

Publications

List of publications (as of April 2020)

Ralph Tunder zusammen mit Vivienne Dierkes: Das deutsche Gesundheitssystem Historie, Grundstrukturen und Basisdaten. Working Paper April 2020. [PDF Download](#)

Ralph Tunder zusammen mit Vivienne Dierkes und Pavel Vitis: COVID-19 – Maßnahmen und Simulationsmodelle. Working Paper April 2020. [PDF Download](#)

Ralph Tunder zusammen mit Gregor Jelen: Die neue Nutzenerprobung nach § 137e SGB V – Eine Erfolgsbilanz aus Sicht von Medizinprodukteherstellern, in: market access & health policy, 05/19, S.I-III.

Ralph Tunder zusammen mit Vivienne Dierkes: Pharmakoökonomie: Ökonomie und Medizin, in: Rübben, H. (Hrsg.): Uroonkologie, 7. Auflage.

Ralph Tunder zusammen mit Jan Ober: Value-Based Health Care auf dem deutschen Arzneimittelmarkt, in: market access & health policy, 03/19, S.I-III

Ralph Tunder zusammen mit Felicia von Reden und Jan Ober: Reden Industrie und ihre Kunden aneinander vorbei?. In: Healthcare Marketing, 13(9/2018), S. 100-103.

Ralph Tunder zusammen mit Jan Ober und Sarah Genowski: Nutzen schaffen durch Patient Support. In: market access & health policy, 8(02/18), S. I-III.

Ralph Tunder zusammen mit Jan Ober: Beschleunigte Zulassung im AMNOG. Eine Bestandsaufnahme und Implikationen für Adaptive Pathways. In: market access & health policy, 7(03/17), S. V-VII.

Ralph Tunder zusammen mit Jan Ober: Einführung in das deutsche Gesundheitssystem. Historie, Grundstrukturen und Basisdaten. Working Paper Februar 2017. [PDF Download](#)

Ralph Tunder zusammen mit Belinda Martschinke: Ingredient Branding - Eine Einführung zum theoretischen Hintergrund und zur strategischen Anwendung, in: B-to-B-Markenführung: Grundlagen, Konzepte und Best Practices. Hrsg.: Baumgarth, C., Springer Gabler (forthcoming Februar 2017).

Ralph Tunder zusammen mit Belinda Martschinke: Methoden zur Erhebung von Patientenpräferenzen im telemedizinischen Kontext, in: Digitale Transformation von Dienstleistungen im Gesundheitswesen I - Impulse für die Versorgung, Pfannstiel M.A., Da-Cruz, P., Mehlich H., Springer Gabler 2017, S. 59-66.

Ralph Tunder zusammen mit Belinda Martschinke: Die Beurteilung des AMNOG aus Sicht der Krankenkassen - Nachbesserungs-Agenda vorgelegt, in: market access & health policy, Mai 2016.

Ralph Tunder zusammen mit Belinda Martschinke: Die Beurteilung des Arzneimittelmarkt-Neuordnungsgesetzes (AMNOG) aus Sicht der gesetzlichen Krankenkassen. Diskussionsbeitrag April 2016. [PDF Download](#)

Ralph Tunder zusammen mit Belinda Martschinke: Telemedizinische Stroke Units in der Notfallversorgung - der Siegeszug eines neuen Servicemodells. in: Dienstleistungsmanagement im Krankenhaus - Nachhaltige Wertgenerierung jenseits der operativen Exzellenz. Hrsg.: Pfannstiel M.A., Rasche C., Mehlich H., Springer Gabler 2016.

Ralph Tunder zusammen mit Julia Plein: Patient Empowerment als wirksames Instrument zur Steigerung der Behandlungsqualität. in: Dienstleistungsmanagement im Krankenhaus - Nachhaltige Wertgenerierung jenseits der operativen Exzellenz. Hrsg.: Pfannstiel M.A., Rasche C., Mehlich H., Springer Gabler 2016.

Ralph Tunder zusammen mit Belinda Martschinke: Zur Situation der Indirekten Vergleiche - Zwischen Ergebnissicherheit und Realität, in: market access & health policy, November 2015. [PDF Download](#)

Ramon Endres: Underfunding of German hospitals - background, causes, and solution ideas (Master Thesis). [PDF Download](#)

Belinda Martschinke: Patient Reported Outcomes in Market Access und Versorgungsforschung – eine Bestandsaufnahme. in: market access & health policy, März 2015. [PDF Download](#)

Axel Gloger im Handelsblatt vom 06.03.2015: Der neue Manager in Weiß- das Denken in Kosten und Erlösen spielt heute in jedem Operationssaal eine Rolle. Wie Ärzte das notwendige Rüstzeug erwerben können. [PDF- Download](#)

Ralph Tunder im KU Studienführer Plus/ Ausgabe Februar 2015: Selbstreflektion, Integration und Empathie- Das Geheimrezept für eine gute Führungskraft. [PDF Download](#)

Ralph Tunder zusammen mit Belinda Martschinke: Ambient-Assisted-Living-Konzepte: Mehrwert für Kliniken? (Zweitveröffentlichung), in: HEALTH ECONOMIST Oktober 2014, S. 5-6. [PDF Download](#)

Ralph Tunder zusammen mit Belinda Martschinke: Ambient-Assisted-Living-Konzepte: Mehrwert für Kliniken?, in: EY Healthcare News 1 (2014), S. 28-31.

Ralph Tunder zusammen mit Belinda Martschinke: Der QALY-Ansatz - Potenziale und Grenzen, in: Der Urologe 53 (2014), 1/2014, S. 7-14. [PDF Download](#)

Ralph Tunder zusammen mit Maike Bestehorn: AMNOG – Erste Erfahrungen und mögliche Auswirkungen auf die Klinische Forschung, in: PharmacoEconomics German Research Articles, erscheint demnächst.

Ralph Tunder zusammen mit André Jungcurt: Pharmaoökonomie in der Uroonkologie, in: Rübben, H. (Hrsg.): Uroonkologie, 6. Auflage, erscheint demnächst.

Ralph Tunder: Der Gesundheitsmarkt verändert sich zu Health 2.0 – Gesundheitskommunikation im Web 2.0, in: Jahrbuch Healthcare Marketing, 2013, S. 3-8.

Ralph Tunder: Empathische Führung im ärztlichen Bereich – Der leitende Arzt im Spannungsfeld eines neuen Anspruchs, in: Wehrmedizinische Monatsschrift 57 (2013), 4/2013, S. 90-96

Ralph Tunder zusammen mit Maren Freiberg: Identifikation der Stakeholder für den Market Access von pharmazeutischen Produkten, in: market access & health policy, Nr. 3, 2013, S. I-IV.

Ralph Tunder zusammen mit Maike Bestehorn: Nach der Nutzenbewertung ist vor der Nutzenbewährung – Registerstudien können die Marktposition eines Produkts nachhaltig stützen, in: Pharmazeutische Medizin, 14 (2), 2012. S. 88-95.

Ralph Tunder: Anforderungen an eine flexiblere und pragmatischere Ausgestaltung des AMNOG, in market access & health policy, Nr. 6, 2012, S. III.

Ralph Tunder zusammen mit Maike Bestehorn: Versorgungsforschung und Pharmaökonomie: Nach der Nutzenbewertung ist vor der Nutzenbewährung – Der Einsatz klinischer Register kann die Marktposition eines Arzneimittels oder Medizinprodukts nachhaltig stützen; in: Pharmazeutische Medizin, Nr. 2, Mai, 2012, S. 27-37.

Ralph Tunder zusammen mit Mark Goepel: Medizin und Ökonomie sind kein Widerspruch, in: Der Urologe, Nr. 12, Band 50, 2011 S. 1541-1542.

Ralph Tunder: Was leistet die Gesundheitsökonomie? Eine Standortbestimmung, in: Der Urologe, Nr. 12, Band 50, 2011 S. 1543-1549.

Ralph Tunder zusammen mit Stefan Ruhl: Führen mit Gefühl – Das Konzept der empathischen Führung, in: Management & Krankenhaus, Nr. 7, 2011, S. 3.

Ralph Tunder zusammen mit Stefan Ruhl: Emotionale Führung – Der Königsweg für Chefärzte?, in: Klinikarzt – Medizin im Krankenhaus, Nr. 1, 2011, S. 10-11.

Ralph Tunder: Akzeptanz schaffen, in: Pharma Marketing Journal, Nr. 1, 2011.

Hrsg. Ralph Tunder zusammen mit Thomas Ecker und Klaus Jürgen Preuß: Handbuch Market Access, Düsseldorf 2011.

Ralph Tunder: Market Access – Entwicklung eines konzeptionellen Managementansatzes, in: Ecker, T./Preuß, K.-J./Tunder, R. (Hrsg.): Handbuch Market Access, Marktzulassung ohne Nebenwirkungen, Düsseldorf 2011, S. 1-27.

Ralph Tunder zusammen mit Dirk Schiereck; Felicitas Gohlke: Durch Wertpapieranalysten wahrgenommene Qualität der Finanzkommunikation deutscher Unternehmen, erscheint in: Der Betrieb, Heft 8 (2010), S. 401-407.

Ralph Tunder: Wie wird die Technik liebenswert?, in: Das AAL-Magazin, Nr. 2, 2010, S. 30.

Ralph Tunder zusammen mit Saskia Reitzle: Der Versandhändler als Retail-Brand, in: Mattmüller, R. (Hrsg.): Versandhandelsmarketing, 2. Aufl., komplett überarbeitete und erweiterte Auflage, Frankfurt am Main 2010, S. 237-260.

Ralph Tunder zusammen mit Ronja Gresel: Werbung des Versandhandels – Zielsetzungen und abgeleitete Handlungsempfehlungen, in: Mattmüller, R. (Hrsg.): Versandhandelsmarketing, 2. Aufl., komplett überarbeitete und erweiterte Auflage, Frankfurt am Main 2010, S. 315-340.

Ralph Tunder zusammen mit Sebastian Behre: Ingredient Branding – Eine Einführung zum theoretischen Hintergrund und zur strategischen Anwendung, in: Baumgarth, C. (Hrsg.): B-to-B-Markenführung, Wiesbaden 2010, S. 243-259.

Ralph Tunder zusammen mit Annika Köhler; Mathias König: Praxisführung: Mit Qualität punkten, in: Deutsches Ärzteblatt, 106 (46), 2009.

Hrsg. Ralph Tunder zusammen mit Roland Mattmüller; B.M. Michael: Aufbruch – Ingredient Branding schafft Werte, München 2009.

Ralph Tunder zusammen Tim Bendig: Ingredient Retail-Brand als besondere Ausprägung des Inverse Ingredient Branding, in: Mattmüller, R./ Michael, B.M./ Tunder, R. (Hrsg.): Aufbruch – Ingredient Branding schafft Werte, München 2009, S. 312-331.

Ralph Tunder zusammen mit Roland Mattmüller und Saskia Reitzle: Das dyadische Beziehungsmodell: Von der Kundennähe über Kundenzufriedenheit zu Kundenloyalität?!, in: Gleich, R./Seggy, U./Friedrich, W./Tilebein, M. (Hrsg.): Dienstleistungsmanagement in der Investitionsgüterindustrie, Frankfurt 2008, S. 124-138.

Ralph Tunder zusammen mit Roland Mattmüller: Markteinführung und Vermarktung, in: Von der Idee zum Markt, hrsg. von P. Russo/ R. Gleich/ F. Strascheg, München 2008, S. 67 – 77.

Ralph Tunder zusammen mit Roland Mattmüller und Tobias Irion: Factors Influencing Sales Partner Control and Monitoring in Indirect Marketing, in: Journal of American Academy of Business, Volume 12, No. 1, September 2007, S. 235-247.

Ralph Tunder zusammen mit Tobias Irion: Flow-Erleben bei persönlich erbrachten Dienstleistungen, in: Zeitschrift für Management, Jg. 2, Nr. 4/2007, S. 352-371.

Ralph Tunder: Den Markt kennen und die eigenen Möglichkeiten auch, in: Zeitschrift für Controlling und Innovationsmanagement, Heft 4, 2007, S. 9-11.

Ralph Tunder zusammen mit Philipp Goetting: Anbieterloyalität als Strategie im Apothekenmarketing, in: ANAZAG Magazin, Juni/Juli 2007, S. 29-31.

Ralph Tunder zusammen mit Tim Bendig und Farah Krocke: Ingredient Branding zur Steigerung des akquisitorischen Potenzials von Handelsmarken, in: Trommsdorff, V. (Hrsg.): Handelsforschung 2007, Stuttgart, S. 104-113.

Ralph Tunder zusammen mit Roland Mattmüller: Vertrauen im Vertikalen Marketing, in: Schuckel, M./Toporowski, W. (Hrsg.): Theoretische Fundierung und praktische Relevanz der Handelsforschung, Wiesbaden 2007, S. 467-483.

Ralph Tunder zusammen mit Philipp Götting: Muss Loyalität eine Einbahnstrasse sein?, in: Absatzwirtschaft, Nr. 6, 2006, S. 28-30.

Ralph Tunder zusammen mit Roland Mattmüller: (Miss-)Erfolgsfaktoren von Verkaufsförderungsaktionen, in: Zeitschrift für die gesamte Wertschöpfungskette Automobilwirtschaft, Nr. 3, 2006, S. 60-63.

Ralph Tunder zusammen mit Roland Mattmüller: Innovationsmarketing, in: Gleich, R./ Russo, P./ Wittenstein, M. (Hrsg.): Innovationsmanagement in der Investitionsgüterindustrie, Frankfurt am Main 2006, S. 114-129.

Ralph Tunder zusammen mit Roland Mattmüller: Primär- und Sekundärorganisationsformen im Handel, in: Zentes, J. (Hrsg.): Handbuch-Handel, Wiesbaden 2006, S. 829-850.

Ralph Tunder zusammen mit Tim Bendig und Tobias Irion: Die strategische Bedeutung von After-Sales-Dienstleistungen für die Absicherung von Wachstum in einer kundenorientierten Unternehmensführung, in: Meyer, J.-A. (Hrsg.): Aufbruch und Wachstum von KMU in neuen Märkten, Jahrbuch der KMU-Forschung und -praxis 2006, Lohmar 2006, S.369-379.

Ralph Tunder zusammen mit Roland Mattmüller: The Architecture of Retail Brands, in: Heilmann, T. (Hrsg.): Manual of International Marketing, London 2005, S. 185-195.

Ralph Tunder zusammen mit Thomas Feinen und Antonia Mertens: Die rabattgestützte Kundenkarte als Instrument der Kundenbindung – Analyse von Einsatzmöglichkeiten und Darstellung von Implikationen für den Anbieter, Band 18 der Arbeitspapiere des Lehrstuhls für Strategisches Marketing an der European Business School, 2005.

Ralph Tunder zusammen mit Andreas Rücker: Opportunismus und Macht – Eine kritische Analyse gegenseitiger Wechselbeziehungen unter besonderer Berücksichtigung der Hersteller-Handel-Beziehung, Band 17 der Arbeitspapiere des Lehrstuhls für Strategisches Marketing an der European Business School, 2005.

Ralph Tunder zusammen mit Roland Mattmüller: Strategisches Handelsmarketing, München 2004.

Ralph Tunder: Handelsmarkenstrategien, in: Bruhn, M. (Hrsg.): Handbuch Markenführung, Kompendium zum erfolgreichen Markenmanagement, Band 1, 2., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage, Wiesbaden 2004, S. 949-973.

Ralph Tunder zusammen mit Karsten Traum: Schnittstellenproblematik bei Transaktionen über mehrere Wirtschaftsstufen – Eine institutionenökonomische Analyse am Beispiel des City Marketing, Band 15 der Arbeitspapiere des Lehrstuhls für Strategisches Marketing an der European Business School, 2004.

Ralph Tunder zusammen mit Moattar Banafsheh: Vertrauen zwischen Hersteller und Handel – Theoretische Hintergründe und Implikationen für das Vertikale Marketing, Band 14 der Arbeitspapiere des Lehrstuhls für Strategisches Marketing an der European Business School, 2004.

Ralph Tunder zusammen mit Martin J. Schmidt: Macht in der Hersteller-Handel Beziehung – Theoretische Hintergründe und Implikationen unter besonderer Berücksichtigung der Handelsmarke“, Band 16 der Arbeitspapiere des Lehrstuhls für Strategisches Marketing an der European Business School, 2004.

Ralph Tunder zusammen mit Sven Franzen: Preisindividualisierung am Beispiel der Deutsche Bahn AG, in: Burchert, H./Hering, T./Pechtl, H. (Hrsg.): Absatzwirtschaft. Aufgaben und Lösungen, München u. Wien 2003, S. 243-248.

Ralph Tunder zusammen mit Sven Franzen: Sortimentsbereinigung und ihre Konsequenzen für die Hersteller-Handel-Beziehung am Beispiel von kd und Ihr Platz. In: Burchert, H./Hering, T./Pechtl, H. (Hrsg.): Absatzwirtschaft. Aufgaben und Lösungen, München u. Wien 2003, S. 307-314.

Ralph Tunder: Hersteller-Handel-Beziehung – Eine neo-institutionenökonomische Betrachtung unter besonderer Berücksichtigung des Markenartikels, in: Ahlert, D./Olbrich, R./Schröder, H. (Hrsg.): Jahrbuch Handelsmanagement 2003, Frankfurt a.M. 2003, S. 205-220.

Ralph Tunder zusammen mit Roland Mattmüller: Zur Bedeutung von Marken und Markenwert für Anbieter und Nachfrager, in: Hommel, U./Knecht, T.C. (Hrsg.): Wertorientiertes Start-up Management. Grundlagen, Konzepte, Strategien, München 2002, S. 335-354.

Ralph Tunder zusammen mit Roland Mattmüller: Ein neues Selbstverständnis der Hersteller gegenüber dem Handel – Theoretische Hintergründe und Umsetzungsalternativen, in: Trommsdorff, V. (Hrsg.): Kooperation- und Wettbewerbsverhalten des Handels, Handelsforschung 2000/01, Köln 2001, S. 3-26.

Ralph Tunder: Der Transaktionswert der Hersteller-Handel-Beziehung – Theoretische Hintergründe, Konzeptualisierung und Implikationen auf Basis der Neuen Institutionenökonomik, Wiesbaden 2000.

Ralph Tunder zusammen mit Roland Mattmüller: Das Prozessorientierte Marketingverständnis. Eine neoinstitutionenökonomische Begründung, in: Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung, Heft 4/1999, S. 435-451.

Ralph Tunder: Werbung des Versandhandels – Zielsetzungen und abgeleitete Handlungsempfehlungen, in: Mattmüller, R. (Hrsg.): Versandhandels-Marketing. Vom Katalog zum Internet, Frankfurt am Main 1999, S. 287-313.

Ralph Tunder zusammen mit Roland Mattmüller: Dedico – Internationalisierung im Handel, in: Kaapke, A./Froböse, M. (Hrsg.): Fallstudien zum Handelsmanagement, Stuttgart u.a 1999, S. 95-117'.

Ralph Tunder zusammen mit Roland Mattmüller: Zur theoretischen Basis der Marketingwissenschaft – Die Verknüpfung der Neuen Institutionenökonomik mit dem Integrativ-Prozessualen Marketingansatz, Band 5 der Arbeitspapiere des Lehrstuhls für Marketing und Handel an der European Business School, 3. Auflage, Schloß Reichartshausen 1999 – reviewed durch die DBW.

Ralph Tunder: Sortimentsbereinigung und Wachstum – ein auflösbarer Widerspruch?“, Workingpaper Gemini, IMMF 1998.

Ralph Tunder zusammen mit Roland Mattmüller: Diversifikations-, Reduktions- und Konversionsstrategien von Dienstleistungs-Anbietern, in: Meyer, A. (Hrsg.): Handbuch Dienstleistungs-Marketing, Band 1, Stuttgart 1998, S. 589-606.