

### 3. Passauer Digital-Marketing-Konferenz



**15. – 16. März**

IT-Zentrum, Innstraße 43

# Referierende

**Dr. Eva Anderl**  
FELD M GmbH  
eva.anderl@feld-m.de

**Dr. Armin Arnold**  
ONE LOGIC GmbH  
armin.arnold@onelogic.de

**Margarita Bidler**  
Universität Passau  
margarita.bidler@uni-passau.de

**Torsten Christ**  
crealytics GmbH  
torsten.christ@crealytics.com

**Stefan Fischer**  
Georg-August-Universität Göttingen  
stefan.fischer@wiwi.uni-goettingen.de

**Markus Gahler**  
Universität Augsburg  
markus.gahler@wiwi.uni-augsburg.de

**Jana Gross**  
ETH Zürich  
jgross@ethz.ch

**Nicole Heß**  
LMU München  
nicole.hess@bwl.lmu.de

**Johanna Hirt**  
Marc O'Polo GmbH  
JohannaHirt@marc-o-polo.com

**Isabelle Kes**  
FELD M GmbH  
isabelle.kes@feld-m.de

**Janina Kleine**  
Universität Augsburg  
janina.kleine@wiwi.uni-augsburg.de

**Dr. Ann-Kristin Kupfer**  
Universität Münster  
ann-kristin.kupfer@wiwi.uni-muenster.de

**Andrea Künnen**  
Eberhard Karls Universität Tübingen  
kuennen.andrea@googlemail.com

**Jun.-Prof. Dr. Klaus Miller**  
Goethe Universität Frankfurt  
klmiller@wiwi.uni-frankfurt.de

**Marcia Nißen**  
ETH Zürich  
mnissen@ethz.ch

**Sebastian Raab**  
Smarter Ecommerce GmbH  
sebastian.raab@smarter-ecommerce.com

**Prof. Dr. Sascha Raithe**  
Freie Universität Berlin  
Sascha.Raithe@fu-berlin.de

**Christian Schlereth**  
WHU - Otto Beisheim School of Management  
Christian.Schlereth@whu.edu

**Sebastian Schubach**  
Universität Passau  
sebastian.schubach@uni-passau.de

**Prof. Dr. Christian Schulze**  
Frankfurt School of Finance & Management  
email@christian-schulze.de

**Dr. Lucas Stich**  
LMU München  
stich@bwl.lmu.de

**Dominik Terme**  
Marc O'Polo GmbH  
DominikTerme@marc-o-polo.com

**Prof. Dr. Dirk Totzek**  
Universität Passau  
dirk.totzek@uni-passau.de

**Christina Uhl**  
Wirtschaftsuniversität Wien  
Christina.Uhl@wu.ac.at

**Mila Vogelsang**  
Universität Passau  
mila.vogelsang@uni-passau.de

**Dr. Markus Wübben**  
CrossEngage GmbH  
markus.wuebben@crossengage.io

**Prof. Dr. Nancy Wunderlich**  
Universität Paderborn  
nancy.wuenderlich@uni-paderborn.de

**Tobias Wolf**  
Georg-August-Universität Göttingen  
tobias.wolf@wiwi.uni-goettingen.de



Liebe Konferenzteilnehmerinnen und Konferenzteilnehmer,

ich freue mich, dass ich Sie in diesem Jahr bereits zur **3. Passauer Digital-Marketing-Konferenz** begrüßen darf. Wir haben uns dieses Jahr bewusst entschieden, die Konferenz thematisch nicht einzugrenzen, um der Relevanz des digitalen Marketings und den sich hier ergebenden Fragestellungen in seiner gesamten Breite gerecht zu werden. Für die Konferenz konnten wir zahlreiche renommierte Referentinnen und Referenten aus Wissenschaft und Praxis gewinnen. Freuen Sie sich auf zahlreiche Forschungs- und Praxisvorträge zur Effektivität von Online-Marketing-Instrumenten (u.a. Social Media, Suchmaschinenwerbung), zum Multichannel-Management oder zur Rolle der Privatsphäre von Konsumenten im digitalen Marketing. Nutzen Sie die Zeit vor, nach und zwischen den Vorträgen zur Diskussion und zum regen Austausch und fördern Sie so den Dialog zwischen Wissenschaft und Praxis.

Ich wünsche Ihnen einen inspirierenden und spannenden Konferenztag.

Ihr

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Jan Schumann'. The signature is fluid and cursive, with a long horizontal stroke at the end.

Jan H. Schumann

# Programm

15. März

ab 19:00

## Conference Dinner inkl. Keynote

**Keynote: Neue Ansätze zur Verbesserung von Bietstrategien im Suchmaschinenmarketing – ein gemeinsames Forschungsprojekt der Universität Passau und der crealytics GmbH**

*Sebastian Schubach, Universität Passau & Torsten Christ, crealytics (Café Diwan)*



# Programm

16. März

ab 08:30

**Frühstück und Registrierung**

08:50 – 09:05

**Begrüßung durch Prof. Dr. Jan H. Schumann**

09:05 – 09:30

**Keynote Praxis: Data Thinking im digitalen Marketing – Daten und Analysen zielführend einsetzen**

*Dr. Eva Anderl & Isabelle Kes, FELD M (ITZ 017)*

09:30 – 09:55

**Keynote Wissenschaft: Schaufensterbummeln im Internet? Was passiert, wenn Webshops inspirierender werden**

*Prof. Dr. Christian Schulze, Frankfurt School of Finance & Management (ITZ 017)*

09:55 – 10:45

## Session I

### **Track I – Automatisierung (ITZ 001)**

**Dynamic Pricing: Systematisierung des Konzepts und zentrale Herausforderungen in der Praxis**

*Mila Vogelsang, Universität Passau &  
Prof. Dr. Dirk Totzek, Universität Passau*

**Automation im Search Engine Advertising – 100 % Abdeckung aller relevanten Suchanfragen**  
*Sebastian Raab, Smarter Commerce*

### **Track II – Konsumentenpräferenzen (ITZ 004)**

**Konsumentenpräferenzen für intransparente Produkte**

*Dr. Lucas Stich, LMU München*

**Aufmerksamkeit als Informationsquelle für Präferenzen: Ein Vergleich von Clickstream- mit State of the Art-Methoden**  
*Prof. Dr. Christian Schlereth, WHU*

10:45 – 11:05

**Kaffeepause**

# Programm

11:05 – 12:20	<b>Session II</b>	
	<p><b>Track I – Privatsphäre (ITZ 001)</b></p> <p><b>Minority Report – Personalisierung am Point-of-Sale</b> <i>Nicole Heß, LMU München</i></p> <p>.....</p> <p><b>Wirtschaftlicher Schaden durch die Begrenzung der Cookie-Laufzeit</b> <i>Prof. Dr. Klaus Miller, Goethe Universität Frankfurt</i></p> <p>.....</p> <p><b>Affektive Konsumentenreaktionen im Datenpreisgabeprozess</b> <i>Margarita Bidler, Universität Passau</i></p>	<p><b>Track III – Digitale Dienstleistungen (ITZ 004)</b></p> <p><b>Chatbots4Healthcare</b> <i>Marcia Nißen, ETH Zürich</i></p> <p>.....</p> <p><b>Authentizität in mehrdeutigen Dienstleistungsinteraktionen</b> <i>Prof. Dr. Nancy Wunderlich,</i></p> <p>.....</p> <p><b>Gamifizierte digitale Produkte: Wie spielerische Erfahrungen die weitere Servicenutzung fördern</b> <i>Tobias Wolf, Georg-August-Universität Göttingen</i></p>
12:20 – 13:30	<b>Mittagspause</b>	
13:30 – 13:55	<p><b>Keynote Wissenschaft: Firmengenerierte Inhalte und Konsumentenreaktionen in Social Media</b> <i>Prof. Dr. Sascha Raitzel, Freie Universität Berlin (ITZ 017)</i></p>	
13:55 – 14:20	<p><b>Keynote Praxis: Online-Display-Werbung bei einem Single-Brand-Retailer</b> <i>Johanna Hirt &amp; Dominik Terme, Marc O'Polo (ITZ 017)</i></p>	
14:20 – 14:35	<b>Kaffeepause</b>	

# Programm

	Session III		
14:35 – 15:50	<p><b>Track I – Soziale Medien</b> (ITZ 001)</p> <p><b>Online Firestorms in Sozialen Medien</b> <i>Dr. Ann-Kristin Kupfer, Universität Münster</i></p> <hr/> <p><b>Die Big 4 im Influencer Marketing</b> <i>Jana Gross, ETH Zürich</i></p> <hr/> <p><b>Zeichen aus dem „Echoverse“ – Der Informationswert von Mundpropaganda</b> <i>Stefan Fischer, Georg-August-Universität Göttingen</i></p>	<p><b>Track II – Cross-Channel</b> (ITZ 002)</p> <p><b>Entwicklung einer Skala zur Messung der Customer Experience entlang der Customer Journey</b> <i>Markus Gahler, Universität Augsburg</i></p> <hr/> <p><b>Der Stand des Cross-Channel-Marketings in der Praxis</b> <i>Dr. Markus Wübben, CrossEngage</i></p> <hr/> <p><b>Empirische Erkenntnisse über das Consumer Free Riding</b> <i>Janina Kleine, Universität Augsburg</i></p>	<p><b>Track III – Online-Marketing-Effektivität</b> (ITZ 004)</p> <p><b>Das Zusammenspiel von Personalisierung und Positionierung im Suchmaschinenmarketing</b> <i>Sebastian Schubach, Universität Passau</i></p> <hr/> <p><b>Einfluss der Sichtbarkeit von Displayanzeigen auf die Werbewirksamkeit</b> <i>Christina Uhl, Wirtschaftsuniversität Wien</i></p> <hr/> <p><b>Über den Umsatz hinaus – Der Einfluss von Promotion auf den Gewinn im Online-Handel</b> <i>Andrea Künnen, Eberhard-Karls-Universität Tübingen</i></p>
15:50 – 16:15	<p><b>Keynote Praxis: Marketing Analytics – aus der Garage in die Produktion</b> <i>Dr. Armin Arnold, ONE LOGIC GmbH (ITZ 017)</i></p>		
16:15 – 17:00	<p><b>Verabschiedung und Get-together</b></p>		

crealytics 

*netzwerk*  
**INDIGO** 

**FELDM**

**Veranstalter**

Prof. Dr. Jan H. Schumann  
Lehrstuhl für Marketing und Innovation

**Weitere Informationen**

[www.digital-marketing-konferenz.uni-passau.de](http://www.digital-marketing-konferenz.uni-passau.de)