

Verzeichnis der Veröffentlichungen – Prof. Dr. Julian Voss

Monographien

Voss, J. (2008): Customer Relationship Management im Agribusiness (Dissertation), Göttingen.

Beiträge in Sammelbänden

Spiller, A., Schlecht, S., Voss, J. (2010): Zwischen Technikbegeisterung und Widerständen der Außendienstmannschaft: Customer Relationship Management in mittelständischen Viehhandelsorganisationen, in: Petersen, B., Spiller, A., Theuvsen, L. (Hrsg.) (2010): Vom Viehvermarkter zum Dienstleistungsprofi, Bonn: GIQS e.V., S. 131-145.

Voss, J., Spiller, A. (2009): Zur Akzeptanz von gentechnisch verändertem Saatgut in der deutschen Landwirtschaft – Ergebnisse einer empirischen Studie, in: Böhm, J., Albersmeier, F., Spiller, A. (Hrsg.): Die Ernährungswirtschaft im Scheinwerferlicht der Öffentlichkeit. Reihe: Agrarökonomie, Bd. 4, Lohmar-Köln: Josef Eul Verlag, S. 111-125.

Voss, J. / Spiller, A. (2008): Der EU-Herkunftsschutz – eine Perspektive für Wurst- und Fleischspezialitäten?, in: Spiller, A. / Schulze, B. (Hrsg.): Zukunftsperspektiven der Fleischwirtschaft – Verbraucher, Märkte, Geschäftsbeziehungen, Göttingen.

Voss, J. / Spiller, A. (2008): Das EU-System zum Schutz geographischer Herkunftsangaben und Ursprungsbezeichnungen; in: Antoni-Komar, I. / Pfriem, R. / Raabe, T. / Spiller, A. (Hrsg.): Ernährung, Kultur, Lebensqualität - Wege regionaler Nachhaltigkeit, Oldenburg.

Spiller, A. / Voss, J. / Deimel, M. (2007): Das EU-System zum Schutz geographischer Herkunftsangaben und Ursprungsbezeichnungen: Eine vergleichende Studie zur Effektivität des Instruments zur Förderung des ländlichen Raums und Implikationen für die deutsche Agrarförderung; in: Landwirtschaftliche Rentenbank (Hrsg.): Zur Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Agrarwirtschaft - politische, institutionelle und betriebliche Herausforderungen, Schriftenreihe der Landwirtschaftlichen Rentenbank, Band 22, S. 187 – 232, Frankfurt / Main.

Riekhof, H. C. / Voss, J. (2006): Strategiekompetenz als Schlüsselqualifikation des Managements – eine empirische Analyse der Top-600-Unternehmen der deutschen Wirtschaft, in: Riekhof, H. C. (Hrsg.): Strategien der Personalentwicklung, 6. Auflage, Wiesbaden.

Beiträge in wissenschaftlichen Zeitschriften

- Gyau, A., Voss, J., Spiller, A., Enneking, U. (2009): Farmer Acceptance of Genetically Modified Seeds in Germany: Results of a Cluster Analysis, in: International Food and Agribusiness Management Review 12 (4), S. 63-82 (online).
- Voss, J., Spiller, A., Enneking, U. (2009): Zur Akzeptanz von gentechnisch verändertem Saatgut in der deutschen Landwirtschaft, in: Agrarwirtschaft 58 (3), S. 155-167.
- Voss, J. / Spiller, A. / de Witte, T. (2008): Internetnutzung in der deutschen Landwirtschaft – sind Landwirte bereit für Web 2.0?, in: eZAI – elektronische Zeitschrift für Agrarinformatik 3 (2008).

Tagungsbeiträge

- Wocken, C. / Voss, J. / Spiller, A. (2008): Zur Organisation der landwirtschaftlichen Beratung aus Sicht der Destinatäre: ein einfaches Wahlmodell, Konferenzbeitrag für die 48. Jahrestagung der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e.V., Bonn.
- Voss, J. / Schaper, C. / Spiller, A. / Theuvsen, L. (2008): Innovationsverhalten in der deutschen Landwirtschaft – Empirische Ergebnisse am Beispiel der Biogasproduktion, Konferenzbeitrag für die 48. Jahrestagung der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e.V., Bonn.
- Voss, J. / Spiller, A. (2007): The Acceptance of GMO Seeds in German Agriculture - Empirical Results, paper 105th Seminar of the European Association of Agricultural Economists, March 8 – 10, 2007, Bologna (Italy).
- Voss, J. / Spiller, A. (2007): Vocational Training in the Field of Agriculture - Empirical Results, paper prepared for the 17. Annual World Food and Agribusiness Forum and Symposium, June 23 – 26, 2007, Parma (Italy).
- Voss, J. / Spiller, A. (2007): The Acceptance of GMO Seeds in German Agriculture - Empirical Results, paper prepared for the 17. Annual World Food and Agribusiness Forum and Symposium, June 23 – 26, 2007, Parma (Italy).
- Voss, J. / Spiller, A. (2007): Marketing competency and market orientation for Internet-Marketing: empirical results and implications for the agribusiness, paper prepared for the 6th Biennial Conference of the European Federation of IT in Agriculture, July 2 – 5, 2007, Glasgow (Scotland).
- Voss, J. / Spiller, A. (2007): Vocational Training in the Field of Agriculture - Empirical Results, paper prepared for the 105th Seminar of the European Association of Agricultural Economists, March 8 – 10, 2007, Bologna (Italy).
- Voss, J. / Scharffetter, T. / Spiller, A. (2007): Segmentierung des Markt für Maissaatgut als Ansatzpunkt für ein Customer Relationship Management-Konzept, Konferenzbeitrag

für die 27. Jahrestagung der Gesellschaft für Informatik in der Land-, Forst- und Ernährungswirtschaft vom 05. – 07. März 2007 in Stuttgart.

Voss, J. / Spiller, A. (2006): Weiterbildung in der Landwirtschaft – Ergebnisse einer empirischen Studie, Konferenzbeitrag für die 16. Jahrestagung der Österreichischen Gesellschaft für Agrarökonomie vom 28. - 29. September 2006 in Wien.

Beiträge in praxisorientierten Zeitschriften

Spiller, A. / Voss, J. (2010): Im "Markt-Sandwich" - DRV-Studie zur Wettbewerbsfähigkeit deutscher Hauptgenossenschaften im EU-Binnenmarkt, in: Genossenschaftsblatt für Rheinland und Westfalen, Ausgabe 04/2010, S. 14 – 15.

Voss, J. (2010): Weich schlägt hart: Kundenbindung und Weiterempfehlung im genossenschaftlichen Agrarhandel, in: GENOGRAPH, Ausgabe 04/2010, S. 68 – 69.

Voss, J. / Stegen, D. / Spiller, A. / Gerhardy, H. (2008): Das erwarten die Kunden von ihrem Zuchtunternehmen, in: Schweinezucht und Schweinemast, Ausgabe 2 (April / Mai 2008), S. 62 – 64.

Voss, J. / Spiller, A. (2007): Der EU-Herkunftsschutz, in: Fleischwirtschaft, 87. Jahrgang, Ausgabe 11, S. 74 - 80.

Spiller, A. / Voss, J. (2007): EU-Herkunftsbezeichnung: verschenkte Chancen, in: DLG Mitteilungen, 122. Jahrgang, Heft 7, S. 76 – 79.

Voss, J. / Spiller, A. / Enneking, U. (2007): Gentechnik: Bloß jeder Dritte ist dagegen, in: DLG Mitteilungen, 122. Jahrgang, Heft 3, S. 76 – 79.

Spiller, A. / Voss, J. (2006): Ein pikanter Fall – ein Beitrag zu den Folgen des Gerichtsurteils des EuGH zur Ursprungsbezeichnung "Feta", in: Milch-Marketing. Magazin für den Handel mit Molkreiprodukten, Heft 2, Februar 2006.

Diskussionspapiere

Voss, J., Spiller, A. (2008): Die Wahl des richtigen Vertriebswegs in den Vorleistungsindustrien der Landwirtschaft – Konzeptionelle Überlegungen und empirische Ergebnisse. Diskussionspapiere (Discussion Papers) 0804, Department für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung der Georg-August-Universität Göttingen, Göttingen.

Betreute Master- und Bachelorarbeiten

- Scharffetter, Tobias: Segmentierungskriterien und Ansatzpunkte für ein Customer Relationship Management-Konzept im Maissaatgutmarkt – eine empirische Studie am Beispiel der KWS SAAT AG, Göttingen 2006.
- Heyder, Matthias: Segmentierung des Marktes für Vorleistungsprodukte für die Landwirtschaft: Spezifizierung der Theorien am Beispiel des Marktes für Pflanzenschutzmittel, Göttingen 2006.
- Deimel, Mark: Lebensmittel mit geschützter Herkunftsangabe: Erfolgselemente auf einzelbetrieblicher und kooperativer Ebene, Göttingen 2006.
- De Witte, Thomas: Möglichkeiten der Kundenbindung über das Internet am Beispiel der KWS SAAT AG, Göttingen 2007.
- Hoos, Elisabeth: Kundenbindung im Agrarhandel. Eine empirische Analyse am Beispiel der Raiffeisen-Warenzentrale Kurhessen-Thüringen, Göttingen 2007.
- Stegen, Daniel: Der deutsche Zuchtschweinemarkt – Analyse des Einkaufsverhaltens ausgewählter Ferkelerzeuger auf Basis der Means-End-Theorie, Göttingen 2007.
- Thierolf, Tobias: Die Bedeutung und der Erfolg von geschützten Herkunftsbezeichnungen aus Sicht von regionalen Lebensmittelproduzenten – eine empirische Studie, Göttingen 2008.
- Bertram, Tanja: Zum Informationsverhalten deutscher Landwirte – eine Analyse auf Basis empirischer Daten, Göttingen 2008 (3-Monats-Arbeit im Rahmen der Prüfung für Diplom-Kaufleute an der Georg-August-Universität Göttingen).
- Wentrot, Gesa Kristina: Customer-Relationship-Management in mittelständischen Unternehmen – erfolgreiche Kundenbindung durch Priorisierung und Individualisierung von Geschäftsbeziehungen?, Göttingen 2008 (3-Monats-Arbeit im Rahmen der Prüfung für Diplom-Kaufleute an der Georg-August-Universität Göttingen).
- Nowak, Beate: Unbewusste Einstellungen von Konsumenten: Ansätze und Implikationen für die Marktforschung, Göttingen 2009.
- Katur, Julia Katharina: Standardization of International Advertising Budget Determination – using the Example of John Deere, a Manufacturer of Agricultural Machinery, Göttingen 2009.
- Wüllner, Johanna: Entwicklung eines methodengestützten Modells zur Kundensegmentierung am Beispiel der ALTA Deutschland GmbH, Göttingen 2009.
- Gerstenkorn, Vienna: Kundenorientiertes Messemarketing für Unternehmen des Agribusiness, Göttingen 2010.