

RECENT PUBLICATIONS

Ebster, C./Wagner, U./Neumueller, D. (2009): Children's influences on in-store purchases. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 2009 (peer reviewed).

Grohs, R./Ebster, C./Kummer, C. (2009) „An meinen Fähigkeiten als Liebhaber habe ich schon gezweifelt“: Die Messung sozial erwünschten Antwortverhaltens, *Marketing – Zeitschrift für Forschung und Praxis*, 31. Jg., 2/2009 (peer reviewed).

Ebster, C./Wagner, U. (2009): Geheime Verführer: Der Einfluss von Kindern auf Spontankäufe im Supermarkt, Planung & Analyse -- *Zeitschrift für Marktforschung und Marketing*, 37. Jg., 4/2009.

Ebster, C. (2009): *Marktorientierte Unternehmensführung*, FFH, Wien 2007.

Ebster, C./Neumayr, B. (2008): Applying the Door-in-the-Face Compliance Technique to Retailing. *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, Vol. 18 (1), 2008 (peer reviewed).

Ebster, C./Stalzer, L. (2007): Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler, 3. erw. Auflage [Academic research, 3rd revised and expanded edition], UTB, Vienna/Frankfurt 2007.

Ebster, C./Wagner, U./Bumberger, C. (2007): Die Wirkung der kontextbezogenen Verbundpräsentation auf die emotionale Produktbeurteilung, *Marketing ZFP*, 29. Jg., 1/2007 (peer reviewed).

Ebster, C./Derndorfer, E. (2007): Auswirkungen visueller Kennzeichnungen auf die Geschmackswahrnehmung, *Der Winzer*, 63 Jg., 9/2007.

Ebster, C./Wagner, U./Valis, S. (2006): The effectiveness of verbal prompts on sales. *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 13, 2006 (peer reviewed).

Srnka, K./Ebster, C./Koeszegi, S. (2006): Lässt sich Sympathie im persönlichen Verkauf erfolgreich vortäuschen?, *Marketing ZFP*, 1/2006 (peer reviewed).

Ebster, C. (2006): Orange Wings – Ein neuartiges Hotelkonzept Wagner, U./Reisinger, H./Schwand, C./Hoppe, D. (ed.): *Fallstudien aus der Österreichischen Marketingpraxis 4*, Facultas, Vienna 2006.

Haller, T./Ebster, C. (2006): Akzeptanz alternativer Verschlusssysteme bei Wein, in: Weinmarketing, Ö., *Dokumentation österreichischer Wein* 2006.

Schützenhöfer, P./Ebster, C. (2006): UCI Kinowelt – Optimierung des Wartebereichs, in: Wagner, U./Reisinger, H./Schwand, C./Hoppe, D., *Fallstudien aus der österreichischen Marketingpraxis 4*, Wien, WUV.

Ebster, C./Kirk-Smith, M. (2005): The effect of the human pheromone androstenol on product evaluation, *Psychology & Marketing*, Vol. 22, 9/2005 (peer reviewed)

Ebster, C./Reisinger, H.(2005): How attractive should a salesperson be? Results of an experimental study, *Finanza, Marketing e Produzione*, 3/2005 (peer reviewed)

Ebster, C./Guist, I. (2005): The Role of Authenticity in Ethnic Theme Restaurants, in: *Journal of Foodservice Business Research*, 7, S. 33-44 (peer reviewed).

Ebster, C./Stalzer, L. (2003): *Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler*, 2. erw. Auflage [Academic research, revised edition], UTB, Vienna/Frankfurt 2003

Ebster, C./Jandrisits, M.(2003): Die Wirkung kongruenten Duftes auf die Stimmung des Konsumenten am Point of Sale, *Marketing ZFP*, 2/2003 (peer reviewed)

Ebster, C. (2003): Fallstudie zur Marketing-Umwelt: Burger Kings Wiedereintritt in den österreichischen Markt, Wagner, U./Reisinger, H., Baldauf, A. (ed.): Fallstudien aus der Österreichischen Marketingpraxis 3, Facultas, Vienna 2003

Ebster, C./Stalzer, L. (2002): *Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler* [Academic research in the economic and social sciences], WUV-Universitätsverlag, Vienna 2002

Ebster, C. (2000): *Der Kundenclub als Token Economy: Verhaltensmodifikation als theoretischer Ansatz im Database Marketing* [The customer club as token economy: Behavior modification as a theoretical approach to database marketing], Doctoral Dissertation, University of Vienna, Vienna 2000

Ebster, C. (1999): *Marktforschung leicht gemacht* [Principles of marketing research], Ueberreuter Wirtschaftsverlag, Vienna/Frankfurt 1999

PRESENTATIONS

Ebster, C./Wagner, U. (2008): The effect of floor texture on consumer behavior at the point of sale. *SMA Conference Proceedings*, St. Petersburg, FL 2008 (peer reviewed).

Derdorfer, E./Stöckl, A./Ebster, C. (2007): Wahrnehmung und Positionierung von Wein aus biologischem Anbau und Bioweinmarken aus Sicht der Konsumenten. *Proceedings of the 30th World Congress of Vine and Wine*, Budapest 2007 (peer reviewed).

Ebster, C./Wagner, U./Bumberger, C. (2006): Bundled Product Presentations in a Retailing Environment, in: *Marketing, A. F. d., Résumé des communications, XXIIème Congrès International de l'Association Française du Marketing* 2006.

Ebster, C./Wagner, U./Bumberger, C. (2006): The Effects of Presenting Products in their Usage Context, in: Moon, J., *Proceedings of the '2006 Academy of Marketing Science / Korean Academy of Marketing Science Cultural Perspectives in Marketing Conference'*, (peer reviewed).

Haller, T./Ebster, C. (2006): Ermittlung der Akzeptanz alternativer Verschlussysteme bei Wein mittels der Conjoint-Analyse, in: *Proceedings Eisenstädter Weinkonferenz* 2006.

Ebster, C./Wagner, U./Neumüller, D. (2006): Mommy, I Want That! - Spontaneous Purchases Triggered by Children, in: Andreani, J. C., *Proceedings of the 5th International Congress Marketing Trends*, Venice (peer reviewed).

Ebster, C./Reisinger, H. (2005): The Role of the Physical Attractiveness of a Salesperson in Personal Selling, in: Troilo, G., *Proceedings from the 34th EMAC Conference*, (peer reviewed).

Ebster, C./Wagner, U./Neumüller, D. (2005): Impulsive Buying Triggered by Children, in: *Proceedings '2005 Korean Academy of Marketing Science Fall Conference'*.

Wagner, U./Ebster, C./Valis, S. (2005): The Effect of Suggestive Selling on Sales, in: Troilo, G., *Rejuvenating marketing: contamination, innovation, integration. Proceedings from the 34th EMAC Conference*, Milan (peer reviewed).

Ebster, C./Guist, I. (2003): The role of authenticity and cultural affinity in the theming of ethnic restaurants, *Proceedings of the EIRASS Conference*, Portland, Oregon, 2003 (peer reviewed)

RESEARCH PROJECTS

Company-sponsored research: (selection)

- Market potential analysis for the public health program of a Viennese university (2008)
- Service quality research at a regional public authority (2006, 2007)
- Optimizing the consumption experience of elderly customers of spas (2004)
- Media research for an Austrian city magazine (2001)
- Mystery shopping for an Italian chain of espresso bars operating in Austria (2000)
- Customer satisfaction survey for GE Capital Bank, Vienna (2000)
- The image of the City Marketing Eisenstadt (1998)