

A. Abgeschlossene Arbeiten

A.1 Aufsätze in begutachteten Zeitschriften und Konferenzbänden (double-blind review)

1. Franke, C., & Groeppel-Klein, A. (2024). The role of psychological distance and construal level in explaining the effectiveness of human-like vs. cartoon-like virtual influencers. *Journal of Business Research*. 185, 114916.
2. Franke, C., Groeppel-Klein, A., & Matla, N. (2024). Understanding the influence of chatbot human-likeness on user satisfaction in erroneous customer-chatbot interactions. *Marketing ZfP - Journal of Research and Management*. 46, 20-31.
3. Groeppel-Klein, A., & Grub, M. (2024). Increasing patients' acceptance of medical innovations – can tailoring your communication help?, *NA - Advances in Consumer Research*. Advance online publication.
4. Krause, K., & Groeppel-Klein, A. (2024). A systematic comparison of consumer reactions between retargeting and digital eavesdropping incidences: experimental research, *NA - Advances in Consumer Research*. Advance online publication.
5. Krause, K., & Gröppel-Klein, A. (2024). Am I being 'spied' on? A systematic comparison of consumer reactions between retargeting and digital eavesdropping incidences, *Proceedings of the 53rd European Marketing Academy (EMAC)*, Bucharest, Romania.

A.2 Wissenschaftstransfer

1. Internationale Wissenschaftliche Tagungen

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

- a. Forschungsgruppe Konsum und Verhalten_Jahrestreffen:
K&V-Treffen, Klagenfurt, Österreich, 19.09. – 21.09.2024.
- b. 55th North American Conference of the Association for Consumer Research (ACR), Paris, Frankreich, 26.09. – 28.09.2024
(Vorträge: Krause Kevin_A systematic comparison of consumer

reactions between retargeting and digital eavesdropping incidences:
experimental research;
Groeppe-Klein Andrea_Grub Marcel-Nicolas_Increasing patients' ac-
ceptance of medical innovations – can tailoring your communication
help?)

- c. EU-Projekt, EIT Food_Instorelab Meeting, Aarhus, Dänemark,
01.10.2024.
- d. EU-Projekt, mEATquality 3rd Consortium Meeting, Aarhus,
Dänemark, 02.10. – 04.10.2024.

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 „Sind Snackautomaten die Zukunft“ mit Franz Johann für Saarländischer Rundfunk, 22.02.2024.
- b. Interview zum Thema „Werbung im Zusammenhang mit Europameisterschaft in Deutschland“ mit Niklas Mönch für La Tribune, 12.03.2024.
- c. Interview zum Thema „Insolvenz bei Galeria Karstadt Kaufhof“ mit Steffani Balle für Saarländischer Rundfunk, Ausstrahlung in „SR 3 Guten Morgen“ am 13.03.2024.
- d. Interview zum Thema „Konsumverhalten älterer Menschen“ mit Sophie Holzäpfel für Südwestpresse/Neue Berliner Redaktionsgesellschaft, 15.03.2024.
- e. Interview zum Thema „Olympische Spiele_Modekollektionen“ mit Julia Hackober für Der Spiegel, 12.04.2024.
- f. Interview zum Thema „Als Einkaufs- und Gastromeile hat die Innenstadt ausgedient. Lässt sie sich neu erfinden?“ mit Birgit Ochs für Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, veröffentlicht in FAS: 19.05.2024 "Der Fluch der Eintönigkeit".

- g. Interview zum Thema „Ladengestaltung Sportgeschäft“ mit Carola Felchner für SAZsport, redaktioneller Artikel veröffentlicht in SAZsport 5/2024 (S. 24 - 26).
- h. Interview zum Thema „Zustand der Innenstädte – Wenn Shoppen auf der Kippe steht“, mit Daniel Pflug für hrINFO, Ausstrahlung im Podcast von hrINFO am 28.05.2024.
- i. Interview zum Thema „Werbewirkungsforschung“ mit Kathi Preppner für wortwert Finanz- und Wirtschaftsredaktion, Beitrag in einer Sonderveröffentlichung des Harvard Business Manager zur Verleihung des Effie-Awards, 11.11.2024.
- j. Interview zum Thema „Konsumlaune, kleiner Erlebniseinkauf, 'small luxury'“ mit dem ZDF, Ausstrahlung in „WISO – das Magazin für Wirtschaft und Verbraucher“ am 09.12.2024.

4. **Besondere universitäre Tätigkeiten:**

Gemeinsames Doktorandenseminar am 14.03.2024 an der RPTU Kaiserslautern: Prof. Dr. Stefan Roth, RPTU Kaiserslautern; Prof. Dr. Bastian Popp, UdS; Prof. Dr. Andrea Gröppel-Klein, UdS.

Universität Basel, MAS Marketing and Business Development, Konsumentenverhalten (12.12. – 14.12.2024), Universität Basel.

5. **Vorträge** von Univ.-Prof. Dr. Andrea Gröppel-Klein **Neben den schon skizzierten Vorträgen (internationale Tagungen,** siehe oben) bei folgenden Veranstaltungen:

- a. Vortrag zum Thema „Nachhaltiges Konsumentenverhalten - Mythos oder Realität“ im Rahmen der Ringvorlesung „Nachhaltigkeit und Verantwortung in Unternehmensführung und Wirtschaft“ der Fachrichtung Wirtschaftswissenschaft der Universität des Saarlandes am 18.06.2024.
- b. Vortrag zum Thema „Was ist und womit beschäftigt sich die Konsumentenverhaltensforschung“ im Rahmen der Veranstaltung „Frauenökonomie“ am 09.09.2024.

6. Mitwirkung (Institutionen der Praxis und des Bundes)

- a. BMUV_BLE: Besetzung Koordinierungsgremium_Webex-Meeting, 08.01.2024.
- b. BMUV_BLE: Bundesnetzwerk Verbraucherforschung-Sitzung_Berlin, Online-Teilnahme, 28.02./29.02.2024.
- c. DIHK-Handelsausschuss: Herbstsitzung, Berlin, 15.10./16.10.2024.
- d. BMUV_BLE: Jahreskonferenz des Bundesnetzwerks Verbraucherforschung, Berlin, 17.10./18.10.2024.
- e. Handelsforum, Saarbrücken, 04. November 2024.

7. Dissertationen Abgeschlossene Dissertationsprojekte

“VIRTUAL HUMANS IN BRAND COMMUNICATION –
An Empirical Investigation of Consumer Reactions and Marketing Effectiveness”, Claudia Franke, M.Sc.

B. Laufende Arbeiten

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

1. Mitwirkung am EU-Forschungsprojekt zum Thema „mEATquality“ (im Rahmen des Forschungsprogramms Horizont 2020 der Europäischen Kommission unter dem Grant Agreement Nr. 101000344).
2. Mitwirkung am EU-Forschungsprojekt INSTORELAB-Projekt des EIT Food Consumer Observatory (IMP-STR-2325-OC-01) mit dem Ziel der Messung psycho-physiologischer, motorischer und kognitiver Reaktionen beim Kauf gesunder (vs. ungesunder) Lebensmittel im Supermarkt.
3. Drittmittelprojekts „Supermarkt der Zukunft aus Sicht der Konsumenten“, gefördert von der Heinz Lohmann Stiftung.
4. Drittmittelprojekt „Customer Journey“ in Kooperation mit Abbott GmbH.
5. Diverse Masterarbeiten in Kooperation mit Unternehmen und Ministerien, z. B. Ministerium für Umwelt, Klima, Mobilität, Agrar und Verbraucherschutz, Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitales und Energie, Industrie- und Handelskammer Saarland

C. Dissertationen

Laufende Dissertationsprojekte

1. „Herausforderungen der Datenverknüpfung“, laufendes Dissertationsprojekt, Kevin Krause, M. Sc.
2. „Technology, Food and Health“, laufendes Dissertationsprojekt, Marcel Grub, M. Sc.
3. „Psychophysiologische Reaktionen als Indikatoren des Konsumentenverhaltens“ (AT), laufendes Dissertationsprojekt, Patrik Spengler, M. A.

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, 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 Academic Advisory Board (AAB) der Zeppelin Universität, Friedrichshafen.
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.