



TECHNISCHE UNIVERSITÄT
CHEMNITZ

PROF. DR. ERIK MAIER

Professur für Marketing

Technische Universität Chemnitz
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften
Thüringer Weg 7, 09126 Chemnitz
T +49 371 531-37012



BERUFLICHER WERDEGANG

2025	Professor, Professur für BWL – Marketing, TU Chemnitz
2021-2025	Professor, Lehrstuhl für Marketing & Handel, HHL Leipzig Graduate School of Management
2020-2021	Vertretung: Professur für Quantitatives Marketing (Prof. Dr. Thomas Otter), Goethe-Universität Frankfurt
2015-2020	Juniorprofessor für Retail- und Multi-Channel-Management, HHL Leipzig Graduate School of Management (ausgeschlagener Ruf: W1 [Tenure-Track] an der WU Wien)
2015	Projektleiter im Marketing, Home24, Berlin
2013-2014, 2008-2010	Unternehmensberater (Fokusgebiete Handel und Konsumgüter), McKinsey & Company, Berlin
2010-2013	Wissenschaftlicher Mitarbeiter, Lehrstuhl für Internationales Marketing, ESCP Europe, Berlin
2011-2013	Honorar-dozent für Quantitative Marktforschung, 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; Western Washington University, Bellingham, USA)



FORSCHUNGSSCHWERPUNKTE

- Ladensterben und Zukunft von Innenstädten
- Marketing im Einzelhandel (Rabatte, In-Store, etc.)
- Struktur und Entwicklung von Handelskanälen (z.B. Plattformen, Quick-Commerce)
- Nutzung digitaler Marketingkanäle (z.B. Apps, Geotargeting)
- Erfolg von Produkt-, Marketing- und Handelsinnovationen
- Gesellschaftlichen Konsequenzen des Marketings

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 „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)

PUBLIKATIONEN (WISSENSCHAFTLICHE FACHZEITSCHRIFTEN)

- 2024 Maier, E. & Dost, F.: Decomposing Cross-Channel Advertising Support of Retailer Price Promotions, *Journal of Retailing* 100(3), 362-381 [VHB: A / AJG: 4].
- Maier, E. & Mafael, A.: Adbusting: How Advertising Altered by Activists Affects Brands, *Psychology & Marketing* 41(4), 938-957 [VHB: B / AJG: 3].
- König, S. & Maier, E.: The Effect of Green Influencer Message Characteristics: Framing, Construal, and Timing, *Psychology & Marketing* 41(9), 1979-1996 [VHB: B / AJG: 3].
- König, S. & Maier, E.: Preaching to the choir: Do green influencers make a difference?, *Journal of Cleaner Production* 447, 141449 [VHB: B].
- 2023 Maier, E., Bornschein, R., Manß, R. & Hesse, D.: Financial Consequences of Adding Bricks to Clicks, *International Journal of Research in Marketing* 40(3), 609-628 [VHB: A / AJG: 4].
- 2022 Schmidt, L. & Maier, E.: Interactive Ad Avoidance on Mobile Phones, *Journal of Advertising* 51(4), 440-449 [VHB: B / AJG: 3].
- 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 / AJG: 4].
- 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 / AJG: 3].
- 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 / AJG: 3].
- 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 / AJG: 3].
- 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: B / AJG: 2].
- 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 / AJG: 4].
- 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 / AJG: 3].
- 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: B / AJG: 2].
- 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: B / AJG: 2].



- 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 / AJG: 2].
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 / AJG: 1].
- 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: B / AJG: 2].
- 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 / AJG: 3].
- 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 / AJG: 3].
- 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 / AJG: 3].

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

- 2025 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.



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, Liefersdienste, 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 „Liefersdienste“
 - Wirtschaftswoche: Interview „Liefersdienste in der Nische“
 - Mdr Aktuell: Interview „Medikamentenliefersdienste“
- 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“