

# Publikationen

## Kai Sparke

### 2011

Sparke, K.; Menrad, K. (2011): **Food consumption style determines food product innovations' acceptance.** Journal of Consumer Marketing 28, Nr. 2, S. 125-138

### 2009

Sparke, K.; Menrad, K. (2009): **Cross-European and Functional Food-related consumer segmentation for new product development.** Journal of Food Products Marketing 15, Nr. 3, S. 213-230

Sparke, K.; Menrad, K. (2009): **The influence of eating habits on preferences towards innovative food products.** In: Barbosa-Cánovas, G. V. et al. (Ed.): Global issues in food science and technology. Elsevier, S. 93-116

### 2008

Menrad, K.; Sparke, K. (2008): **Consumer awareness, attitudes and willingness to pay.** In: Stein, A. J.; Rodriguez-Cerezo, E. (Hrsg.): Functional Food in the European Union. JRC Scientific and Technical Reports, EUR 23380-EN-2008, Sevilla, S. 29-48

Sparke, K. (2008): **Der Kunde im Zentrum.** Der Gartenbau, 34/08, 129 Jahrgang, 21. August 2008, S. 6-8

Sparke, K.; Menrad, K. (2008): **Dimensionen der Verbraucherresonanz bei der Neuproduktbeurteilung von Lebensmitteln.** In: Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaus e.V. (2008): Agrar- und Ernährungswirtschaft im Umbruch. Band 43, S. 53-63

### 2007

Menrad, K.; Sparke, K. (2007): **Konsumenten als bloße Melkkühe der Konsumgüterindustrie? Berücksichtigung der Konsumentenbedürfnisse bei der Produktentwicklung.** In: Gedrich, K.; Kustermann, W.; Zängler, T.W. (Hrsg) (2007): Konsumenten im Fokus der Wissenschaft. Studien zur Haushaltsökonomie Bd. 30, Peter Lang Verlag, Frankfurt/M., S. 59-74

Sparke, K.; Menrad, K. (2007): **Lebensmittelkonsumstil als Segmentierungsansatz für Verbraucherpräferenzen gegenüber innovativen Lebensmittelprodukten.** In: Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaus e.V. (2007): Good Governance in der Agrar- und Ernährungswirtschaft. Band 42, S. 407-416

### 2006

Menrad, K.; Sparke, K. (2006): **Consumer expectations and attitudes towards Functional Food.** Wissenschaftszentrum Straubing, 73 S. ([pdf-download >>>](#))

Sparke, K.; Menrad, K. (2006): **The Influence of Eating Habit on Preferences towards Innovative Food Products.** In: Proceedings of the 13th IUFOST World Congress "Food is Life"

Sparke, K.; Menrad, K. (2006): **Lebensmittelkonsumstil als Segmentierungsansatz für Verbraucherpräferenzen gegenüber innovativen Lebensmittelprodukten.** In: Tagungsband der 46. Jahrestagung der GeWiSoLa

## 2005

Sparke, K. (2005): **Marketing neuer Frühjahrssortimente.** Deutscher Gartenbau 59, Nr. 15, S. 38-40

Sparke, K. (2005): **Wie kann Werbung zu einer Umsatzsteigerung beitragen?** Deutscher Gartenbau 59, Nr. 33, S. 36-37

Sparke, K. (2005): **Besonderes bieten. Markt und Marketing für besondere "alternative" Frühjahrsblüher.** Der Gartenbau 124, Nr. 14, S. 10-11

Sparke, K. (2005): **Mit Controlling besser entscheiden.** TASPO Magazin 5, Nr. 6, S. 21-24

Sparke, S. (2005): **Werbung ja, aber wie?** Der Gartenbau 124, Nr. 34, S. 20-21

Sparke, K., Menrad, K. (2005): **Consumer expectations and attitudes towards Functional Food.** Endbericht an IPTS, Sevilla (noch vertraulich), 55 S.

## 2004

Sparke, K. (2004): **Was kosten die Verkaufsflächen tatsächlich?** Grüner Markt 45, Nr. 9, S. 44-45

Sparke, K. (2004): **Was bringt welche Fläche?** Deutscher Gartenbau 58, Nr. 28, S. 36-37

Sparke, K. (2004): **Wie effizient sind Warmhaus, Kalthaus und Freifläche?** Der Gartenbau 123, Nr. 30/31, S. 6-7

## Fachvorträge

*Marketingpotenzial geschützter Herkunftsangaben für Zierpflanzen am Beispiel des "Ammerländer Rhododendrons".* Beitrag auf der 44. Jahrestagung der Deutschen Gartenbauwissenschaftlichen Gesellschaft, 21.-24.02.2007 in Erfurt.

*Dimensionen der Verbraucherresonanz bei der Neuproduktbeurteilung von Lebensmitteln.* Referent auf der 47. Jahrestagung der GeWiSoLa „Agrar- und Ernährungswirtschaft im Umbruch“, 26-28.09.2007 in Freising-Weihenstephan.

*The Influence of Eating Habit on Preferences towards Innovative Food Products,* Referent auf dem 13. IUFOST Weltkongress, 16.-22.09.2006 in Nantes, Frankreich

*Lebensmittelkonsumstil als Segmentierungsansatz für Verbraucherpräferenzen gegenüber innovativen Lebensmittelprodukten,* Referent auf der 46. Jahrestagung der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaus (GeWiSoLa), 04.-06.10.2006 in Gießen

*Cross-European and Functional Food related Consumer Segmentation for New Product Development.* Referent auf dem 98. EAAE Seminar ("Marketing Dynamics within the Global Trading System: New Perspectives") vom 29.06.-02.07.2006 in Chania, Kreta, Griechenland

*Einflussgrößen der Verbraucherakzeptanz innovativer Obstprodukte.* Referent in der Sektion "Ökonomie" auf der 42. Tagung der Deutschen Gartenbauwissenschaftlichen Gesellschaft vom 22.-24.02.2006 in Potsdam, Deutschland

*Typisierung von Konsumenten und deren Einkaufsverhalten im gärtnerischen Einzelhandel.* Referent in der Sektion "Ökonomie" auf der 42. Tagung der Deutschen Gartenbauwissenschaftlichen Gesellschaft vom 22.-24.02.2006 in Potsdam, Deutschland

*Controlling-Konzeptionen für den Garten-Einzelhandel.* Referent auf der 41. Gartenbauwissenschaftlichen Tagung, Sektion Ökonomie, 23.-26.02.2005 in Wiesbaden/Geisenheim

*Markt und Marketing für alternative Frühjahrsblüher.* Referent auf dem 40. Weihenstephaner Zierpflanzentag, 03.03.2005 in Freising

*Überblick über Marketing bei Gartenbauartikeln.* Vortrag und Workshop zusammen mit Klaus Menrad auf dem 30. Weihenstephaner Hydrokulturseminar, 02.02.-04.02.2005 in Freising