



Newsletter Juni 2024

Sehr geehrte Abonentinnen und Abonnten des Lehrstuhl-Newsletters!

Zu folgenden Punkten finden Sie Informationen in unserem Newsletter Nr. 210 vom Juni 2024:

1. Veröffentlichungen
2. Präsentation und Auszeichnung auf der FAMAC Conference 2024
3. Teilnahme am Europanel BG20 Webinar

Sollte der Newsletter nicht korrekt dargestellt werden, so klicken Sie bitte [hier](#).

1. Veröffentlichungen

Lehmann-Zschunke, N./Siegmund-Schultze, L. 2024: Success factors for line extensions in the food retail sector: How to operationalize the extension level of a brand?, 3rd FAMAC Conference, 05.-07.06.2024, Helsinki, Finland.

Raijguru, K./Brüggemann, P. 2024: Sustainability meets metaverse: A conceptual framework of sustainable dimensions of the metaverse, in: Journal of Consumer Behavior, 2024, pp. 1-10.

2. Präsentation und Auszeichnung auf der FAMAC Conference 2024

Dr. Nina Lehmann-Zschunke und Linda Siegmund-Schultze vertraten auf der diesjährigen FAMAC Conference in Helsinki, Finnland, die FernUniversität in Hagen.

Lehmann-Zschunke und Siegmund-Schultze stellten ein Forschungsprojekt zur empirischen Analyse des Einflusses von

Markenerweiterungen auf den Gesamterfolg einer Marke im Lebensmitteleinzelhandel vor. Der auf dieser Präsentation basierende Beitrag mit dem Thema „Success factors for line extensions in the food retail sector: How to operationalize the extension level of a brand“ von Lehmann-Zschunke und Siegmund-Schultze wurde im Rahmen der Konferenz mit dem „Best Paper Award“ für den Track “Branding“ ausgezeichnet.

3. Teilnahme am Europanel BG20 Webinar


Dr. Philipp Brüggemann trat am 12. Juni 2024 im Europanel BG20 Webinar auf.

Zusammen mit Prof. Pauwels (Northeastern University, Boston) präsentierte Dr. Brüggemann das kürzlich erschienene paper „How attitudes and purchases differ between also-online versus offline-only grocery shoppers in online and offline grocery shopping“ (Electronic Commerce Research, 2024, online available).

Angesichts des erwarteten anhaltenden Wachstums des Online-Lebensmitteleinkaufs in den kommenden Jahren sind Markenmanager und Einzelhändler unsicher darüber, welchen Kanal die Verbraucher bevorzugen und welche Entscheidungen sie treffen - einschließlich der Wahl zwischen Herstellermarken und Handelsmarken, biologischen Produkten und Fair-Trade-Produkten.

Der Vortrag untersuchte die Unterschiede zwischen ausschließlich offline einkaufenden und auch online einkaufenden Lebensmitteleinkäufern sowie, ob und inwiefern sich das Verbraucherverhalten zwischen den Offline- und Online-Kanälen unterscheidet. Das Forschungsprojekt stützte sich dabei auf Haushaltspaneldaten, die 4.142.485 Einkäufe und verschiedene Verbrauchereigenschaften (wie Demografie und Einstellungen) von mehr als 20.000 Haushalten zwischen 2016 und 2020 umfassen.

Im Rahmen des Webinars wurden außerdem eine Reihe weiterer Forschungsprojekte geteilt, die sich auf die Entwicklung von Marken in den letzten fünf Jahren beziehen und einen Schwerpunkt auf Marktanteilsgewinne, den Wettbewerb mit Eigenmarken und Marketinginnovationen legen.



Dieser Newsletter wurde Ihnen zugesandt, da Sie (oder eine andere Person) Ihre E-Mail-Adresse über unsere Mailingliste ‚Newsletter-Marketing@fernuni-hagen.de‘ registriert haben. Sie können den Erhalt des Newsletters jederzeit abbestellen, indem Sie sich unter <http://mailhost.fernuni-hagen.de/mailman/listinfo/newsletter-marketing> aus der Mailingliste austragen. Sie können hier nicht nur den Bezug der Liste kündigen, sondern darüber hinaus auch Ihre eingetragene E-Mail-Adresse ändern oder das Kennwort zur Bearbeitung Ihrer Mitgliedschaft – sofern Sie dieses vergessen haben sollten – neu anfordern.

Ihre E-Mail-Adresse wird ausschließlich für den Versand des Newsletters verwendet und keinesfalls an Dritte weitergegeben.