



Publikationen & Vorträge

FH-Prof. Ing. Dr. Harald Wimmer

Stand: 27. Februar 2026

Buch/Buchbeitrag:

Wimmer, Harald & Wagner-Havlicek, Carina (Hrsg.). (2022). *Werbe- und Kommunikationsforschung II: Methoden – Stärken/Schwächen – Anwendungsbeispiele*. Nomos Verlag.
doi.org/10.5771/9783748927327

Hofstätter, Markus, & Wimmer, Harald (2022). Semiotik. In Wimmer, Harald & Wagner-Havlicek, Carina (Hrsg.). (2022). *Werbe- und Kommunikationsforschung II: Methoden – Stärken/Schwächen – Anwendungsbeispiele*. S. 197-216. Nomos Verlag. doi.org/10.5771/9783748927327-197

Hofstätter, Markus, & Wimmer, Harald (2022). Kreative Verfahren. In Wimmer, Harald & Wagner-Havlicek, Carina (Hrsg.). (2022). *Werbe- und Kommunikationsforschung II: Methoden – Stärken/Schwächen – Anwendungsbeispiele*. S. 217-248. Nomos Verlag.
doi.org/10.5771/9783748927327-217

Wimmer, Harald & Wagner-Havlicek, Carina (Hrsg.). (2020). *Werbe- und Kommunikationsforschung: Methoden – Stärken/Schwächen – Anwendungsbeispiele*. Nomos Verlag.
<https://doi.org/10.5771/9783748902058>

Wimmer, Harald & Wöckinger, Magdalena (2020). Imagemessung. In Wimmer, Harald & Wagner-Havlicek, Carina (Hrsg.). (2020). *Werbe- und Kommunikationsforschung: Methoden – Stärken/Schwächen – Anwendungsbeispiele*. S. 115-132. Nomos Verlag.

<https://doi.org/10.5771/9783748902058>

Kaindel, Clara & Flora Messerklinger & Wimmer, Harald (2020). Apparative Verfahren der Werbeforschung. In Wimmer, Harald & Wagner-Havlicek, Carina (Hrsg.). (2020). *Werbe- und Kommunikationsforschung: Methoden – Stärken/Schwächen – Anwendungsbeispiele*. S. 151-179.

Nomos Verlag. <https://doi.org/10.5771/9783748902058>

Breslein, Jasmin & Wimmer, Harald (2020). Conjoint-Analyse. In Wimmer, Harald & Wagner-Havlicek, Carina (Hrsg.). (2020). *Werbe- und Kommunikationsforschung: Methoden – Stärken/Schwächen – Anwendungsbeispiele*. S. 225-245. Nomos Verlag. <https://doi.org/10.5771/9783748902058>

Kammerzelt, Helmut & Wimmer, Harald (Hrsg.). (2016). *Online Marketing. Grundlagen-Planung-Durchführung-Messung*. (Organisationskommunikation - Band 2). Nomos.

<https://doi.org/10.5771/9783845278100>

Knauseder, Lorenz & Reichhartinger, David & Wimmer, Harald (2016). Grundlagen des Online-Marketing. In Kammerzelt, Helmut & Wimmer, Harald (Hrsg.), *Online-Marketing: Grundlagen - Planung - Durchführung - Messung* (Organisationskommunikation - Band 2), S. 19-37, Nomos Verlag.

<https://doi.org/10.5771/9783845278100>

Klinser, Lukas & Sauer, Michael & Wimmer, Harald (2016). Mobile-Marketing. In Kammerzelt, Helmut & Wimmer, Harald (Hrsg.), *Online-Marketing: Grundlagen - Planung - Durchführung - Messung* (Organisationskommunikation - Band 2), S. 113-155, Nomos Verlag.

<https://doi.org/10.5771/9783845278100>

Neubacher, Anna & Matky, Isabel & Wimmer, Harald (2016). Augmented Reality. In Kammerzelt, Helmut & Wimmer, Harald (Hrsg.), *Online-Marketing: Grundlagen - Planung - Durchführung - Messung* (Organisationskommunikation - Band 2), S. 174-189, Nomos Verlag.

<https://doi.org/10.5771/9783845278100>

Wimmer, Harald. (2016). *Einflussfaktoren auf die Akzeptanz von Hybridautos*. Hamburg: Dr. Kovac.

<https://www.verlagdrkovac.de/978-3-8300-8771-7.htm>

Wimmer, Harald. (2011), November. *Einflussfaktoren auf die Akzeptanz von neuen Technologien am Beispiel Hybridauto*. Monographie. Wien: Wirtschaftsuniversität.

Wimmer, Harald, H. (2009). *Das Markenimage von Digitalkameras*. Wien: VDM Verlag Dr. Müller.

Journal/Forschungsberichte:

Wimmer, H. (2025). Rezension „Green Marketing und Unternehmertum“ (Hrsg.: Arne Nygaard). *transfer, Zeitschrift für Kommunikation und Markenmanagement*, 71(3), 101.

Wimmer, H. (2023). Rezension „Handlungsraum Media Management – Fallstudien und Analysen für Wirtschaft, Design und Technik“ (Hrsg.: Kochhan, C., Moutchnik, A.). *transfer, Zeitschrift für Kommunikation und Markenmanagement*, 69(4), 79.

Hofstätter, M., & Wimmer, H. (2022). Die werbliche Inszenierung des Mannes in Männermagazinen. *medien & zeit, Kommunikation in Vergangenheit und Gegenwart*, 37(1), S. 53-67. **Peer-reviewed**

Bamberger, S., Saffertmüller, V., Grüblbauer, J. & Wimmer, H. (2019). Consumer. Click. Commerce – Touchpoints entlang der Online-Customer-Journey. *transfer. Zeitschrift für Kommunikation und Markenmanagement*, (01/2019), 47–56. **Peer-reviewed**

Wimmer, H. (2017). Review „Kundenloyalität messbar gemacht - am Beispiel des FMVÖ-Recommendors“. *transfer, Werbeforschung & Praxis*, 63(1), 23–29.

Wimmer, H. (2016). Akzeptanz von Hybridautos. *transfer, Werbeforschung & Praxis*, 62(3), 36–44. **Peer-reviewed**

Wimmer Harald. (2014). Review „Mobile Marketing: Werkzeuge und Monitoring für die Praxis“. *Marketing Review St. Gallen*, (5/2014), 52–60.

Wimmer, Harald, H. (2013). Einflussfaktoren auf die Akzeptanz von Hybridautos. *International Journal of Marketing*, 52(2), 79–93. **Peer-reviewed**

Wimmer, Harald, (2012a). *Zur Akzeptanz von neuen Technologien am Beispiel Hybridauto*. Forschungsnewsletter. Wien: Wirtschaftsuniversität.

Wimmer, H. (2012b). **Zukunft Hybridauto?**, Pressebericht, Wien: Wirtschaftsuniversität

Wimmer, Harald, (2011a). Konsumentenverhalten, Besprechung Buch von Volker Trommsdorff/Thorsten Teichert. *der markt - Journal für Marketing*, 50(4), 255–258.

Wimmer, Harald, (2011b). Nonverbale Einstellungsmessung - Nutzen für das verhaltensorientierte Markencontrolling, Besprechung Buch von Sandra Schlegel. *der markt - Journal für Marketing*, 50(3), 197–198.

Wimmer, Harald, (2011c). *WU-Forschung belegt: Starker Informationsmangel über Hybridautos in Österreich*. Forschungsnewsletter. Wien: Wirtschaftsuniversität.

Wimmer Harald. (2010). Positionierung von Digitalkameras für den Absatzmarkt Österreich anhand verbaler und nonverbaler Indikatoren. *der markt - Journal für Marketing*, 49(2), S. 95-109. **Peer-reviewed**

Wimmer, Harald, (2010). Werbung, Besprechung Buch von Günther Schweiger/ Gertraud Schrattenecker. *der markt - Journal für Marketing*, 48(4), 187–188.

Wimmer, Harald, (2009). *Markenimagemessung: Markenpositionierung von Digitalkameras*. Forschungsbericht. (S. 38–39). Wien: Institut f. Werbewissenschaft & Marktforschung.

Wimmer, Harald (2007): „Kaufentscheidung bei Digitalkameras. *transfer - Werbeforschung & Praxis*, 53 (4), S. 46-50. **Peer-reviewed**

Fachzeitungen/Fachmagazine:

Wimmer, Harald; Feigl, Markus (Hrsg.) (2026): Purpose-PR, Fachmagazin des Studiengangs Digital Marketing & Kommunikation, PRaktivium, 13. Ausgabe, April 2026, S. 1-30

Wimmer, Harald; Feigl, Markus (Hrsg.) (2025): Politische Kommunikation, Fachmagazin des Studiengangs Digital Marketing & Kommunikation, PRaktivium, 12. Ausgabe, April 2025, S. 1-36

Wimmer, Harald; Feigl, Markus (Hrsg.) (2024): Integration von Künstlicher Intelligenz in die Public Relations, Fachmagazin des Studiengangs Digital Marketing & Kommunikation, PRaktivium, 11. Ausgabe, April 2024, S. 1-40

Wimmer, Harald; Feigl, Markus (Hrsg.) (2023): Reporting als strategische Kommunikation, Fachmagazin des Studiengangs Digital Marketing & Kommunikation, PRaktivium, 10. Ausgabe, April 2023, S. 1-34

Wimmer, Harald; Steiner, Roland (Hrsg.) (2022): PRaktivium – (Inter-)Dependenz zwischen Journalismus und PR, Fachmagazin des Studiengangs Digital Marketing & Kommunikation, 9. Ausgabe, Juni 2022, S. 1-48

Wimmer, Harald; Steiner, Roland (Hrsg.) (2021): PRaktivium – (Inter-)Dependenz zwischen Journalismus und PR, Fachmagazin des Studiengangs Digital Marketing & Kommunikation, 8. Ausgabe, Februar 2020, S. 1-46

Wimmer Harald (2020): „Von Zoom, Webex und Co. – Wie Hochschullektoren die Coronazeit erleben“, SOFA-Online-Magazin, <https://www.sofa-magazin.at/wie-hochschullektoren-die-coronazeit-erleben>; 27.04.2020

Wimmer, Harald; Steiner, Roland (Hrsg.) (2020): PRaktivium – Produkt-PR, Fachmagazin des Studiengangs Digital Marketing & Kommunikation, 7. Ausgabe, Februar 2020, S. 1-40

Wimmer, Harald; Steiner, Roland (Hrsg.) (2019): PRaktivium – Soziale PR, Fachmagazin des Studiengangs Media- und Kommunikationsberatung, 6. Ausgabe, Februar 2019, S. 1-21

Wimmer, Harald; Steiner, Roland (Hrsg.) (2018): PRaktivium – Interne Kommunikation, Fachmagazin des Studiengangs Media- und Kommunikationsberatung, 5. Ausgabe, Februar 2018, S. 1-32

Wimmer, H. (2014a). Digitaler Personalmangel. *Digital Austria 2014*, 2014(1), S. 3.

Wimmer, H. (2014b, Mai 28). Mobile Marketing macht vieles möglich. *Wirtschaftsnachrichten Donaauraum*, S. 30.

Wimmer, Harald. (2012, Februar 7). Dem Autohandel entgehen rund 40.000 weibliche Kunden im Jahr. *Wirtschaftsblatt*, S. 4.

Wimmer, H. (2012b, Mai 29). Einflussfaktoren für die Akzeptanz von Hybridautos. *e-connected.at*.

Wimmer, H. (2012c). *Zukunft Hybridauto?*. Pressebericht. (S. 1). Wien: Wirtschaftsuniversität.

Wimmer, H. (2012d, März 23). Hybrid-Hype. *medianet*, S. 4–5.

Wimmer, H. (2012e, Februar 19). Warum haben Sie kein Hybridauto? *Die Presse*, S. 22.

Wimmer, H. (2011d, Mai 26). Die motorisierte Welt-Gesellschaft. *Kurier - Business Kurier*, S. 4–5.

Konferenzen/Vorträge:

Wimmer, H. (2015, Juni 16). Studentenwettbewerb - „Direct Marketing Rookie“ in Kooperation mit Manner und Werbe-Award „adTRACKtive“ - Beste Plakate von 2014. *Campus & City Radio 94,4*. St. Pölten, Österreich., **Eingeladener Vortrag**

2015: „Industriemagazin - TOP Ranking der Studiengänge Media- und Kommunikationsberatung (Bachelor- und Masterstudium)“, *Campus & City Radio 94,4*: Sendung "Campus Talk", St. Pölten, 12.03.2015, **Eingeladener Vortrag**

2014: „Mobile Marketing“, *Campus & City Radio 94,4*: Sendung „Campus Talk“, St. Pölten, 17.06.2014, **Eingeladener Vortrag**

2014: „Mobile Marketing Management“, Mobile Marketing Innovation Day 2014, Wien, 28.05.2014,
Eingeladener Vortrag

Wimmer, H. (2014, Februar 18). Wer sind die User von Online-TV-Plattformen. Forschungs-Chill Out, FH St. Pölten.

Wimmer, H. (2012f, Mai 29). Einflussfaktoren auf die Akzeptanz von neuen Technologien am Beispiel Hybridauto. Forschungs-Chill Out, FH St. Pölten.

Wimmer, H. (2012g, März 21). Einflussfaktoren auf die Akzeptanz von Hybridautos. Invited talk, Klima- und Energiefonds Österreich. https://www.klimafonds.gv.at/wp-content/uploads/sites/6/Kurzfassung_Studie-Hybridauto_Wimmer_Harald.pdf

Wimmer, H. (2012). Einflussfaktoren auf die Akzeptanz von Hybridautos, TU-Wien, **Eingeladener Vortrag**

Blog-Beitrag: Markt- und Mediaforschung (2014-2020)

Hackl, Barbara (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), November 2020: Markt- und Mediaforschung Blog - Die Q-Methode
Verfügbar unter: [HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2020/11/21/DIE-Q-METHODE/](https://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2020/11/21/DIE-Q-METHODE/)

Kaiser, Larissa (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), September 2020: Markt- und Mediaforschung Blog - Quantitative Inhaltsanalyse
Verfügbar unter:
[HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2020/09/21/QUANTITATIVE-INHALTSANALYSE/](https://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2020/09/21/QUANTITATIVE-INHALTSANALYSE/)

Ghorab, Tiam (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), Juli 2020: Markt- und Mediaforschung Blog - Ethik in der Marktforschung am Beispiel des Compagnon Verfahrens
Verfügbar unter:
[HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2020/07/21/ETHIK-IN-DER-MARKTFORSCHUNG-AM-BEISPIEL-DES-COMPAGNON-VERFAHRENS/](https://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2020/07/21/ETHIK-IN-DER-MARKTFORSCHUNG-AM-BEISPIEL-DES-COMPAGNON-VERFAHRENS/)

Brammer, Chiara (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), Mai 2020: Markt- und Mediaforschung Blog - Web-Controlling
Verfügbar unter: [HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2020/05/21/WEB-CONTROLLING/](https://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2020/05/21/WEB-CONTROLLING/)

Figl, Alexandra (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), März 2020: Markt- und Mediaforschung Blog - Semiotik – Die Macht der Zeichen

Verfügbar unter:

[HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2020/03/21/SEMIOTIK-DIE-MACHT-DER-ZEICHEN/](https://fhstpmEDIEN.wordpress.com/2020/03/21/semiotik-die-macht-der-zeichen/)

Schlosser, Julia (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), Januar 2020: Markt- und Mediaforschung Blog - Assoziative Verfahren

Verfügbar unter: [HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2020/01/21/ASSOZIATIVE-VERFAHREN/](https://fhstpmEDIEN.wordpress.com/2020/01/21/assoziative-verfahren/)

Hackl, Barbara (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), November 2019: Markt- und Mediaforschung Blog - Case Studies

Verfügbar unter: [HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2019/11/21/CASE-STUDIES/](https://fhstpmEDIEN.wordpress.com/2019/11/21/case-studies/)

Ingerl, Sandra (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), September 2019: Markt- und Mediaforschung Blog - Big Data in der Marktforschung

Verfügbar unter:

[HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2019/09/21/BIG-DATA-IN-DER-MARKTFORSCHUNG/](https://fhstpmEDIEN.wordpress.com/2019/09/21/big-data-in-der-marktforschung/)

Hollerer, Tamara (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), Juli 2019: Werbewirkung: Markt- und Mediaforschung Blog - Recall- vs. Recognitiontest

Verfügbar unter:

[HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2019/07/21/WERBEWIRKUNGSFORSCHUNG-RECALL-VS-RECOGNITIONTEST/](https://fhstpmEDIEN.wordpress.com/2019/07/21/werbewirkungsforschung-recall-vs-recognitiontest/)

Lindtner, Eva; Waldenmair, Nikolaus (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), Mai 2019: Markt- und Mediaforschung Blog - Wearables in der Marktforschung

Verfügbar unter:

[HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2019/05/21/DER-EINSATZ-VON-WEARABLES-IN-DER-MARKTFORSCHUNG/](https://fhstpmEDIEN.wordpress.com/2019/05/21/der-einsatz-von-wearables-in-der-marktforschung/)

Voak, Isabella (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), März 2019: Markt- und Mediaforschung Blog - Social Media Monitoring

Verfügbar unter: [HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2019/03/21/SOCIAL-MEDIA-MONITORING/](https://fhstpmEDIEN.wordpress.com/2019/03/21/social-media-monitoring/)

Reegen, Jasmin (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), Januar 2019: Markt- und Mediaforschung Blog - Die Think-Aloud-Methode

Verfügbar unter:

[HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2019/01/21/DIE-THINK-ALOUD-METHODE/](https://fhstpmEDIEN.wordpress.com/2019/01/21/die-think-aloud-methode/)

Stölzle, Carina (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), November 2018: Markt- und Mediaforschung Blog - Physiologische Aktivierungsmessung im Brand Management

Verfügbar unter:

[HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2018/11/21/PHYSIOLOGISCHE-AKTIVIERUNGSMESSUNG/](https://fhstpmEDIEN.WORDPRESS.COM/2018/11/21/PHYSIOLOGISCHE-AKTIVIERUNGSMESSUNG/)

Wolf-Veigel, Jasmin (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), September 2018: Markt- und Mediaforschung Blog - Online Focus Group

Verfügbar unter: [HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2018/09/23/ONLINE-FOCUS-GROUP/](https://fhstpmEDIEN.WORDPRESS.COM/2018/09/23/ONLINE-FOCUS-GROUP/)

Ehrenreich, Lisa (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), Juli 2018: Markt- und Mediaforschung Blog - Anwendungsmöglichkeiten des Copy-Tests in der Werbewirkungsforschung

Verfügbar unter: [HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2018/07/23/DER-COPY-TEST/](https://fhstpmEDIEN.WORDPRESS.COM/2018/07/23/DER-COPY-TEST/)

Rotsch, Clara (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), Mai 2018: Markt- und Mediaforschung Blog – Haushaltspanels

Verfügbar unter: [HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2018/05/21/HAUSHALTSPANELS/](https://fhstpmEDIEN.WORDPRESS.COM/2018/05/21/HAUSHALTSPANELS/)

Mosch, Bettina (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), März 2018: Markt- und Mediaforschung Blog - Das Gesicht als Datenquelle

Verfügbar unter:

[HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2018/03/21/DAS-GESICHT-ALS-DATENQUELLE/](https://fhstpmEDIEN.WORDPRESS.COM/2018/03/21/DAS-GESICHT-ALS-DATENQUELLE/)

Schipfer, Astrid Barbara (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), Januar 2018: Markt- und Mediaforschung Blog - Die Quotenstichprobe

Verfügbar unter: [HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2018/01/21/DIE-QUOTENSTICHPROBE/](https://fhstpmEDIEN.WORDPRESS.COM/2018/01/21/DIE-QUOTENSTICHPROBE/)

Schild, Julia (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), November 2017: Markt- und Mediaforschung Blog - Qualitative Bildanalyse

Verfügbar unter: [HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2017/11/21/QUALITATIVE-BILDANALYSE/](https://fhstpmEDIEN.WORDPRESS.COM/2017/11/21/QUALITATIVE-BILDANALYSE/)

Reichl, Cornelia (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), September 2017: Markt- und Mediaforschung Blog - Die Schnellgreifbühne

Verfügbar unter:

[HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2017/09/21/DIE-SCHNELLGREIFBUEHNE/](https://fhstpmEDIEN.WORDPRESS.COM/2017/09/21/DIE-SCHNELLGREIFBUEHNE/)

Messerklinger, Flora (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), Juli 2017: Markt- und Mediaforschung Blog - Der Einsatz des Programmanalysators im Zeitverlauf

Verfügbar unter:

[HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2017/07/21/DER-EINSATZ-DES-PROGRAMMANALYSATORS/](https://fhstpmEDIEN.wordpress.com/2017/07/21/der-einsatz-des-programmanalysators/)

Breslein, Jasmin (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), März 2017: Markt- und Mediaforschung Blog - Conjoint-Analysen

Verfügbar unter: [HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2017/03/07/CONJOINT-ANALYSEN/](https://fhstpmEDIEN.wordpress.com/2017/03/07/conjoint-analysen/)

Sauer, Anika (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), Januar 2017: Markt- und Mediaforschung Blog - Das Laddering Interview als Instrument zur Analyse von Einflussfaktoren auf Kaufentscheidungen

Verfügbar unter:

[HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2017/01/19/DAS-LADDERING-INTERVIEW-ALS-INSTRUMENT-ZUR-ANALYSE-VON-EINFLUSSFAKTOREN-AUF-KAUFENTSCHEIDUNGEN/](https://fhstpmEDIEN.wordpress.com/2017/01/19/das-laddering-interview-als-instrument-zur-analyse-von-einflussfaktoren-auf-kaufentscheidungen/)

Theuretzbacher, Judith (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), November 2016: Markt- und Mediaforschung Blog - Das Tachistoskop in der Werbeforschung

Verfügbar unter:

[HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2016/11/24/DAS-TACHISTOSKOP-IN-DER-WERBEWIRKUNGSFORSCHUNG/](https://fhstpmEDIEN.wordpress.com/2016/11/24/das-tachistoskop-in-der-werbewirkungsforschung/)

Nemec, Sarah-Michaela (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), Oktober 2016: Markt- und Mediaforschung Blog - Anwendungsfelder und Spezifika von Beacons in der Marktforschung

Verfügbar unter:

[HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2016/10/17/ANWENDUNGSFELDER-UND-SPEZIFIKA-VON-BEACONS-IN-DER-MARKTFORSCHUNG/](https://fhstpmEDIEN.wordpress.com/2016/10/17/anwendungsfelder-und-spezifika-von-beacons-in-der-marktforschung/)

Bamberger, Sandra (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), Juni 2016: Markt- und Mediaforschung Blog - Projektive Verfahren mit Fokus auf Ergänzungstechniken

Verfügbar unter:

[HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2016/06/06/PROJEKTIVE-VERFAHREN-MIT-FOKUS-AUF-ERGAENZUNGSTECHNIKEN/](https://fhstpmEDIEN.wordpress.com/2016/06/06/projektive-verfahren-mit-fokus-auf-ergaenzungstechniken/)

Fürst, Magdalena (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), Mai 2016: Markt- und Mediaforschung Blog - Mobile Blogging am Beispiel des Fifa World Cup 2010 in Südafrika

Verfügbar unter:

[HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2016/05/06/MOBILE-BLOGGING-AM-BEISPIEL-DES-FIFA-WORLD-CUP-2010-IN-SUEDAFRIKA/](https://fhstpmEDIEN.wordpress.com/2016/05/06/mobile-blogging-am-beispiel-des-fifa-world-cup-2010-in-suedafrika/)

Koschitz, Lisa (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), April 2016: Markt- und Mediaforschung Blog - Qualitative Netzwerkanalyse

Verfügbar unter:

[HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2016/04/19/QUALITATIVE-NETZWERKANALYSE/](https://fhstpmEDIEN.wordpress.com/2016/04/19/QUALITATIVE-NETZWERKANALYSE/)

Gruber, Carina (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), März 2016: Markt- und Mediaforschung Blog - EmoLogic™ - Von der Kognition zur Emotion

Verfügbar unter:

[HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2016/03/17/EMOLOGIC-VON-DER-KOGNITION-ZUR-EMOTION/](https://fhstpmEDIEN.wordpress.com/2016/03/17/EMOLOGIC-VON-DER-KOGNITION-ZUR-EMOTION/)

Grünstäudl, Christina (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), Februar 2016: Markt- und Mediaforschung Blog - Testmarktforschung in Concept Stores am Beispiel des Concept Store Vienna

Verfügbar unter:

[HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2016/02/18/TESTMARKTFORSCHUNG-IN-CONCEPT-STORES-AM-BEISPIEL-DES-CONCEPT-STORE-VIENNA/](https://fhstpmEDIEN.wordpress.com/2016/02/18/TESTMARKTFORSCHUNG-IN-CONCEPT-STORES-AM-BEISPIEL-DES-CONCEPT-STORE-VIENNA/)

Fohringer, Lisa (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), Januar 2016: Markt- und Mediaforschung Blog - Aktualgenetische Verfahren in der Marktforschung

Verfügbar unter:

[HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2016/01/19/AKTUALGENETISCHE-VERFAHREN-IN-DER-MARKTFORSCHUNG/](https://fhstpmEDIEN.wordpress.com/2016/01/19/AKTUALGENETISCHE-VERFAHREN-IN-DER-MARKTFORSCHUNG/)

Neuhold, Julia (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), Dezember 2015: Markt- und Mediaforschung Blog - Methoden der Printforschung: Befragen vs. Messen

Verfügbar unter:

[HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2015/12/11/METHODEN-DER-PRINTFORSCHUNG-BEFRAGEN-VS-MESSEN/](https://fhstpmEDIEN.wordpress.com/2015/12/11/METHODEN-DER-PRINTFORSCHUNG-BEFRAGEN-VS-MESSEN/)

Steiner, Isabell (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), Dezember 2015: Markt- und Mediaforschung Blog - Methoden und Einsatzgebiete des Neuromarketings für die Markt- und Mediaforschung

Verfügbar unter: [HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2015/11/25/METHODEN-UND-EINSATZGEBIETE-DES-NEUROMARKETINGS-FUR-DIE-MARKT-UND-MEDIAFORSCHUNG/](https://fhstpmEDIEN.wordpress.com/2015/11/25/METHODEN-UND-EINSATZGEBIETE-DES-NEUROMARKETINGS-FUR-DIE-MARKT-UND-MEDIAFORSCHUNG/)

Petroczi, Thomas (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), November 2015: Markt- und Mediaforschung Blog – Logfileanalysen

Verfügbar unter: [HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2015/11/02/LOGFILEANALYSEN/](https://fhstpmEDIEN.wordpress.com/2015/11/02/LOGFILEANALYSEN/)

Knauseder, Lorenz (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), Oktober 2015: Markt- und Mediaforschung Blog - Analyse der apparativen Instrumente der Werbewirkungsforschung mit Fokus auf Aktivierungsmessung

Verfügbar unter:

[HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2015/10/06/ANALYSE-DER-APPARATIVEN-INSTRUMENTE-
DER-WERBEWIRKUNGSFORSCHUNG-MIT-FOKUS-AUF-AKTIVIERUNGSMESSUNG/](https://fhstpmEDIEN.wordpress.com/2015/10/06/analyse-der-apparativen-instrumente-der-werbewirkungsforschung-mit-fokus-auf-aktivierungsmessung/)

Klinser, Lukas (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), September 2015: Markt- und Mediaforschung Blog - Neue und mobile non-reaktive Verfahren – Einsatzmöglichkeiten und Grenzen für die Marktforschung

Verfügbar unter: [HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2015/09/01/NEUE-UND-MOBILE-NON-
REAKTIVE-VERFAHREN-EINSATZMOEGlichkeiten-UND-GRENZEN-FUER-DIE-MARKTFORSCHUNG/](https://fhstpmEDIEN.wordpress.com/2015/09/01/neue-und-mobile-non-reaktive-verfahren-einsatzmoeglichkeiten-und-grenzen-fuer-die-marktforschung/)

Erd, Johanna (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), Juli 2015: Markt- und Mediaforschung Blog - Der Teletest

Verfügbar unter: [HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2015/07/09/DER-TELETEST/](https://fhstpmEDIEN.wordpress.com/2015/07/09/der-teletest/)

Mather, Verena (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), Juni 2015: Markt- und Mediaforschung Blog - Die Delphi-Methode

Verfügbar unter: [HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2015/06/18/DIE-DELPHI-METHODE/](https://fhstpmEDIEN.wordpress.com/2015/06/18/die-delphi-methode/)

Glatz, Lisa (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), Mai 2015: Markt- und Mediaforschung Blog - Nicht-reaktive Testverfahren: Beispiel Shopper Tracking

Verfügbar unter:

[HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2015/05/19/NICHT-REAKTIVE-TESTVERFAHREN-BEISPIEL-
SHOPPER-TRACKING/](https://fhstpmEDIEN.wordpress.com/2015/05/19/nicht-reaktive-testverfahren-beispiel-shopper-tracking/)

Wöckinger, Magdalena (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), April 2015: Markt- und Mediaforschung Blog - Die Methoden der Imageforschung

Verfügbar unter:

[HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2015/04/16/DIE-METHODEN-DER-IMAGEFORSCHUNG/](https://fhstpmEDIEN.wordpress.com/2015/04/16/die-methoden-der-imageforschung/)

Geissegger, Elisabeth (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), April 2015: Markt- und Mediaforschung Blog - Mystery Shopping

Verfügbar unter: [HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2015/04/07/MYSTERY-SHOPPING/](https://fhstpmEDIEN.wordpress.com/2015/04/07/mystery-shopping/)

Bruckmoser, Florian (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), Februar 2015: Markt- und Mediaforschung Blog - Messverfahren: Out-of-Home-Medien

Verfügbar unter:

[HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2015/02/17/%EF%BB%BF%EF%BB%BFMESSVERFAHREN-
OUT-OF-HOME-MEDIEN/](https://fhstpmEDIEN.wordpress.com/2015/02/17/%EF%BB%BF%EF%BB%BFMESSVERFAHREN-OUT-OF-HOME-MEDIEN/)

Goldnagl, Annalena (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), Januar 2015: Markt- und Mediaforschung Blog - Studiendesign, Methodik und kritische Betrachtung der crossmedialen Studie

„USA Touchpoints™“

Verfügbar unter:

[HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2015/01/23/STUDIENDESIGN-METHODIK-UND-KRITISCHE-BETRACHTUNG-DER-CROSSMEDIALEN-STUDIE-USA-TOUCHPOINTS/](https://fhstpmEDIEN.wordpress.com/2015/01/23/studiendesign-methodik-und-kritische-betrachtung-der-crossmedialen-studie-usa-touchpoints/)

Buschina, Nadine (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), Dezember 2014: Markt- und Mediaforschung Blog - Dialogische Introspektion: Qualitative Methode zur Erforschung der inneren Vorgänge von Menschen

Verfügbar unter:

[HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2014/12/04/DIALOGISCHE-INTROSPEKTION/](https://fhstpmEDIEN.wordpress.com/2014/12/04/dialogische-introspektion/)

Krutzler, Julia (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), November 2014: Markt- und Mediaforschung Blog - Das Experiment am Beispiel des Milgram-Experiments

Verfügbar unter: [HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2014/11/12/DAS-EXPERIMENT/](https://fhstpmEDIEN.wordpress.com/2014/11/12/das-experiment/)

Maiss, Julia (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), Oktober 2014: Markt- und Mediaforschung Blog - Anzeigen-Pretests mit Fokus auf dem Compagnon-Verfahren

Verfügbar unter: [HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2014/10/06/ANZEIGEN-PRETESTS/](https://fhstpmEDIEN.wordpress.com/2014/10/06/anzeigen-pretests/)

Rinnhofer, Florian (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), Oktober 2014: Markt- und Mediaforschung Blog - Google Analytics: Erfolgsmessung mit Hilfe von Webanalysen

Verfügbar unter: [HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2014/10/30/GOOGLE-ANALYTICS/](https://fhstpmEDIEN.wordpress.com/2014/10/30/google-analytics/)

Jelinek, Julia (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), September 2014: Markt- und Mediaforschung Blog - Methoden der Blickregistrierung

Verfügbar unter: [HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2014/09/15/BLICKREGISTRIERUNG/](https://fhstpmEDIEN.wordpress.com/2014/09/15/blickregistrierung/)

Schmid, Bettina (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), August 2014: Markt- und Mediaforschung Blog - GfK EmoScan: Messansätze der Markt- und Mediaforschung bei Emotionen

Verfügbar unter: [HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2014/08/19/GFK-EMO-SCAN/](https://fhstpmEDIEN.wordpress.com/2014/08/19/gfk-emo-scan/)

Mostböck, Patrick (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), Juli 2014: Markt- und Mediaforschung Blog - Die Netzwerkanalyse anhand des Fallbeispiels „Fußball“

Verfügbar unter:

[HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2014/07/07/DIE-NETZWERKANALYSE-ANHAND-DES-FALLBEISPIELS-FUSBALL/](https://fhstpmEDIEN.wordpress.com/2014/07/07/die-netzwerkanalyse-anhand-des-fallbeispiels-fussball/)

Neubacher, Anna (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), Juni 2014: Markt- und Mediaforschung Blog - Physische und virtuelle Testmärkte im Vergleich

Verfügbar unter:

[HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2014/06/17/PHYSISCHE-UND-VIRTUELLE-TESTMARKTE-IM-VERGLEICH/](https://fhstpmEDIEN.WORDPRESS.COM/2014/06/17/PHYSISCHE-UND-VIRTUELLE-TESTMARKTE-IM-VERGLEICH/)

Wögerer, Sandra (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), Mai 2014: Markt- und Mediaforschung Blog - Vor- und Nachteile apparativer Forschungsmethoden
Verfügbar unter:

[HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2014/05/05/VOR-UND-NACHTEILE-APPARATIVER-FORSCHUNGSMETHODEN/](https://fhstpmEDIEN.WORDPRESS.COM/2014/05/05/VOR-UND-NACHTEILE-APPARATIVER-FORSCHUNGSMETHODEN/)

Greiner, Hanna (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), Mai 2014: Markt- und Mediaforschung Blog - Mobile Marktforschung: Mobile Sensing
Verfügbar unter:

[HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2014/05/26/MOBILE-MARKTFORSCHUNG-MOGLICHKEITEN-VON-MOBILE-SENSING/](https://fhstpmEDIEN.WORDPRESS.COM/2014/05/26/MOBILE-MARKTFORSCHUNG-MOGLICHKEITEN-VON-MOBILE-SENSING/)

Handlsberger, Iris (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), April 2014: Markt- und Mediaforschung Blog - Mobile Marktforschung und ihre Einsatzmöglichkeiten als Second Screen-Befragungen
Verfügbar unter:

[HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2014/04/23/MOBILE-MARKTFORSCHUNG-UND-IHRE-EINSATZMOGLICHKEITEN-ALS-SECOND-SCREEN-BEFRAGUNGEN/](https://fhstpmEDIEN.WORDPRESS.COM/2014/04/23/MOBILE-MARKTFORSCHUNG-UND-IHRE-EINSATZMOGLICHKEITEN-ALS-SECOND-SCREEN-BEFRAGUNGEN/)

Willim, Alexander (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), April 2014: Markt- und Mediaforschung Blog - Testmärkte und deren Relevanz
Verfügbar unter:

[HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2014/04/07/TEST-MARKTE-UND-DEREN-RELEVANZ/](https://fhstpmEDIEN.WORDPRESS.COM/2014/04/07/TEST-MARKTE-UND-DEREN-RELEVANZ/)

Zulechner, Katrin (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), März 2014: Markt- und Mediaforschung Blog - Radiometer in der Schweiz: Eine Analyse der Mediawatch
Verfügbar unter:

[HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2014/03/26/RADIOMETER-IN-DER-SCHWEIZ-EINE-ANALYSE-DER-MEDIAWATCH/](https://fhstpmEDIEN.WORDPRESS.COM/2014/03/26/RADIOMETER-IN-DER-SCHWEIZ-EINE-ANALYSE-DER-MEDIAWATCH/)

Haidacher, Marion (Hrsg.: Helmut Kammerzelt/Harald Wimmer), März 2014: Markt- und Mediaforschung Blog - Mobile Marktforschung
Verfügbar unter:

[HTTPS://FHSTPMEDIEN.WORDPRESS.COM/2014/03/26/MOBILE-MARKTFORSCHUNG/](https://fhstpmEDIEN.WORDPRESS.COM/2014/03/26/MOBILE-MARKTFORSCHUNG/)

Dissertation:

2011: Einflussfaktoren auf die Akzeptanz von neuen Technologien am Beispiel Hybridauto

(Institut für Marketing-Management und Institut für Werbewissenschaft & Marktforschung,
WU-Wien)

Diplomarbeit:

2006: Positionierung von Digitalkameras für den Absatzmarkt Österreich anhand verbaler und nonverbaler Indikatoren unter dem Aspekt der digitalen Revolution
(Institut für Werbewissenschaft & Marktforschung, WU-Wien)