

## Publikationen des Instituts für Handel & Internationales Marketing im Jahr 2024

### A. Abgeschlossene Arbeiten

#### A.1 Referierte Konferenzbeiträge

- Weyerhaeuser, F., & Popp, B. (2024, 25.-27.09.2024). Revisiting Perceived Brand Localness in Retailing: Conceptualization, Antecedents, and Effects, 15th European Marketing Academy (EMAC) Regional Conference, Lisboa, Portugal.
- Popp, B., & Weyerhäuser, F. (2024, 26.06.-30.06.2024). Beloved Relationship, a Means to an End or Both? The Role of Brand Identification and Satisfaction for Loyalty Towards Voice Assistants, 30th Recent Advances in Retailing and Consumer Science Conference (RARCS), Fuerteventura, Spain.
- Krempel, L., & Popp, B. (2024, 28/05/2024-31/05/2024). Consumer Motives to Buy Pre-owned Products: The Role of Sustainability and Other Relevant Factors, 53rd Annual Conference of the European Marketing Academy (EMAC), Bucharest, Romania.
- Klein, P. (2024, 28/05/2024-31/05/2024). Consumers' Perceived Corporate Social Responsibility in Online Retailing: Scale Development and Validation, 53rd Annual Conference of the European Marketing Academy (EMAC), Bucharest, Romania.

#### A.2 Wissenschaftstransfer

1. Teilnahme von Univ.-Prof. Dr. Bastian Popp und Mitarbeiter\*innen an nationalen und internationalen Konferenzen und Tagungen
  - 53th Annual Conference of the European Marketing Academy (EMAC), Bukarest, Rumänien.
  - 15th European Marketing Academy (EMAC) Regional Conference, Lissabon, Portugal.
  - 30th Recent Advances in Retailing and Consumer Science Conference (RARCS), Fuerteventura, Spanien.
  - Handelsforum 2024. Teilnehmer der Podiumsdiskussion zum Thema „Wie kann der stationäre Handel wieder seine Magie entfachen?“, ausgerichtet durch das Institut für empirische Wirtschaftsforschung an der Universität des Saarlandes, IHK Saarland, Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitales und Energie, 04.11.2024, Saarbrücken.

## 2. Ausgewählte Interviews und Medienbeiträge

- Lebensmittel Praxis (2024, 22.11.2024): „Allerletzte Chance für Tegut“, Beitrag von Thomas Klaus mit Zitaten von Bastian Popp, Lebensmittel Praxis 19/2024, S. 14.
- Saarwirtschaft (10-11/2024): Interview von Volker Meyer zu Tittingdorf mit Bastian Popp zum Thema „Was stationären Handel stärkt“, S. 50-53, IHK Saarland, Saarbrücken. <https://bc-v2.pressmatrix.com/de/profiles/4e212d89141c-ihk-saarland-saarwirtschaft/editions/saarwirtschaft-10-11i24/pages/page/26>
- Lebensmittelpraxis (28.06.2024): Mittler, H., Röttig, B., Steinhausen, C., & Mahr, M. (2024). Kritik aus Schweiz: Herr Gutberlet, ist Tegut ein Millionengrab? – Beitrag mit Zitaten von Bastian Popp. Lebensmittelpraxis. <https://lebensmittelpraxis.de/zentrale-management/40540-lp-titelthema-herr-gutberlet-ist-tegut-ein-millionengrab.html>
- t3n | Digital Pioneers (2024, 28.03.2024). „Warum Onlineshopping oft umweltfreundlicher als der stationäre Handel ist“ – Berichterstattung von Tobias Weidemann über eine Studie von Patrick Klein und Bastian Popp zum Vergleich der ökologischen Nachhaltigkeit des stationären Handels und des Online-Handels mit Zitaten der Studienautoren. t3n | Digital Pioneers. <https://t3n.de/news/onlineshopping-umweltfreundlicher-stationaerer-handel-1616479/>
- Harvard Business Manager (2024, Ausgabe 4/2024, 19.03.2024). „Onlineshopping ist klimafreundlicher als gedacht“ – Berichterstattung von Britta Domke über eine Studie von Patrick Klein und Bastian Popp zum Vergleich der ökologischen Nachhaltigkeit des stationären Handels und des Online-Handels. Harvard Business Manager. <https://www.manager-magazin.de/hbm/onlineshopping-der-grosse-kundenirrtum-ueber-e-commerce-a-ba140041-67b4-4461-b1cf-0e6040140581>
- TextilWirtschaft (2024, 20.02.2024). Auswertung der Universität Saarland: Online-Handel ist klimafreundlicher als die Kunden denken, Beitrag von Kirsten Reinhold über Forschung und mit Zitaten von Patrick Klein und Bastian Popp. TextilWirtschaft. [https://www.textilwirtschaft.de/green/news/vier-studien-der-universitaet-saarland-online-handel-ist-klimafreundlicher-als-die-kunden-denken-243902https://www.wiso-net.de/document/TWNE\\_243902](https://www.textilwirtschaft.de/green/news/vier-studien-der-universitaet-saarland-online-handel-ist-klimafreundlicher-als-die-kunden-denken-243902https://www.wiso-net.de/document/TWNE_243902)
- Saarländischer Rundfunk (2024, 20.02.2024). Sind Einkaufszentren auf der grünen Wiese noch zeitgemäß? Interview von Dorothee Scharner mit Bastian Popp, SR3, Saarländischer Rundfunk. [https://www.sr.de/sr/home/nachrichten/politik\\_wirtschaft/eppelborn\\_einkaufszentrum\\_hierscheider\\_graben\\_klage\\_100.html](https://www.sr.de/sr/home/nachrichten/politik_wirtschaft/eppelborn_einkaufszentrum_hierscheider_graben_klage_100.html)
- Warscheid, L. (2024, 19.02.2024). Klimabilanz des Online-Handels laut Saar-Uni besser als gedacht – Bericht über Forschung von und mit Zitaten von Patrick Klein und Bastian Popp. Saarbrücker Zeitung, 1, B1, B3. [https://www.saarbruecker-zeitung.de/saarland/saar-wirtschaft/studie-der-saar-uni-nimmt-umweltfreundlichkeit-des-handels-unter-die-lupe\\_aid-107314597](https://www.saarbruecker-zeitung.de/saarland/saar-wirtschaft/studie-der-saar-uni-nimmt-umweltfreundlichkeit-des-handels-unter-die-lupe_aid-107314597)
- Homburg1. (2024, 03.01.2024). Im Gegensatz zur Expertenmeinung: Kunden halten stationären Handel für umweltfreundlicher als Online-Handel (Nachrichtenbeitrag über Forschung und mit Zitaten von Patrick Klein und Bastian Popp). [URL:https://homburg1.de/im-gegen-satz-zur-expertenmeinung-kunden-halten-stationaeren-handel-fuer-umweltfreundlicher-als-online-handel-184976/](https://homburg1.de/im-gegen-satz-zur-expertenmeinung-kunden-halten-stationaeren-handel-fuer-umweltfreundlicher-als-online-handel-184976/)

## 3. Mitwirkung (Institutionen der Praxis und des Bundes)

- Mitglied im Zukunftsforum Handel, organisiert vom Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Energie und Verkehr des Saarlandes, Saarbrücken, 2024.
- 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.M.A. beschriebenen Forschungsfelder (Markenmanagement, Positionierung und Kundenloyalität / Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft / Geschäftsmodelle und Wertkreation im digitalisierten Handel, E-Commerce und sozialen Medien / Value Co-Creation / Dienstleistungs- und Qualitätsmanagement).

## **C. Habilitationen und Dissertationen**

Abgeschlossene Dissertationsprojekte:

- Nachhaltigkeit im stationären Handel und im E-Commerce (Klein, P.)

Laufende Dissertationsprojekte:

- Online-Marktplätze und Plattform-Ökonomien im Handel (Weyerhäuser, F.)
- Re-Commerce im Handel (Krempel, L.)
- Subskriptionsmodelle im Handel (Falk, J.)
- Unglaublichkeit und Preispolitik im Influencer Marketing (Weintz, D.)

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

- Mitherausgeber der Schriftenreihe „Fokus Dienstleistungsmarketing“ im Springer Verlag

## **E. Spezielle Ausbildungsaktivitäten**

- Konzeption, Organisation und Ausrichtung der Ringvorlesung unserer Fachrichtung „Nachhaltigkeit und Verantwortung in Unternehmensführung und Wirtschaft“ im Sommersemester 2024
- Organisation, Digitalisierung und Mitwirkung im Ausbildungsprogramm des Aufbaustudiengangs „European Management“ der Universität des Saarlandes, Durchführung der Kurse „Strategic Management“ und „Retailing & Logistics“, Saarbrücken
- Studienbeauftragter der Fakultät für Empirische Humanwissenschaften und Wirtschaftswissenschaft
- Senatsbeauftragter für den Hochschulsport
- Ambassador des Innovation Centers der Universität des Saarlandes
- Internes Praktikum – Projektarbeit

- Ausrichtung des 23. Workshops Dienstleistungsmarketing an der Universität des Saarlandes vom 29.02.-02.03.2024 mit Beteiligung von über 40 Forschenden
- Kolloquium „Management Science“ (für Doktoranden/Habilitanden) zusammen mit zwölf weiteren (inter-)nationalen Lehrstühlen
- Mitwirkung an der Kooperationsplattform UdS – htw saar, Fachbereich Wirtschaftswissenschaft
- Förderprofessor Marketing zwischen Theorie und Praxis e. V. (MTP)
- Mitglied der Arbeitsgruppe „Entrepreneurial University“
- Mitglied der Arbeitsgruppe „Nachhaltigkeit in der Lehre“
- Mitglied der Arbeitsgruppe „Nachhaltigkeit in der Forschung“