

## **A. Abgeschlossene Arbeiten**

### **A.1 Veröffentlichungen in Herausgeberwerken**

1. Gröppel-Klein, A. (2021). Die Wahrnehmungsforschung und ihre Bedeutung für Handelsmarketing und Shopper-Research. In G. Mau et al. (Hrsg.), Multisensorik im Handel, (S. 47-64). Wiesbaden: Springer.
2. Gröppel-Klein, A. (2021). Geschichte der BWL - Die Konsumentenverhaltensforschung in Marketing und Betriebswirtschaftslehre. In W. Matiaske & D. Sadowski (Hrsg.), Ideengeschichte der BWL (forthcoming).
3. Gröppel-Klein, A. (2021): Beitrag zum VHB-Jubiläumskalender "100 Schlaglichter der BWL", „Konsumentenverhaltensforschung“, September 2021.

### **A.2 Aufsätze in begutachteten Zeitschriften und Konferenzbänden, Arbeitspapiere (double-blind review)**

1. Franke, C., & Gröppel-Klein, A. (2021). Wonderful or scary? Consumers' reactions to more or less human-like virtual models, NA - Advances in Consumer Research (Vol. 47). Duluth, MN: Association for Consumer Research (forthcoming).
2. Franke, C., & Gröppel-Klein, A. (2021). Blurring the lines between human and virtual: Consumers acceptance of virtual models, Abstract, Proceedings of the 50th Annual Conference of the European Marketing Academy (EMAC), Madrid, Spain.
3. Gröppel-Klein, A., Kirsch, K.-M., & Spilski, A. (2021). (Hedonic) Shopping Will Find A Way: The Covid-19 Pandemic And Its Impact On Consumer Behaviour. Marketing ZfP – Journal of Research and Management, 43 (1-2), 95-108.
4. Kobel, S. & Groeppel-Klein, A. (2021). No laughing matter, or a secret weapon? Exploring the effect of humor in service failure situations, Journal of Business Research, 132, 260-269.
5. Krause, K., & Gröppel-Klein, A. (2021). The creepiness factor of (sensitive) online personalized advertisements, Abstract, Proceedings of the 50th Annual Conference of the European Marketing Academy (EMAC), Madrid, Spain.

### **A.3 Wissenschaftstransfer**

1. **Teilnahme** von Univ.-Prof. Dr. Gröppel-Klein und/oder Mitarbeiterteam an **nationalen und internationalen Konferenzen:**
  - a. 52<sup>th</sup> North American Conference of the Association for Consumer Research (ACR), 2021. (Virtual conference), mit Vortrag Claudia Franke
  - b. 50<sup>th</sup> European Marketing Academy (EMAC) Conference, 25.05.-28.05.2021. (Virtual conference) mit Vorträgen Claudia Franke und Kevin Krause
  - c. Körper Demografie Symposium, virtuell, Hamburg, Deutschland, 2021.
2. **Vorsitzende** der **Forschungsgruppe Konsum & Verhalten** (seit 2008), in der sich über 20 Lehrstühle in Deutschland, Österreich und der Schweiz zusammengeschlossen haben, gegründet von Prof. Dr. Werner Kroeber-Riel in den 1970er Jahren.
3. **Diverse Interviews in den Medien:**
  - a. Interview zum Thema „Online-Handel während der Pandemie“ mit Frau Thier für SZ.de, am 19.02.2021.
  - b. Interview zum Thema „Rückgang des privaten Konsums“ (Aufstellung des statistischen Bundesamts) mit Katharina Fortenbacher-Jahn für tagesaktuelle Radiosendungen der SWR Wirtschaftsredaktion, aufgezeichnet am 15.03.2021.
  - c. Telefoninterview zum Thema "Schaufenster-Design" mit Jennifer Evans für einen Beitrag für das Ressort Magazin für die Pharmazeutische Zeitung, 29.03.2021.
  - d. Telefoninterview zum Thema, inwieweit sich unser Konsumverhalten durch die Pandemie bedingten Einschränkungen dauerhaft verändern wird: Wollen wir überhaupt noch in Restaurants gehen, wenn es doch so einfach ist, sich die Pizza nach Hause liefern zu lassen? Wird der Einzelhandel in den Städten durch die Online-Bestellungen dauerhaft an Bedeutung verlieren? Mit Veronika Grandke für das Nachrichtenradio MDR Aktuell, 06.04.2021.
  - e. Telefoninterview zum Thema „Kaufverhalten - Fehlkäufe“ mit Isabelle Mees für die SR UNSER DING-Sendung am 03.05.2021, 30.04.2021.
  - f. Interviewdreh zum Thema: „Nivea“ mit Annika Große von Storyhouse Productions für eine TV-Dokumentation für die Reihe ZDFzeit am 17.08.2021, 18.05.2021.



6. Mitwirkung (Institutionen der Praxis und des Bundes)
  - a. T4E Kick-off-Meeting (European University Alliance „Transform4Europe – T4E“), online, 26.01.2021.
  - b. GEM-Kuratoriumssitzung Mitgliederversammlung Markendialog, online, 26.01.2021.
  - c. Sitzung des Koordinierungsgremiums Netzwerk Verbraucherforschung (Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz), 03.03.2021.
  - d. VHB-Mitgliederversammlung/Hauptversammlung/Jahrestagung, 16.03.2021
  - e. VHB-Workshop Entrepreneurship in Pandemiezeiten, 17.03.2021.
  - f. Digitale Auftaktveranstaltung Zukunftskonzept für den Handel im Saarland 2030, Wirtschaftsministerium Saarland (MWAEV), 30.03.2021.
  - g. Sitzung des Handelsverbands zum Handel im Saarland, 27.04.2021.
  - h. CDR-Initiativen Online-Konferenz (BMJV), 09.06.2021.
  - i. Organisation und Moderation: Workshop Gewährleistungsmarken beim BMJV, Berlin, 05.07.2021 (virtuelle Veranstaltung).
  - j. Sitzung des Koordinierungsgremiums des Bundesnetzwerks Verbraucherforschung, Berlin, 06.10.2021.
  - k. Herbstsitzung DIHK, 03.11./04.11.2021 (virtuelle Veranstaltung).

## **B. Laufende Arbeiten**

### **B.1 Forschungsprojekte (z. T. in Kooperation mit der Praxis)**

1. Drittmittelprojekt „Die Situation des saarländischen Einzelhandels im Vergleich zur Bundesrepublik – Eine sekundärstatistische Auswertung“ in Kooperation mit dem saarländischen Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Energie und Verkehr.

2. Mitwirkung am EU-Forschungsprojekt zum Thema „mEATquality“ (im Rahmen des Forschungsprogramms Horizont 2020 der Europäischen Kommission unter der Finanzhilfvereinbarung Nr. 101000344)
3. Konsumentenverhalten vor, während und nach der Coronapandemie
4. Diverse Diplom- und Masterarbeiten in Kooperation mit Unternehmen, z. B. August-Wilhelm Scheer Institut Saarbrücken, Rotary Club Rhein-Selz Hasborner Mühle, coaching plus GmbH.

## **C. Habilitationen und Dissertationen**

### **C.1 Abgeschlossene Habilitationsprojekte**

1. Kommunikation von Mergers & Acquisitions (M&A) gegenüber Kunden und Konsumenten, Dr. Anja Spilski

### **C.2 Laufende Dissertationsprojekte**

1. Herausforderungen der Datenverknüpfung, laufendes Dissertationsprojekt, Kevin Krause, M.Sc.
2. Herausforderungen digitaler Serviceleistungen, laufendes Dissertationsprojekt, Claudia Franke, M.Sc.
3. Wahrnehmung von intrinsischen und extrinsischen Cues bei Lebensmitteln, laufendes Dissertationsprojekt Kenya Kirsch, M.Sc.

## **D. Herausgabe von Zeitschriften und Reihen**

1. Schriftenreihe der Forschungsgruppe „Konsum und Verhalten“, Gabler Edition Wissenschaft, Wiesbaden (als Vorsitzende der Forschungsgruppe Konsum & Verhalten verantwortliche Mitherausgeberin).
2. Arbeitspapierreihe der Forschungsgruppe „Konsum und Verhalten“.
3. Herausgeberschaft der Marketing-Zeitschrift für Forschung und Praxis sowie des englischsprachigen Äquivalents (Marketing - Journal of Research and Management).
4. Univ.-Prof. Dr. Gröppel-Klein ist Mitglied in den Editorial Boards der Zeitschriften Marketing - Journal of Research and Management (Marketing

- JRM), Journal of Business Research, Journal of Marketing Communications, NeuroPsychoEconomics, European Journal of Management & Business Economics.

## **E. Spezielle Ausbildungsaktivitäten**

1. Mitwirkung am Ausbildungsprogramm des Aufbaustudiengangs „European Management“ der Universität des Saarlandes, Durchführung des Kurses „Consumer Behaviour“ von Prof. Gröppel-Klein unter Mitwirkung von Dr. Anja Spilski, M.Sc. Claudia Franke, M.Sc. Kenya Kirsch und M.Sc. Kevin Krause, Saarbrücken.
2. Mitglied im Programmbeirat für die Studienprogramme „Major Betriebswirtschaftslehre (B.Sc.)“, „Major Management & Human Resources (M.Sc.)“ und „Major Management & Marketing (M.Sc.)“ der Leuphana-Universität Lüneburg.
3. Stellv. Direktorin des Europa-Instituts an der Universität des Saarlandes.
4. Verantwortliche für den Schwerpunkt „Verhaltenswissenschaftliches Management und Marketing“.
5. Diverse Gutachtertätigkeiten für DFG, nationale und internationale Zeitschriften, nationale und internationale Dissertationen sowie Gutachten für Berufungen an deutschen Universitäten.