

A. Abgeschlossene Arbeiten

A.1 Herausgabe von Sammelwerken und Veröffentlichungen in Herausgeberwerken

1. Boltz, M., Bruhn M., Gröppel-Klein, A. & Hellmann K.-U. (Hrsg.) (2022). Marke, Nachhaltigkeit und Verbraucherpolitik. Baden-Baden: Nomos.
2. Gröppel-Klein, A. (2022). Geschichte der BWL - Die Konsumentenverhaltensforschung in Marketing und Betriebswirtschaftslehre. In W. Matiaske & D. Sadowski (Hrsg.), Ideengeschichte der BWL (S. 179 - 212). Wiesbaden: Springer.

A.2 Aufsätze in begutachteten Zeitschriften und Konferenzbänden (double-blind review)

1. Gröppel-Klein, A. & Kirsch K.-M. (2022). „Nous sommes en guerre“ - Auswirkungen der Corona-Pandemie auf das Konsumentenverhalten in Deutschland und Frankreich nach zwei Krisenjahren. In D. Kazmaier & F. Weber (Hrsg.), Universität in der Pandemie | L'université en temps de pandémie (Jahrbuch 19 des Frankreichzentrums), Bielefeld.
2. Dreßler, E., Spilski, A., Groeppel-Klein, A. & Graeff, T. (2022). When a robot asks for help: The impact of a healthcare robot admitting a weakness on patients' and caregivers' intention to use the robot, Proceedings of the 51th Annual Conference of the European Marketing Academy (EMAC), Budapest, Hungary.
3. Franke, C., Groeppel-Klein, A., & Dincher, J. (2022). Consumers' responses to human-like vs. cartoon-like designed virtual models: The role of psychological distance and message focus, NA - Advances in Consumer Research (Vol. 50). Duluth, MN: Association for Consumer Research.
4. Franke, C., Groeppel-Klein, A., Dincher, J. & Ecker, A. (2022). Is human likeness always best? Human- vs. cartoon-like virtual models, Proceedings of the 51th Annual Conference of the European Marketing Academy (EMAC), Budapest, Hungary.
5. Krause, K., Groeppel-Klein, A., & Friderich, S.N. (2022). The impact of personalization and transparency information levels on perceived creepiness, Proceedings of the 51th Annual Conference of the European Marketing Academy (EMAC), Budapest, Hungary.

6. Krause, K., Groeppel-Klein, A., Friderich, S.N., & Schmitz, M. (2022). Effects of personalization and ad algorithm disclosure on perceived creepiness, NA - Advances in Consumer Research (Vol. 50). Duluth, MN: Association for Consumer Research.

A.3 Wissenschaftstransfer

1. Internationale Wissenschaftliche Tagungen

Teilnahme von Univ.-Prof. Dr. Gröppel-Klein und/oder Mitarbeiterteam an **nationalen und internationalen Konferenzen:**

- a. 53th North American Conference of the Association for Consumer Research (ACR), Denver, USA, 20.10. – 23.10.2022 (Vorträge Claudia Franke, Kevin Krause, Gröppel-Klein).
 - b. 51th European Marketing Academy (EMAC) Conference, Budapest, Ungarn, 24.05. – 27.05.2022 (mit Vorträgen Claudia Franke, Kevin Krause, Andrea Gröppel-Klein).
 - c. EU-Projekt, mEATquality Kick-off meeting, Sevilla, Spanien 19.01. – 20.01.2022, virtuelle Teilnahme und Vortrag Gröppel-Klein: „How we can find out about consumers’ wishes?“
 - d. FAG (French-Austrian-German)-Workshop, Ausrichtung: Gröppel-Klein und Team zum zweiten Mal in Saarbrücken, 03.07. – 06.07.2023
Teilnehmer aus Frankreich, Österreich, Deutschland mit den Vorträgen: Gröppel-Klein „Crises, Pandemics, Life-changing Events, New Technologies – Consumer Behavior Research in a Changing World“ sowie Krause „Psychological Pitfalls of Personalized (Creepy) Advertising: Experimental Research“
2. Frau Prof. Gröppel-Klein ist **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 vor mehr als 40 Jahren.

3. Diverse Interviews in den Medien

- a. Interview zum Thema „Neuromarketing_Duftmarketing“ mit Frau Finkenzeller für WirtschaftsWoche, 31.01.2022.
- b. Interview zum Thema „Konsumentenverhalten“ mit Frau Gnirke für DER SPIEGEL, 08.04.2022.
- c. Interview zum Thema „Zukunft der Einkaufszentren“ mit Frau Voss für Der Tagesspiegel, 07.09.2022.
- d. Interview zum Thema „Corona“ mit Frau Henn für SWR, 12.09.2022.

4. Besondere universitäre Tätigkeiten:

Teilnahme Verbraucherforschungsforum 2022_Zeppelin Universität Friedrichshafen, 05.10.2022.

5. Vorträge von Univ.-Prof. Gröppel-Klein

Neben den schon skizzierten Vorträgen bei internationalen Tagungen:

- a. Vortrag zum Thema: „mEATquality“, CEUS-Collegiumssitzung, 02.02.2022 (virtuelle Sitzung).
- b. Würdigung (schriftliche Fassung) Prof. Weinberg für die virtuelle VHB-Sitzung der Kommission Marketing, 08.03. – 11.03.2022.
- c. Teilnahme und Information über Ergebnisse der vierten Studie „Konsumverhalten in Krisen“ beim Zukunftsforum Handel, Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Energie und Verkehr (MWAEV), 24.03.2022
- d. Virtueller Vortrag zum Thema: „Auswirkungen der Corona-Pandemie auf das Konsumentenverhalten“, Prepaid Verband Deutschland e. V. (PVD), 27.04.2022.
- e. Vortrag „Auswirkungen der Corona-Pandemie auf das Konsumentenverhalten“ bei der DIHK-Handelsausschuss-Sitzung am 02.06.2022.
- f. Laudatio zur Verleihung des Innovationspreises und Würdigung der beiden zweitplatzierten Preisträger beim BVM-Kongress in Frankfurt, 20.06.2022.
- g. Vortrag zum Thema „Auswirkungen der Corona-Pandemie auf das Konsumentenverhalten“ bei MTP - Marketing zwischen Theorie und Praxis, 23.06.2022.

- h. Vortrag zum Thema: „*Wirkungen verschiedener digitaler kommunikationspolitischer Instrumente auf Konsumentinnen und Konsumenten - Erkenntnisse experimenteller Studien?*“ beim Verbraucherforschungsforum 2022_Zeppelin Universität Friedrichshafen, 05.10.2022.
- i. Vortrag „*Konsumentenverhalten in Krisen während der Corona-Pandemie und mit Beginn des Ukraine-Kriegs*“ sowie Teilnahme an der Podiumsdiskussion, Handelsforum Saarland 2022, 10.10.2022, ausgerichtet von IfeW, IHK Saarland und Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitales und Energie und dem Gastgeber Saarbaser

6. Mitwirkung (Institutionen der Praxis und des Bundes)

- a. GEM-Kuratoriumssitzung Mitgliederversammlung Markendialog, online, 16.02./17.02.2022.
- b. BVM-Jurysitzung, online, 18.02.2022.
- c. Virtuelle VHB-Tagung_Kommission Marketing, 08.03. – 11.03.2022.
- d. Virtuelle Frühjahrssitzung des Koordinierungsgremiums des Bundesnetzwerks Verbraucherforschung, 29.03.2022.
- e. DIHK-Handelsausschusssitzung, 02.06.2022 (Hybridsitzung).
- f. BVM-Kongress, Frankfurt, 20.06.2022.
- g. Jahrestagung Markenverband, Berlin, 12.10.2022.
- h. Handelsforum, 10. Oktober 2022.
- i. Teilnahme Herbstsitzung DIHK-Handelsausschuss, Berlin, 12.10./13.10.2022.
- j. Teilnahme Jahreskonferenz 2022 Bundesnetzwerk Verbraucherforschung, Berlin, 27.10./28.10.2022.

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/Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitales und Energie
2. Mitwirkung am EU-Forschungsprojekt zum Thema „mEATquality“ (im Rahmen des Forschungsprogramms Horizont 2020 der Europäischen Kommission unter dem Grant Agreement Nr. 101000344).
3. Drittmittelprojekt „Customer Journey“ in Kooperation mit Abbott GmbH
3. Konsumentenverhalten vor, während und nach der Coronapandemie.
4. Diverse Masterarbeiten in Kooperation mit Unternehmen, z. B. Hebie GmbH & Co.KG Bielefeld, Abbott Wiesbaden und Erklärfilm Saarland

C. Dissertationen

Laufende Dissertationsprojekte

1. Herausforderungen der Datenverknüpfung, laufendes Dissertationsprojekt, Kevin Krause, M.Sc.
2. Virtuelle Influencer, 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 Zeitschrift Marketing JRM (Zeitschrift für Forschung und Praxis, 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 Prof. Dr. Guliz Ger, Bilkent University
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 wissenschaftliche Zeitschriften und Konferenzen, nationale und internationale Dissertationen sowie Gutachten für Berufungen an deutschen Universitäten.