



# HHL

LEIPZIG  
GRADUATE SCHOOL  
OF MANAGEMENT

## **PROF. DR. ERIK MAIER**

### **Lehrstuhl für Marketing & Handel**

HHL Leipzig Graduate School of Management  
Jahnallee 59, 04109 Leipzig

T +49 341 9851-884

erik.maier@hhl.de

www.hhl.de/maier | www.handels.blog



### **BERUFLICHER WERDEGANG**

- |                         |   |
|-------------------------|---|
| 2021                    | Professor, Lehrstuhl für Marketing und Handel,<br>HHL Leipzig Graduate School of Management   |
| 2020-2021               | Vertretung: Lehrstuhl für Quantitatives Marketing (Prof. Dr.<br>Thomas Otter), Goethe-Universität Frankfurt   |
| 2015-2020               | Juniorprofessor für Retail- und Multi-Channel-Management,<br>HHL Leipzig Graduate School of Management<br>(ausgeschlagener Ruf: W1 [Tenure-Track] an der WU Wien) |
| 2015                    | Projektleiter im Marketing,<br>Home24, Berlin   |
| 2013-2014,<br>2008-2010 | Unternehmensberater (Fokusgebiete Handel und Konsumgüter),<br>McKinsey & Company, Berlin  |
| 2010-2013               | Wissenschaftlicher Mitarbeiter,<br>Lehrstuhl für Internationales Marketing, ESCP Europe, Berlin   |
| 2011-2013               | Honorar-dozent für Quantitative Marktforschung,<br>Design-Akademie Berlin   |

### **AKADEMISCHER WERDEGANG**

- |            |   |
|------------|---|
| 2013       | Dr. rer. pol. in Marketing, ESCP Europe, Berlin   |
| 2008       | M.Phil. in International Relations, University of Cambridge, UK   |
| 2007       | Bachelor in Internationale Beziehungen, TU Dresden  |
| 2005, 2003 | Auslandssemester (MGIMO Universität, Moskau, Russland;<br>Western Washington University, Bellingham, USA) |

### **FORSCHUNGSSCHWERPUNKTE**

- Zukunft der Innenstädte
- Konsumentenverhalten im stationären und digitalen Handel
- Interaktion von Konsumenten mit digitaler Innovation (z.B. DSGVO und Cookie-Nachrichten, Mobile-Payment, Electronic Shelf Labels)
- Gesellschaftliche Konsequenzen des Marketing



## PUBLIKATIONEN (WISSENSCHAFTLICHE FACHZEITSCHRIFTEN)

- 2024 Maier, E. & Dost, F.: Decomposing Cross-Channel Advertising Support of Retailer Price Promotions, *Journal of Retailing*, forthcoming [VHB: A]
- Maier, E. & Mafael, A.: Adbusting: How Advertising Altered by Activists Affects Brands, *Psychology & Marketing*, forthcoming (doi.org/10.1002/mar.21961) [VHB: B].
- König, S. & Maier, E.: The Effect of Green Influencer Message Characteristics: Framing, Construal, and Timing, *Psychology & Marketing*, forthcoming [VHB: B].
- König, S. & Maier, E.: Preaching to the choir: Do green influencers make a difference?, *Journal of Cleaner Production*, forthcoming (doi.org/10.1016/j.jclepro.2024.141449) [VHB: B].
- 2023 Maier, E., Bornschein, R., Maß, R. & Hesse, D.: Financial Consequences of Adding Bricks to Clicks, *International Journal of Research in Marketing* 40(3), 609-628 [VHB: A].
- 2022 Schmidt, L. & Maier, E.: Interactive Ad Avoidance on Mobile Phones, *Journal of Advertising* 51(4), 440-449 [VHB: B].
- 2021 Maier, E. & Wieringa, J.: Acquiring Customers through Online Marketplaces? The Effect of Marketplace Sales on Sales in a Retailer's Own Channels, *International Journal of Research in Marketing* 38(2), 311-328 [VHB: A].
- 2020 Schmidt, L. & Maier, E.: Assessing Ad Attention through Clustering Viewport Trajectories, *Proceedings of the International Conference on Information Systems (ICIS) 2020* (forthcoming) [VHB: A].
- Boden, J., Maier, E., Dost, F.: The Effect of Electronic Shelf Labels on Store Revenue, *International Journal of Electronic Commerce* 24(4), 527-550 [VHB: B].
- Bornschein, R., Schmidt, L., Maier, E.: The Effect of Consumers' Perceived Power and Risk in Digital Information Privacy – The Example of Cookie Notices, *Journal of Public Policy & Marketing* 39(2), 135-154 [VHB: B].
- Schmidt, L., Bornschein, R., Maier, E.: The Effect of Privacy Choice in Cookie Notices on Consumers' Perceived Fairness of Frequent Price Changes, *Psychology & Marketing* 37(9), 1263-1276, [VHB: B].
- Weber, A., Maier, E.: Reducing competitive research shopping with cross-channel delivery, *International Journal of Electronic Commerce* 24(1), 78-106 [VHB: B].
- Boden, J., Maier, E., Wilken, R.: The effect of credit card versus mobile payment on convenience and consumers' willingness to pay, *Journal of Retailing and Consumer Services* 52, [VHB: C].



- 2019 Maier, E.: Serial Product Evaluations Online: A Three-Factor Model of Leadership, Fluency and Tedium during Product Search, *International Journal of Research in Marketing* 36(4), 558-579, [VHB: A].
- Schmidt, L., Dost, F., Maier, E.: Filtering Survey Responses from Crowdsourcing Platforms: Current Heuristics and Alternative Approaches, *Proceedings of the International Conference on Information Systems (ICIS) 2019* [VHB: A].
- Schmidt, L., Maier, E.: The Interaction Effect of Mobile Phone Screen and Product Orientation on Perceived Product Size, *Psychology & Marketing* 36(9), 817-830 [VHB: B].
- Maier, E.: The negative effect of product image inconsistency on product overviews during the online product search, *International Journal of Electronic Commerce* 23(1), 110-143 [VHB: B].
- 2018 Maier, E., Dost, D.: Fluent contextual image backgrounds enhance mental imagery and evaluations of experience products. *Journal of Retailing and Consumer Services* 45, 207-220 [VHB: C].
- Maier, E., Dost, D.: The positive effect of contextual image backgrounds on fluency and liking. *Journal of Retailing and Consumer Services* 40, 109-116 [VHB: C].
- 2017 Dost, F., Maier, E.: E-Commerce Effects on Energy Consumption. A Multi-Year Ecosystem-Level Assessment. *Journal of Industrial Ecology*, 22(4), 799-812 [VHB: A].
- Maier, E., Wilken, R.: Broad and Narrow Country-of-Origin Effects and Domestic Country Bias. *Journal of Global Marketing*, 30(4), 256-274 [VHB: C].
- 2016 Maier, E.: Supply and demand on crowdlending platforms: connecting small and medium-sized enterprise borrowers and consumer investors. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 33, 143-153 [VHB: C].
- 2015 Maier, E., Wilken, R., Dost, F.: The double benefits of consumer certainty: combining risk and range effects. *Marketing Letters*, 26(49), 473-488 [VHB: B].
- 2014 Maier, E., Wilken, R.: The impact of stress and level of construal on willingness to pay. *Psychology & Marketing*, 31(9), 774-785 [VHB: B].
- 2012 Maier, E., Wilken, R., Schneider, H., Kelemci Schneider, G.: In the mood to buy? Understanding the interplay of mood regulation and congruence in an international context. *Marketing Letters*, 23(4), 1005-1018 [VHB: B].



### **PUBLIKATIONEN (PRAXISORIENTIERT)**

- 2023 Maier, E.: Zahlungsmittel im B2B-Onlinehandel. HHL Studie.  
Maier, E.: Wider ein Gegeneinander der Verkaufskanäle. *WiSt – Wirtschaftswissenschaftliches Studium*, 52(6).
- 2022 Lehmann, C., Große, C., Maier, E.: Zukunftsland Sachsen – Digitalisierung im sächsischen Mittelstand.  
Maier, E.: Datenintegration vor Datenanalyse. *Handelsjournal* 22(4), Ausgabe für Mitteldeutschland: 8-9.
- 2020 Maier, E., Schmidt, L.: Kartenbasierte Standortauswahl im Einzelhandel. *HHL Studie*.  
Maier, E.: Kundenzufriedenheitsmessung in Unternehmen. *HHL Studie*.  
Maier, E. (Herausgeber): Auswirkung der Corona-Krise auf den Leipziger Handel: Auswertung einer Umfrage unter Leipziger Händlern. In Kooperation mit: Handelsverband Sachsen, City Leipzig Marketing e.V. und dem Amt für Wirtschaftsförderung der Stadt Leipzig. *HHL Studie*. Download: [hier](#).
- 2018 Maier, E.: Zwischen Kundenfrequenz und Konversion: Webseiten-Optimierung im E-Commerce. *WiSt – Wirtschaftswissenschaftliches Studium*, 47(7-8), 10-16.
- 2016 Maier, E.: Mittelstandskredite in Zeiten des digitalen Wandels: Crowdlending in Deutschland Ergebnisse einer Kreditnehmerumfrage auf dem Kreditmarktplatz von Funding Circle Deutschland. *HHL Studie*. Download: [hier](#).  
Maier, E., Kirchgeorg, M.: Wie reagiert der Offline- auf den Online-Handel? Die Verbreitung von Reaktionsstrategien im stationären Handel. *HHL Studie*. Download: [hier](#).

### **BEITRÄGE IN SAMMELBÄNDEN**

- 2023 Maier, E., Konsumentenverhalten im Mehrkanalhandel, in: Basel, J. & Spörri, S.: *Psychologie der Wirtschaft: Arbeit – Konsum – Gesellschaft*, Springer, im Druck.
- 2022 Maier, E.: Marktorientierte Unternehmensführung zwischen Überkonsum und Nachhaltigkeit, in: Meynhardt, T., Kirchgeorg, M., Suchanek, A., & Zülch, H.: *Führen in der Krise - Neue Herausforderungen an das Leipziger Führungsmodell*, S. 92-97.
- 2020 Maier, E.: Vom kreativen Bauchgefühl zum „Ingenieurs-Marketing“ – Die Entwicklung und Zukunft des Onlinemarketings, in: Bruhn, M., Burmann, C. & Kirchgeorg, M.: *Marketing Weiterdenken*, 2. Auflage, S. 467-486.



# HHL

LEIPZIG  
GRADUATE SCHOOL  
OF MANAGEMENT

## **PRESSE UND MEDIEN (AUSWAHL 2021-23)**

- 2023
  - Deutschlandfunk: Interview „Schnelliefersdienste“
  - Textilwirtschaft: Interview „Galeria Karstadt Kaufhof“
  - Süddeutsche Zeitung, Sächsische Zeitung, u.a.: Bericht über Forschung zu Leerstand in Handel
  - Leipziger Volkszeitung: diverse Interviews (u.a., zu Leerstand, Lieferdienste, Galeria-Karstadt-Kaufhof, Signa)
  - mdr (TV & Radio): diverse Interviews (u.a., zu Black Friday, Galeria-Karstadt-Kaufhof, Signa)
- 2022
  - Tagesschau24: Interview „Liefermodelle und Delivery Hero“
  - n-tv: Interview „Schnelliefersdienste in der Nische“
  - Die Welt am Sonntag: Interview „Delivery Hero“
  - Süddeutsche: Interview „Lieferdienste“
  - Wirtschaftswoche: Interview „Lieferdienste in der Nische“
  - Mdr Aktuell: Interview „Medikamentenlieferdienste“
- 2021
  - ARD Morgenmagazin: Interview „Aktuelle Werbestrategie für mehr Impfungen“
  - Deutschlandfunk: Interview „Ein Verdrängungswettbewerb, bei dem niemand verdient“
  - Die Welt: Interview in „Die Rückkehr der Lieferhelden“
  - mdr Inforadio: Entwicklung Handel bis November 2020
  - mdr Umschau: Interview zur „Entwicklung der Lebensmittelpreise“
  - Leipziger Volkszeitung: Interview „Was taugt das Hilfspaket für die Leipziger City?“
  - Lebensmittelzeitung: Interview zu Quick Commerce „Schnelle Verlustbringer“

## **ENGAGEMENT UND EHRENAMT**

- Vorsitzender der Jury „Marketing-Preis Leipzig“ (seit 2023)
- Mitglied des Initiativkreises „Ab in die Mitte! Die City-Offensive Sachsen“ (seit 2023)
- Mitglied des Beirates Unternehmenskultur und Imageentwicklung der Sächsischen Lotto-GmbH (seit 2022)
- Mitglied und Impulsreferent „Runder Tisch Innenstadt“ der sächsischen Staatsminister Dulig (SMWA) und Schmidt (SMR) (seit 2021)
- Mitglied der Jury „So geht sächsisch“-Handelspreis (SMWA, Sächsische Staatskanzlei) (2021)
- Mitglied der Jury „Ideenwettbewerb Leipziger Onlinemarktplatz“ (2021)