dresden.

Wittig, K.; Smirnova, M.; Hoffmann, S.; Wünschmann, S. (2008): Umweltbewusstes Verhalten russischer Konsumenten: Eine Folge generations- oder geschlechtsspezifischer Werthaltungen?, Dresdner Beiträge zur Betriebswirtschaftslehre Nr. 133/08, Dresden.

Müller, S.; Wünschmann, S.; Leuteritz, A.; Schwarz, U.; Hoffmann, S.; Wittig, K. (2007): Online-Marketing: Gestaltung und Erfolgskontrolle von Webseiten, Tagungsband zum 4. Symposium „Marketing & Praxis“, Lehrstuhl für Marketing, Technische Universität Dresden.

Hoffmann, S.; Wittig, K.; Müller, S. (2006): Spiegeln globale Werbemaßnahmen kulturelle Unterschiede wider? Ein inhaltsanalytischer Vergleich deutscher und russischer Printanzeigen deutscher Automobilhersteller, Dresdner Beiträge zur Betriebswirtschaftslehre Nr. 112/06, Dresden.

Hoffmann, S.; Wittig, K.; Nienhaus, L.; Müller, S. (2006): Modell bereichsspezifischer Innovativität und Meinungsführerschaft: Eine kausalanalytische Prüfung am Beispiel Automobil-Innenausstattung, Dresdner Beiträge zur Betriebswirtschaftslehre Nr. 115/06, Dresden.

Müller, S.; Wittig, K.; Hoffmann, S. (2006): Empirische Befunde zum Konsumentenboykott: Der Fall AEG/Electrolux, Dresdner Beiträge zur Betriebswirtschaftslehre Nr. 116/06, Dresden.

Müller, S.; Wünschmann, S.; Wittig, K.; Hoffmann, S. (2006): Culture and Pro-environmental Consumer Behavior: Proposal of an Integrative Model, Dresdner Beiträge zur Betriebswirtschaftslehre Nr. 122/06, Dresden.

## **5. Präsentationen auf Konferenzen**

Gurtner, S.; Soyez, K. (2012): „Wie Entscheidungen für neue Technologien getroffen werden – Eine Analyse von Kriterien und Präferenzen in Krankenhäusern“, Vortrag auf der Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Gesundheitsökonomie e.V., Konstanz 26.-27. März 2012.

Soyez, K.; Francis, J.P.; Smirnova, M.M. (2012): What Keeps Consumers from Buying Organic Food? Individual, Product and Situational Determinants of Organic Food Buying Behavior in a Cross-national Context, paper accepted for the Winter AMA Marketing Educators Conference, February 17<sup>th</sup>-19<sup>th</sup>, 2012, Saint Petersburg, USA.

Soyez, K. (2012): Entwicklung von Berufs- und Branchenimage als Berufswahlkriterien, präsentiert auf dem Abschluss-symposium des Verbundprojektes „Von der Entsorgungswirtschaft zur Wert- und Rohstoffwirtschaft durch Aufwertung von Dienstleistungsarbeit in Handlungsfeldern des technischen Umweltschutzes“ am 25.01.2012 an der Sächsischen Bildungsgesellschaft für Umweltschutz und Chemieberufe Dresden mbH.

Soyez, K.; Gurtner, S. (2011): Identifying Eco-Innovators: A Value Based Approach to Explain Why Consumers Adopt New Ecological Products, Research Proposal accepted at 6th European Conference on Innovation and Entrepreneurship, September 15<sup>th</sup>-16<sup>th</sup> 2011, Aberdeen, Scotland, UK. (forthcoming)

Soyez, K.; Smirnova, M.; Francis, J. (2011): What Triggers Pro-Environmental Behavior Cross-Culturally? An Empirical Investigation in Five Nations, paper presented at the 2011 Academy of Marketing Science Annual Conference, May 24<sup>th</sup>-27<sup>th</sup>, 2011, Coral Gables, USA.

Soyez, K.; Smirnova, M. (2010): Pro-Environmental Value Orientation in Emerging Markets: A Value-Based Theory of Planned Behavior, paper presented at the 1st EMAC Regional Conference- Marketing Theory Challenges in Emerging Markets, hosted by the Corvinus University of Budapest, Hungary, September 23<sup>rd</sup>-25<sup>th</sup>, 2010.

- Soyez, K.; Hoffmann, S.; Smirnova, M. (2008): Umweltfreundliches Konsumentenverhalten in Deutschland und Russland: Eine Frage unterschiedlicher Wertorientierungen, Vortrag auf der DAAD-UFA-Konferenz in Dresden, 14.11.2008.
- Soyez, K. (2008): Umweltbewusste Wertorientierung im interkulturellen Vergleich, Vortrag im Rahmen des Wenke2-Workshops am 06.11.2008 an der Technischen Universität Dresden.
- Wittig, K. (2008): Umweltbewusste Wertorientierung in Deutschland und Russland, Vortrag auf dem Treffen der Dichtl-Schule an der Technischen Universität Dresden, 07.10.2008.
- Mai, R.; Wünschmann, S.; Wittig, K. (2008): Zweistufige Messung der Zahlungsbereitschaft für hybride Produkte, Paper präsentiert auf der Multikonferenz Wirtschaftsinformatik 2008, München 26.02.2008.
- Winker, M.; Schmidt, I.; Wittig, K.; Bösenberg, F.; Holmberg, U.; Wikstrem, M.; Balandin, S.; Gruzdev, S.; Kildibekov, A.; Tetter, A.; Tetter, V. (2008): International Educational Projects as a Component of Innovative Development of the University, Paper accepted at the Interuniversity Scientific Conference The Issues of Vocational Training Quality Management at Siberian State Road Academy, Russia, February 6th, 2008.
- Wittig, K.; Wünschmann, S. (2007): Pro-environmental Behaviour: A Cross-Cultural Analysis of Motives and Barriers, Paper presented at the 15th Annual CIMaR Conference, Manchester, UK, May 17th-21st, 2007.
- Hoffmann, S.; Wittig, K. (2006): Do International Advertisement Campaigns Reflect Cultural Differences?, Paper accepted at the 14th Annual CIMaR Conference, Istanbul, Turkey, May 26th -31st 2006.
- Wittig, K.; Hoffmann, S. (2006): Why Do Consumers Boycott? A Replicating Study in Germany, Research Proposal accepted at the 14th Annual CIMaR Conference, Istanbul, Turkey, May 26th -31st 2006.