

Publikationsliste

- Zweigle, T. (2021). Marketingforschung 4.0 – Wie wird künstliche Intelligenz die Umfrageforschung der Zukunft revolutionieren?. In M. Terstiege (Hrsg.), *KI in Marketing & Sales – Erfolgsmodelle aus Forschung und Praxis* (S. 165-185). Springer Gabler Verlag. https://doi.org/10.1007/978-3-658-31519-1_11
- Zweigle, T. & Steinke, M. (2012). Consumer Decision Journey – Im richtigen Moment die richtige Botschaft senden. *Planung & Analyse - Zeitschrift für Marktforschung und Marketing*, 2012 (6), S. 28-31.
- Zweigle, T. & Behrendt, C. (2011). Die Sprache des Unbewussten – wie wir die implizite Seite des Verbrauchers messen. *Planung & Analyse - Zeitschrift für Marktforschung und Marketing*, 2011(1), S. 62-66.
- Zweigle, T. (2002). Standort-Vermarktungskonzepte - wie man erfolgreich Investoren gewinnt. *Rm NRW- das Regionalmagazin für Wirtschaft und Unterhaltung*, S.23-24.
- Zweigle, T. (2001). Diverse Schlagwörter. In H. Diller (Hrsg.), *Vahlens großes Marketing Lexikon* (2. Aufl.). C.H. Beck Vahlen Verlag.
- Göttgens, O. & Zweigle, T. (2001). mCommerce mit UMTS: UMTS und seine Bedeutung für das Markenmanagement. *BBDO Consulting Insights*, 2001(1), S.6-22.
- Ellinghaus, U., Erichson, B. & Zweigle, T. (2000). Welche Fernsehspots wirken am besten?. *Magdeburger Wissensjournal*, 2000 (1), 31 -37.
- Zweigle, T. (2000). GfK-Frage des Monats „Welche Produkte werden künftig über Internet bestellt?“. *Markenartikel - Die Zeitschrift für Markenführung*, 2000 (2), S. 44-45.
- Zweigle, T. (2000). GfK-Frage des Monats „Den Stromanbieter wechseln?“. In *Markenartikel - Die Zeitschrift für Markenführung*, 2000 (1), S. 44-45.
- Högl S. & Zweigle T. (1999). TV-Werbung - der Einfluss von Gestaltungsmerkmalen (GWA/GfK-Studie) - Zusammenfassende Ergebnisse. *Edition Erfolgsbeiträge der Werbung*. Herausgeber Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA.
- Zweigle, T. (1999). GfK-Frage des Monats „Wofür wollen die Deutschen 2000 ihr Geld ausgeben?“. *Markenartikel - Die Zeitschrift für Markenführung*, 1999 (6), S. 44-45.
- Zweigle, T. (1999). GfK-Frage des Monats „Werden kostenlose Warenproben akzeptiert?“. *Markenartikel - Die Zeitschrift für Markenführung*, 1999 (5), S. 45.
- Zweigle, T. (1999): GfK-Frage des Monats „Welche Akzeptanz haben Factory Outlet Center?“. *Markenartikel - Die Zeitschrift für Markenführung*, 1999 (4), S. 42-43.
- Schulz, T. (1999): GfK-Frage des Monats „Rundfunk- und Fernsehgebührenerhöhungen oder weiterhin Werbeblöcke in ARD und ZDF?. *Markenartikel - Die Zeitschrift für Markenführung*, 1999 (3), S. 40.
- Schulz, T. (1999) GfK-Frage des Monats „Wie wichtig ist den Verbrauchern beim Kauf von Produkten der Herstellername?“. *Markenartikel - Die Zeitschrift für Markenführung*, 1999 (2), S. 47.
- Schulz, T. (1999): GfK-Frage des Monats „Wer plant seinen Wocheneinkauf mit Hilfe eines Einkaufszettels?“. *Markenartikel - Die Zeitschrift für Markenführung*, 1999 (1), S. 31.

Schulz, T. (1998). *Klassifikation und Typologisierung von Fernsehwerbespots – Theoretisch fundierte Modellbildung und empirische Anwendung*. [Dissertation, Universität Magdeburg]. Verlag Eul.

Schulz, T. (1998). GfK-Frage des Monats „Was hält der deutsche Verbraucher von den bis 20 Uhr verlängerten Ladenöffnungszeiten?“. *Markenartikel - Die Zeitschrift für Markenführung*, 1998 (6), S. 30-31.

Schulz, T. (1998). GfK-Frage des Monats „Wann wird Online-Werbung akzeptiert?“. *Markenartikel - Die Zeitschrift für Markenführung*, 1998 (4), S.28-29.

Schulz, T. (1998): GfK-Frage des Monats „Telefonieren Sie bereits über neue Telefonanbieter?“. *Markenartikel - Die Zeitschrift für Markenführung*, 1998 (3), S.44-45.

Schulz, T. (1998). GfK-Frage des Monats „Wie wird Werbung mit Prominenten beurteilt?“. *Markenartikel - Die Zeitschrift für Markenführung*, 1998 (2), S.24.