

---

**Donnerstag, 29. November 2012**

---

Ab 19:00 Uhr Get-together in der Junkernschänke  
(Barfüßerstraße 5. 37073 Göttingen)

---

**Freitag, 30. November 2012 (Raum 0.167 OEC)**

---

9:00 Uhr Begrüßung im Oeconomicum durch  
Prof. Dr. Waldemar Toporowski

---

9:15 Uhr bis 10:10 Uhr Prof. Dr. Peter Schnedlitz  
Wirtschaftsuniversität Wien Die Beziehung zwischen  
Einkaufserlebnis und Preiszufriedenheit:  
Eine empirische Studie

---

10:10 Uhr Prof. Dr. Bernhard Swoboda  
Universität Trier Do International Retailers Take the Global  
Route to Success? A Field Study in China

---

10:10 Uhr **Kaffeepause**

---

10:30 Uhr bis 11:45 Uhr Prof. Dr. Daniel Klapper  
Humboldt-Universität zu Berlin Drivers of Reference Price Effects:  
Can Retailers Minimize Loss and Maximize  
Perceived Gain?

---

10:30 Uhr bis 11:45 Uhr Prof. Dr. Martin Fassnacht  
WHU Otto Beisheim School of Management Don't Get Stuck in the Middle!  
A Comparison of Pure versus Hybrid  
Pricing Strategies in Retailing

---

Prof. Dr. Günter Silberer  
Georg-August-Universität Göttingen Emotionen in einzelnen Phasen des  
Einkaufsgeschehens

---

11:45 Uhr **Kaffeepause**

---

12:00 Uhr bis 13:00 Uhr Dipl.-Kfm. Michael Sinn  
Direktor Angebots- und Category  
Management Support

Dipl.-Betw. (FH) Tobias Gruber  
Bereichsleiter Angebots- und  
Category Steuerung



Erfolgreicher Einsatz von  
Predictive Analytics bei OTTO

---

<b>13:00 Uhr</b>	<b>Lunch</b> (Raum 0.211 OEC)	
<b>13:45 Uhr</b>	<b>Parallel-Sessions I + II</b>	
	<b>Session I</b> (Raum 0.167 OEC)	
	Dr. Christof Backhaus Technische Universität Braunschweig	Marketing Mix Standardization in the Eye of the Customer: Insights from the Retailing Industry
13:45 Uhr bis 15:00 Uhr	Dipl.-Kfm. Jerome Königsfeld WHU Otto Beisheim School of Management	An Analysis on Brand Sales Promotion Effectiveness across Retail Formats
	Mag. Jutatip Jamsawang Universität Wien	Preisfiguren im Einzelhandel
	<b>Session II</b> (Raum 0.169 OEC)	
	Prof. Dr. Oliver Emrich Universität St. Gallen	How Consumers' Cognitive Orientation Schemas Moderate Information Processing and Decision-making in Online Shops of Multichannel Retailers
13:45 Uhr bis 15:00 Uhr	Dipl.-Kfm. Sebastian Rittinger Universität des Saarlandes	Understanding the Brand Equity of Multichannel Retailers
	Dipl.-Kfm. Gerhard Wagner Universität Siegen	Die Relevanz innovativer Online-Zugänge für den (Online-) Handel
<b>15:00 Uhr</b>	<b>Kaffeepause</b>	

---

**15:15 Uhr**

**Parallel-Sessions III + IV**

---

**Session III (Raum 0.167 OEC)**

---

Prof. Dr.  
Marion Brandstätter  
Karl-Franzens-Universität Graz

Erfolgsfaktoren von  
Handelsmarkenerweiterungen

---

15:15 Uhr  
bis  
16:30 Uhr

Dr.  
Sascha Steinmann  
Universität Koblenz

Wahrnehmung und Wirkung  
von Premiumhandelsmarken

---

Prof. Dr.  
Stephan Zielke  
Aarhus University

Preisrollen-Wahrnehmung und  
Betriebsformpräferenzen —  
Ein Vergleich zwischen Märkten und  
Produktgruppen

---

**Session IV (Raum 0.169 OEC)**

---

Dr.  
Christina Holweg  
Wirtschaftsuniversität Wien

From the „Bottom-of-the-Pyramid“ —  
Valuable Insights for Retailing &  
Marketing

---

15:15 Uhr  
bis  
16:30 Uhr

Dr.  
Johannes Bauer  
Universität St. Gallen

When Desire is Stronger Than Debt  
Aversion: Enticing Consumers with  
Interest-Free Financing Deals

---

Dr.  
Liane Nagengast  
Universität St. Gallen

New Insights on the Moderating  
Role of Switching Costs on the  
Satisfaction-Loyalty Link

---

**16:30 Uhr**

**Start Rahmenprogramm**

---

16:45 Uhr bis 17:15 Uhr	<b>Führung durch die Göttinger Innenstadt und Aula der Georg-August-Universität Göttingen</b>	
18:30 Uhr	<b>Glühwein auf dem Göttinger Weihnachtsmarkt am BULLERJAHN-Stand</b>	
19:30 Uhr	<b>Conference Dinner im Restaurant Gaudí (Rote Straße 16, 37073 Göttingen)</b>	
<b>Samstag, 01. Dezember 2012 (Raum 0.167 OEC)</b>		
9:30 Uhr bis 10:45 Uhr	Dipl.-Kffr. Hsiau-Han Wang Georg-August-Universität Göttingen	Orientierungsverhalten in Ladengeschäften — Ein verhaltens- wissenschaftlicher Ansatz
	Dr. Oliver Büttner Universität Wien	Compulsive Buying and Visual Distraction in Shopping Situations
	Prof. Dr. Doreén Pick Freie Universität Berlin	Customers' Willingness to Pay for Scarce Products
10:45 Uhr	<b>Kaffeepause</b>	
	Mag. Robert Zniva Wirtschaftsuniversität Wien	Masse oder Klasse? Zum Wert von Fans auf Facebook
11:15 Uhr bis 12:30 Uhr	Dipl.-Kfm. Stefan Kolb Universität des Saarlandes	Empirische Analyse des Wettbewerbsvorteils von Unternehmen, basierend auf „grünen Allianzen“ mit NGOs
	Dipl.-Kfm. Frank Hesse Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt	CRM im stationären Einzelhandel — Spezifika und Rahmenkonzept
12:30 Uhr	<b>Fingerfood (Raum 0.211 OEC)</b>	
<b>Abreise</b>		