

Publikationen des Instituts für Handel & Internationales Marketing im Jahr 2021

A. Abgeschlossene Arbeiten

A.1 Beiträge in referierten Zeitschriften

- Wilson, B., Rita, P., Barrios, A., & Popp, B. (2021). Extending the notion of customer value to surfing camps. *Heliyon*, 7(8), e07876.
doi: [10.1016/j.heliyon.2021.e07876](https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e07876)

A.2 Beiträge in Sammelbänden

- Klein, P., & Popp, B. (2021). Nachhaltigkeit im E-Commerce: Die letzte Meile aus Konsumentensicht. In W. Wellbrock & D. Ludin (Eds.), *Nachhaltiger Konsum : Best Practices aus Wissenschaft, Unternehmenspraxis, Gesellschaft, Verwaltung und Politik* (pp. 659-677). Springer Fachmedien Wiesbaden.
doi: [10.1007/978-3-658-33353-9_40](https://doi.org/10.1007/978-3-658-33353-9_40)

A.3 Referierte Konferenzbeiträge

- Klein, P., Popp, B., & Van Roijen, C.-C. (2021, 17-19 January 2021). *Sustainability of delivery methods in e-commerce: Consumer perceptions and consequences for consumer behavior*. 2021 AMA Winter Academic Conference, Virtual.
- Klein, P., Popp, B., & Mees, M. (2021, 25-28 May 2021). *Consumers' perceptions and acceptance of last mile delivery methods in light of perceived sustainability*. 50th European Marketing Academy Conference (EMAC), Madrid (Virtual).
- Weintz, D., Ritt, K., & Popp, B. (2021, 25-28 May 2021). *Understanding Customers' Checkout Experiences and Attitudes: A Comparative Analysis of Self-Service and Traditional Checkouts Considering General Attributes and Situational Factors in a Retail Context*. 50th European Marketing Academy Conference (EMAC), Madrid (Virtual).
- Weyerhäuser, F., & Popp, B. (2021, 25-28 May 2021). *Determinants of Customer Satisfaction and Customer Loyalty in an Online Marketplace Environment*. 50th European Marketing Academy Conference (EMAC), Madrid (Virtual).

A.4 Wissenschaftstransfer

1. Teilnahme von Univ.-Prof. Dr. Bastian Popp und Mitarbeiter*innen an nationalen und internationalen Konferenzen und Tagungen
 - 2021 AMA Winter Academic Conference, Virtual Conference.
 - 50th European Marketing Academy Conference (EMAC), 2021 Virtual Conference.

- 2021 European Association for Sport Management (EASM) Festival of Sport Management Research and Practice 2021, Virtual Event Series.
- „Handelsforum online 2021 – Nach dem Lockdown – Handlungsempfehlungen für ein erfolgreiches Handelsmarketing“, Teilnehmer der virtuellen Podiumsdiskussion des Instituts für empirische Wirtschaftsforschung an der Universität des Saarlandes, der IHK Saarland und des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit, Energie und Verkehr des Saarlandes, 11.02.2021.
- „Handelsforum online – wie geht's weiter nach dem Lockdown?“, Teilnehmer der virtuellen Podiumsdiskussion der Handelskammer Hamburg, 04.03.2021.

2. Studien-/Projektberichte

- Projektbericht zur „Studie zu den Auswirkungen der Covid-19-Pandemie auf die Nachhaltigkeit im stationären Handel und im E-Commerce aus Konsumentensicht“ Popp, B, Klein, P., 2021.

3. Ausgewählte Interviews und Medienbeiträge

- Professoren-Profile: Interview mit Prof. Dr. Bastian Popp. wisu - das wirtschaftsstudium, Nr. 7/2021, S. 743-744. URL: <https://www.wisu.de>
- „Digital einkaufen geht auch nachhaltig“, Artikel von Stephanie Burger mit Beiträgen von Bastian Popp, Die Wirtschaftszeitung, Nr. 3/2021, 01.03.2021, S. 20. URL: <https://www.die-wirtschaftszeitung.de>
- Saar-Forscher Popp zur Lage des Einzelhandels: „Einige werden diesen Wandel nicht überleben“, Interviewer Lothar Warscheid. Saarbrücker Zeitung, 02.02.2021, https://www.saarbruecker-zeitung.de/saarland/saar-wirtschaft/experte-zur-situation-des-einzelhandels-im-saarland-im-corona-lockdown_aid-56013971

4. Mitwirkung (Institutionen der Praxis und des Bundes)

- Mitglied im Zukunftsforum Handel, organisiert vom Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Energie und Verkehr des Saarlandes, Saarbrücken, 2021.
- Fachmentor beleaf Indoor Farming (<https://beleaf-farming.de/>), „EXIST – Existenzgründungen aus der Wissenschaft“ (Förderkennzeichen: 03EGSSL045)

B. Laufende Arbeiten und Forschungsprojekte

Im zurückliegenden Jahr wurden zahlreiche empirische Forschungsprojekte und empirische Forschung im Rahmen von Bachelor- und Masterarbeiten in Kooperation mit Unternehmen oder regionalen Partnern durchgeführt.

Die thematischen Schwerpunkte liegen innerhalb der im Tätigkeitsbericht des H.I.MA. aufgeführten Forschungsfeldern („E-Commerce, Omni-Channel-Retailing und Voice Commerce“, „Multi-Sided (Digital) Markets und Plattformökonomien“, „Value Co-Creation im Handel“, „Nachhaltigkeit und Regionalität im Handel“, „Markenmanagement und Kundenloyalität“, „Dienstleistungs- und Qualitätsmanagement“, „Handel, Merchandising und Lizenzierung im Sport“.

C. Habilitationen und Dissertationen

C.1 Laufende Dissertationsprojekte

- Nachhaltigkeit im stationären Handel und im E-Commerce (Klein, P.)
- Vorhersehbarkeit von Rabatten im Handel (Weintz, D.)
- Online-Marktplätze und Plattform-Ökonomien im Handel (Weyerhäuser, F.)
- Digitally supported services: Opportunities for enhancing rural development (Kares-Vrincianu, R.)

D. Herausgabe von Zeitschriften und Reihen

- Mitherausgeber der Schriftenreihe „Fokus Dienstleistungsmarketing“ im Springer Verlag

E. Spezielle Ausbildungsaktivitäten

- Organisation, Digitalisierung und Mitwirkung im Ausbildungsprogramm des Aufbaustudiengangs „European Management“ der Universität des Saarlandes, Durchführung der Kurse „Strategic Management“ und „Service Management“, Saarbrücken
- Internes Praktikum – Projektarbeit
- Virtuelles Kolloquium zum Dienstleistungsmanagement (für Doktoranden/Habilitanden) zusammen mit der Universität Bayreuth, der Technischen Universität Kaiserslautern und der Norwegian School of Sport Sciences (Oslo, Norwegen)
- Digitalisierung der Lehrveranstaltungen des H.I.M.A. in den Bachelor-, Master-Studiengängen und im MBA European Management
- Mitwirkung an der Kooperationsplattformen UdS – htw saar, Fachbereich Wirtschaftswissenschaft