

LITERATUR

- (1) Rolf Kirchmair: "**Methoden zur Erfolgskontrolle werbepsychologischer Maßnahmen**"
Unveröffentlichte Vordiplomarbeit am Psychologischen Institut der Johann Wolfgang Goethe Universität in Frankfurt am Main, Oktober 1969
- (2) Rolf Kirchmair: "**Subjektive Intelligenzkriterien und Intelligenztestbeurteilung**"
Unveröffentlichte Diplomarbeit am Psychologischen Institut der Johann Wolfgang Goethe Universität in Frankfurt am Main, Dezember 1971
- (3) Rolf Kirchmair: "**Der Ärztebesucher: Mittler im Markt**"
Pharma-Marketing Journal, 3/76 (November 1976), S. 127-130
- (4) Rolf Kirchmair: "**Mafo-Institute erfolgreich auswählen**"
Pharma-Marketing Journal, 2/77 (März 1977), S. 60-65
- (5) Rolf Kirchmair & Manfred Schillinger:
"**Methoden und Quellen der Marktforschung im Pharma-Bereich**"
in: J. Koinecke: "Handbuch Marketing, Band II", S. 1333-1344
Gernsbach 1978 (Deutscher Betriebswirte-Verlag)
- (6) Rolf Kirchmair: "**Praxisrelevante Probleme bei der Planung, Durchführung und Überprüfung einer Marktsegmentation**"
in: K.D. Hartmann & K.F. Köppler: "Fortschritte der Marktpsychologie, Band 2", S. 101-111,
Frankfurt am Main 1980 (Verlag Fachbuchhandlung für Psychologie)
- (7) Rolf Kirchmair: "**Indirekte Befragungsmethoden in der Marktforschung**"
in: H. Haase & W. Molt: "Handbuch der angewandten Psychologie, Bd. 3, Markt und Umwelt",
S. 38-52, Landsberg am Lech 1981 (Verlag Moderne Industrie)
- (8) Rolf Kirchmair:
"Editorial: **Der deutsche Legierungsmarkt – Blickt da wirklich keiner mehr durch?**"
Zahnarzt Magazin, 3/95 (September 1995), S. 3
- (9) Rolf Kirchmair: "**Trends im Einkaufsverhalten in Deutschland 1996**"
in: J. Zentes (Hg.): "Convenience Shopping. Bedrohung oder Chance für den LEH?
Ergebnisse 3. CPC TrendForum", S. 30-35, Mainz 1996 (SFV-Verlag)
- (10) Rolf Kirchmair: "**Farb-Psychologie: Mehr Umsatz durch richtige Farbwahl**",
Werbeberater, August 1998, S. 67-82
- (11) Rolf Kirchmair: "**Preis-Psychologie: So finden Sie den richtigen Verkaufspreis für Ihre Dienstleistungen und Produkte**",
Werbeberater, Dezember 1998, S. 41-52
- (12) Rolf Kirchmair: "**Kaufmotive: Was will Ihr Kunde wirklich? So entdecken Sie die wahren Kaufmotive Ihrer Kunden und gestalten Ihre Werbung danach**",
Werbeberater, Juni 1999, S. 57-68
- (13) Rolf Kirchmair: "**Vertrauen gewinnen: 4 goldene Regeln, mit denen Sie eine dauerhafte Beziehung zu Ihren Kunden aufbauen**",
Werbeberater, November 1999, S. 55-62
- (14) Rolf Kirchmair & Michael Weis:
"**Psychologie der Website: Qualitätskriterien und ihre empirische Überprüfung**"
Planung & Analyse, Zeitschrift für Marktforschung und Marketing, 1/2000, S. 62-67
- (15) Rolf Kirchmair:
"**Markenimages im Netz**"
Planung & Analyse, Zeitschrift für Marktforschung und Marketing, 1/2001, S. 38-42

- (16) Rolf Kirchmair & Michael Weis:
„**E-Commerce-Auftritte auf dem Prüfstand: Zur Psychologie erfolgreichen Verkaufens im Internet**“
in: W. Kurz, M. Reinhardt & N. Strömsdörfer (Hg): „E-Commerce. Wettbewerbsvorteile realisieren“, Stuttgart 2001 (Deutscher Sparkassen Verlag)
- (17) Henning Haase & Rolf Kirchmair:
„**Sport sponsoring – Belief and Science**“
Planung & Analyse, Zeitschrift für Marktforschung und Marketing, 6/2002, S. 46-49
- (18) Rolf Kirchmair & Ulrich Niehenke:
„**Werbemitteltests – quantitativ oder qualitativ?**“
Planung & Analyse, Zeitschrift für Marktforschung und Marketing, 1/2004, S. 39-44
- (19) Rolf Kirchmair:
„**Senioren: die sparsame Generation?**“
Wirtschaftspsychologie aktuell, 2/2005, S. 53-56
- (20) Rolf Kirchmair:
„**Problemzonen auf der Spur. Senioren richtig ansprechen**“
Research & Results, Juli 2005, S. 30-31
- (21) Rolf Kirchmair:
„**Senioren: die heterogenste Zielgruppe von allen**“
Planung & Analyse, Zeitschrift für Marktforschung und Marketing, 4/2005, S. 60-63
- (22) Rolf Kirchmair:
„**Das Märchen von den reichen ausgabefreudigen Senioren**“
BAGSO Nachrichten, Das Magazin der Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren-Organisationen, 4/2005, S.5-7
- (23) Rolf Kirchmair:
„**Bedürfnisse und Anforderungen der Best Agers an IT-Produkte**“
in: S. Kimpeler & E. Baier (Hg): IT-basierte Produkte und Dienste für ältere Menschen - Nutzeranforderungen und Technikrends, Stuttgart 2006, S. 31-42
- (24) Rolf Kirchmair:
„**Besonderheiten der Generation 50plus - Wissen bedeutet Marktchancen**“
in: Euroforum: Zielgruppe 50plus, Schriftlicher Management-Lehrgang in 9 Lektionen, Düsseldorf 2006, Lektion 1b
- (25) Rolf Kirchmair:
„**Ein Seniorenauto gibt es nicht!**“
BAGSO Nachrichten, Das Magazin der Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren-Organisationen, 2/2008, S.24-25
- (26) Rolf Kirchmair:
„**Entwicklung des Seniorenmarkts**“
In: Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg (Hrg): Im besten Alter. Marktchancen des Demografischen Wandels, Stuttgart 2008, S. 13-19
- (27) Rolf Kirchmair:
„**Neue Wege in der qualitativen Online-Forschung**“
Planung & Analyse, Zeitschrift für Marktforschung und Marketing, 1/2008, S. 55-57
- (28) Rolf Kirchmair:
„**Die 7 häufigsten Fehler in der Seniorenwerbung, und wie man sie vermeiden kann**“
Planung & Analyse, Zeitschrift für Marktforschung und Marketing, 4/2008, S. 38-40
- (29) Rolf Kirchmair:
„**Indirekte psychologische Methoden**“
In: G. Naderer & E. Balzer (Hrsg): Qualitative Marktforschung in Theorie und Praxis, Wiesbaden 2011, S. 345-365

SEKUNDÄRLITERATUR

- (1) **"Karrieremakler. Was die Personalberater leisten"**
Capital, April 1978, S. 91
- (2) Fritz Süllwold: **"Implizite Intelligenztheorien"**
Zeitschrift für experimentelle und angewandte Psychologie, 1987, Band XXXIV,
Heft 1, S. 101-119
- (3) Gabi Schreier: **„Alter schützt vor Forschung nicht“**
w&v, Werben und Verkaufen, 30/2008, S. 51-52

VERÖFFENTLICHTE INTERVIEWS

- (1) **"Psychologie im Marketing: Was leisten die Methoden?"**
Absatzwirtschaft, Mai 1980, S. 30-43
- (2) **"Verkaufsförderer Psychologie? Marktforschung: Qualitative Techniken"**
Absatzwirtschaft, Januar 1982, S. 56-62
- (3) **"Farben geben Marken Kraft"**
Media & Marketing, Nr. 11/2000, S. 86-92
- (4) **"Blut ist dicker als Tinte"**
Euro am Sonntag, Nr. 46 vom 26. November 2000, S. 118-121
- (5) **„Männer um die 50 – Das Beste kommt noch“**
Stern, Nr. 28 vom 3. Juli 2008, S. 78-89

ÖFFENTLICHE AUFTRITTE

- (1) Diverse Rundfunk- und Fernsehinterviews zu unterschiedlichen marktpsychologischen Themen
- (2) Teilnahme an der Talkshow "Magdeburger Gespräch" am 20.12.2004 in Magdeburg
- (3) Teilnahme an der Expertenrunde (Podiumsdiskussion) zum Thema "Universal Design/ Universal Quality" im Rahmen der Messe Euromold am 30.11.2006 in Frankfurt am Main

VORTRÄGE

- (1) **„Das Dependenz-Modell in der Imageforschung – oder: das Image alleine reicht nicht“**
Vortrag am 15.09.1992 auf dem Sechsten Schwetzingen Schloss-Seminar zum Thema „Neue Wege der Image-Forschung“
- (2) **„Trends im Einkaufsverhalten in Deutschland 1996“**
Vortrag am 29.09.1996 auf dem 3. CPC TrendForum "Convenience Shopping. Bedrohung oder Chance für den LEH?" in Bonn
- (3) **„Erfolgskriterien für E-Commerce-Auftritte:**
Zur Psychologie erfolgreichen Verkaufens im Internet“
Vortrag am 25.10.2000 im Seminar „Medienpsychologie“ im Rahmen der Vortragsreihe „E-Commerce“ des Zentrums für Europäische Wirtschaftsforschung in Mannheim und der Akademie für Weiterbildung an den Universitäten Heidelberg und Mannheim e.V.
- (4) **„Psychologische Methoden in der Marktforschung“**
Vortrag am 01.07.2002 vor dem Arbeitskreis Marktforschung der Bayer AG in Monheim
- (5) **„Psychologische Ansatzpunkte qualitativer Marktforschung“**
Vortrag am 04.10.2003 auf dem 22. Kongress für Angewandte Psychologie in Bonn
- (6) **„Verbatim – ein neuer Ansatz der Werbewirkungsforschung“**
Vortrag am 17.05.2004 auf dem 5. Kongress für Wirtschaftspsychologie in Hamburg
- (7) **„Innovationspool für die Marktpsychologie: Transformation neuer Ansätze“**
Vortrag am 18.05.2004 auf dem 5. Kongress für Wirtschaftspsychologie in Hamburg
- (8) **„Innovationen in der Marktforschung: Blick über den Tellerrand“**
Vortrag am 07.07.2004 auf dem BVM-Regionalabend in Frankfurt am Main
- (9) **„50 plus: fit, frisch, forsch. Die neuen Alten altern neu“**
Vortrag am 12.05.2005 auf dem Forum für Kommunikation & Marketing in München
- (10) **„Generation 50plus: eine umworbene Zielgruppe“**
Vortrag am 07.10.2005 auf der HEA Jahrestagung 2005 in Ulm
- (11) **„Anforderungen der ‚Best Agers‘ an Produkte und Dienstleistungen im IT-Bereich“**
Vortrag am 10.10.2005 auf der Fazit Fachtagung des Fraunhofer Instituts ISI im Rahmen des do IT Kongresses 2005 in Stuttgart
- (12) **„Fähigkeiten und Bedürfnisse der Generation 50plus“**
Vortrag am 24.11.2005 auf dem "Fachdialog Arbeitswelten 2010" im Rahmen des "netzwerk für design und innovation" in Darmstadt
- (13) **„Fähigkeiten und Bedürfnisse der Generation 50plus“**
Vortrag am 06.07.2006 im Netzwerk "Generationenübergreifende Produkte und Dienstleistungen" der Hochschule für Technik und Wirtschaft des Saarlandes in Saarbrücken
- (14) **„Werden unsere Senioren immer jünger? “**
Vortrag am 6.10.2006 auf dem Marketing-Kongress "Die Best-Ager und der Luxus" des Marketing-Club Rhein-Neckar in Mannheim
- (15) **„Werden unsere Senioren immer jünger? “**
Vortrag am 10.10.2006 auf der Klausurtagung des "Treffpunkt Senior" in Stuttgart
- (16) **„Generation 50plus im demografischen Wandel“**
Vortrag am 11.10.2006 auf der Veranstaltung "Generation 50plus. Vom alten Eisen zum Impulsgeber für die Wirtschaft" des RKW Hessen in Wiesbaden

- (17) **„Status quo: Aktuelle Erkenntnisse zur Seniorenwerbung“**
Vortrag am 27.03.2007 auf der Fachtagung „Werbung 50plus“ in Frankfurt am Main
- (18) **„Die Besonderheiten der Zielgruppe 50plus“**
Vortrag am 25.04.2007 auf der BVM-Fachtagung „Mythos Zielgruppe 50plus“
in Frankfurt am Main
- (19) **„Generation 50plus im demografischen Wandel
- Wünsche und Bedürfnisse von Senioren“**
Vortrag am 15.05.2007 auf dem Führungs-Dialog der Sparkassenakademie in Eppstein
- (20) **„Generation 50plus: Konsequenzen für die Marktforschung“**
Vortrag am 30.05.2007 in der BVM Regionalgruppe Rhein-Neckar
- (21) **„Von bieder bis nackt – Das Bild der Senioren in der Werbung“**
Vortrag am 30.06.2007 auf dem Liberalen Senientag im Landtag von Baden-Württemberg
in Stuttgart
- (22) **„Entwicklung des Seniorenmarkts“**
Vortrag am 26.09.2007 auf dem Kongress „Im besten Alter“ des Wirtschaftsministeriums
Baden-Württemberg und der Staatsrätin für demografischen Wandel und für Senioren im
Staatsministerium Baden-Württemberg in Stuttgart
- (23) **„Generation 50plus: Konsequenzen für die Marktforschung“**
Vortrag am 08.11.2007 in der BVM Regionalgruppe Rhein-Ruhr in Düsseldorf
- (24) **„Entwicklung des Seniorenmarkts“**
Vortrag am 16.01.2008 in der Fakultät Medien und Informationswesen der Hochschule
Offenburg
- (25) **„Marktpotenziale, Trends und Entwicklungen der Zielgruppe 50plus“**
Vortrag am 24.01.2008 auf der Veranstaltung „Sie werden immer jünger! Senioren als
Zielgruppe für Bad und Sauna“ in Rheine
- (26) **„Besonderheiten der Zielgruppe 50plus“**
Vortrag am 09.04.2008 in der IHK Industrie- und Handelskammer Frankfurt am Main
- (27) **„Das Marktpotenzial unserer Senioren“**
Vortrag am 24.06.2008 im Rahmen der Allianz Invest4Life Produktschulung in Stuttgart