

Publikationen

Andreas Lemmerer

2017

Lemmerer, A.; Menrad, K. (2017): **Attitudes and Habit in Value Perception for Foods.** Journal of Food Products Marketing 23 (1), S. 99-121

2015

Lemmerer, A.; Zapilko, M.; Menrad, K. (2015): **Senior Management's Influence on New Product Development Projects and Firm Performance in Small and Medium-Sized Food Companies.** International Food and Agribusiness Management Review. 18, Nr. 4, S. 105-120

Lampert, P.; Lemmerer, A.; Menrad, K. (2015): **Smartshopping via Smartphone? – Zur Bedeutung des mobilen Internets beim Informationsverhalten über Obst und Gemüse.** In: Dirksmeyer, W.; Theuvsen, L.; Kayser, M. (Hrsg.): Aktuelle Forschung in der Gartenbauökonomie; Tagungsband zum 1. Symposium für Ökonomie im Gartenbau. Braunschweig: Johann Heinrich von Thünen-Institut, Thünen Rep 22, 340 p.

Online: http://www.ti.bund.de/media/publikationen/thuenen-report/Thuenen-Report_22.pdf

Lemmerer, A.; Menrad, K. (2015): **Customers' use of prices and internal reference prices to evaluate new food products.** British Food Journal, 117, Nr. 4, S. 1411-1424

2014

Lemmerer, A. (2014): **Modeling the correct level of analysis in non-aggregated household panel data: A simulation approach.** Marketing Letters, 11/2014, DOI: 10.1007/s11002-014-9330-1