

A. Abgeschlossene Arbeiten

A.1 Herausgabe von Sammelwerken und Veröffentlichungen in Herausgeberwerken

1. Gröppel-Klein, A. (2023). Perception Research and Its Significance for Retail Marketing and Shopper Research. In G. Mau et al. (Hrsg.), *Multisensory in Stationary Retail - Principles and Practice of Customer-Centered Store Design* (S. 43-58). Wiesbaden: Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-38227-8>.
2. Gröppel-Klein, A. & Franke, C. (2023). Die Verwischung der Grenzen zwischen Fiktion und Realität: Der Einsatz virtueller Models in der Markenkommunikation. In M. Kleinaltenkamp et al. (Hrsg.), *Marketing und Innovation in disruptiven Zeiten* (S. 279-303). Wiesbaden: Springer.
3. Gröppel-Klein, A. & Kirsch K.-M. (2023). „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:transcript.

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

1. Bruhn, M., Gröppel-Klein, A. & Kirchgeorg, M. (2023). Managerial marketing and behavioral marketing: when myths about marketing management and consumer behavior lead to a misconception of the discipline. *Journal of Business Economics*, 93, 1055-1088. <https://doi.org/10.1007/s11573-023-01141-z>
2. Franke, C., Groeppel-Klein, A., & Müller, K. (2023). Consumers' Responses to Virtual Influencers as Advertising Endorsers: Novel and Effective or Uncanny and Deceiving? *Journal of Advertising*, 52(4), 523-539. DOI: 10.1080/00913367.2022.2154721
3. Gröppel-Klein, A., & Kirsch, K.-M. (2023). Design of Cues on Supply Chain Encryption through Blockchain Technology and Animal Welfare Compliance on Meat Product Packaging. *Marketing ZfP - Journal of Research and Management*, 45(3), 38-52.

4. Gröppel-Klein, A. & Kirsch, K.-M. (2023). Konsum in Krisenzeiten. *Markenartikel - Das Magazin für Markenführung*, 1/2, 12-14.
5. Kirsch, K.-M., & Groeppel-Klein, A. (2023). Blockchain Encryption of Supply Chains and Animal Welfare Cues and Their Impact on Consumers' Assessment of High-Quality Meat, *NA - Advances in Consumer Research* (Vol. 51). 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. 54th North American Conference of the Association for Consumer Research (ACR), Seattle, USA, 26.10. – 28.10.2023 (Vortrag: Andrea Gröppel-Klein zum Thema: Blockchain Encryption of Supply Chains and Animal Welfare Cues and their Impact on Consumers' Assessment of High-Quality Meat).
- b. 52th European Marketing Academy (EMAC) Conference, Odense, Dänemark, 23.05. – 26.05.2023 (Postersession, durchgeführt von Kenya-Maria Kirsch)
- c. EU-Projekt, mEATquality 1st Annual Consortium Meeting, Sevilla, Spanien, 23.01.2023 – 24.01.2023, Teilnahme in Präsenz
- d. EU-Projekt, mEATquality 2nd Annual Consortium Meeting, Bologna, Italien 21.11.2023 – 23.11.2023, Teilnahme in Präsenz
- e. FAG (French-Austrian-German)-Workshop, 29.11. – 01.12.2023, Innsbruck, Teilnehmer aus Frankreich, Österreich, Deutschland mit den Vorträgen: Gröppel-Klein & Grub "Challenges of Communicating With Patients - Can Advertising Promote The Acceptance of Medical Innovations?" sowie Franke & Gröppel-Klein „Understanding The Influence of Chatbot Human-Likeness On User Satisfaction In (Erroneous) Customer-Chatbot Interactions“

- 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 „Konsumentenverhalten in Krisen; Lipstick-Effekt; welche Produkte werden gekauft“ mit Laura Habke für Deutschlandradio, 05.01.2023.
- b. Interview zum Thema „Lipstick-Effekt“ mit Moritz Braun für SWR aktuell, 18.01.2023.
- c. Experteninterview zum Thema „Online-Lebensmittelhandel“ mit Prof. Erika Leischner (Hochschule Bonn-Rhein-Sieg), 31.01.2023.
- d. Interview zum Thema „Konsumentenreaktionen auf den Immobilienmarkt“ mit Birgit Ochs-Koffka für Frankfurter Allgemeine Zeitung, 06.04.2023.
- e. Schriftliches Interview zum Thema „Werbe-Video der Polizei Baden-Württemberg“ mit Nelly Kühn für Bild-Stuttgart, 26.05.2023.
- f. Interview zum Thema „Was verunsichert Menschen, warum reagieren sie so emotional und verbittert auf viele (nicht nur politische) Entwicklungen, was ist ihnen wichtig, was unverzichtbar“ mit Hannelore Crolly für Welt am Sonntag, 07.06.2023.
- g. Schriftliches Interview zum Thema „Nudging im Supermarkt“ mit Patrizia Tensing für Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, 12.06.2023.
- h. Interview zum Thema „Selbstbedienungskassen aus Konsumentensicht“ mit Johannes Kulms für Deutschlandfunk Nova, 19.12.2023.

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

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

- a. Vortrag beim GEM (Gesellschaft zur Erforschung des Markenwesens) –
Markendialog zum Thema „Kritische Lebensereignisse und Konsumenten-
verhalten“, in Berlin am 02.03.2023.
- b. Vortrag zum Thema „Einkaufslust oder Einkaufsfrust? – Was die Konsu-
menten künftig vom Handel erwarten“ beim Presseclub Saar am
25.04.2023.
- c. Vortrag zum Thema „Die Verwischung der Grenzen zwischen Fiktion und
Realität: Der Einsatz virtueller Models in der Markenkommunikation“,
Rotary Club Obere Saar, am 10.07.2023
- d. Vortrag zum Thema „Nachhaltiger Einzelhandel und Konsumentenverhal-
ten“ bei der Vereinigung der Saarländischen Unternehmensverbände
(VSU) am 25.09.2023

6. Mitwirkung (Institutionen der Praxis und des Bundes)

- a. GEM-Kuratoriumssitzung Mitgliederversammlung Markendialog, Berlin,
01.03./02.03.2023.
- b. BMUV_Frühjahrssitzung des Bundesnetzwerks Verbraucherforschung,
22.03.2023 (Online-Teilnahme).
- c. DIHK-Handelsausschusssitzung, 18.04.2023.
- d. Jahrestagung Markenverband, Berlin, 13.09.2023.
- e. Handelsforum, 06. November 2023.

B. Laufende Arbeiten

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

1. Mitwirkung am EU-Forschungsprojekt zum Thema „mEATquality“ (im Rah-
men des Forschungsprogramms Horizont 2020 der Europäischen Kommis-
sion unter dem Grant Agreement Nr. 101000344).

2. 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. Abbott Wiesbaden, saaris – saarland.innovation&standort e. V., Hebie
GmbH und Co. KG

C. Dissertationen

Laufende Dissertationsprojekte

1. Herausforderungen der Datenverknüpfung, laufendes Dissertations-
projekt, Kevin Krause, M.Sc.
2. Virtuelle Influencer, laufendes Dissertationsprojekt, Claudia Franke, M.Sc.
3. Wahrnehmung von intrinsischen und extrinsischen Cues bei Lebensmitteln,
Dissertationsprojekt Kenya Kirsch, M.Sc. (bis 30.09.2023)
4. "Technology, Food and Health", laufendes Dissertationsprojekt, Marcel
Grub, 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 Communica-
tions, 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.