

PROF. DR. AUDREY MEHN

Publikationen

Artikel

ALBRECHT, H., BEYERHAUS, C., MEHN, A. (2020). Die Macht der Stimme. *Swiss Marketing Review* (5), pp. 4-7.

MEHN, A., TERSTIEGE, M., WAGENER, K. (2019). Die Zukunft von Luxusuhren – Chancen und Risiken durch Smartwatches. *ISM Research Journal*, 6 (1), 44-69.

Monografien

FRANÇOIS, A. (2008). *Wissenschaftliches Schreiben in der Fremdsprache Deutsch. Am Beispiel von Abschlussarbeiten französischer Studierender*. VDM Verlag.

Buchbeiträge & Kapitel

WESTERMANN, A., MEHN, A. (2020). Omnichannel-Marketing - Verknüpfung von Online- und Offline-Kanälen (2 ed.). In Stumpf, M. (Eds.), *Die 10 wichtigsten Zukunftsthemen im Marketing* (pp. 163-180). Freiburg im Breisgau: Haufe.

MEHN, A., WIRTZ, V. (2018). Stand der Forschung. Entwicklung von Omnichannel-Strategien als Antwort auf neues Konsumentenverhalten (1 ed.). In Böckenholt et al. (Ed.), *Konzepte und Strategien für Omnichannel-Exzellenz* (pp. 3-35). Springer Gabler.

Herausgeberschaften

BÖCKENHOLT, I., MEHN, A., WESTERMANN, A. (2018). *Konzepte und Strategien für Omnichannel Exzellenz* (1 ed.). Springer Gabler.

Working Papers

GILDEMEISTER, C. C., MEHN, A., PERRET, J. K. (2021). *Factory-Outlet-Center: Discount oder Disney?. Eine explorative Analyse der Auswirkungen von Erlebnismarketing auf die Attraktivität von Factory-Outlet-Centern*. ISM Working Paper.

FRANÇOIS, A. (2000). *Schlüsselkompetenz Schreiben : Ergebnisse einer Umfrage unter Siegener Studierenden. über Probleme beim Konzipieren, Verfassen und Redigieren wissenschaftlicher Texte sowie über die Nutzung von Hilfsmitteln und Trainingsangeboten bei der Entwicklung schriftsprachlicher Kompetenzen*. SISIB-Schriftenreihe.