

Autoren- und Herausgeberverzeichnis

Univ.-Prof. Dr. Ingo Balderjahn studierte an der Technischen Universität Berlin, wurde doch auch promoviert, und habilitierte sich an der Universität Hannover. Von 1993 bis 2018 war er Inhaber der Professur für Betriebswirtschaftslehre mit dem Schwerpunkt Marketing an der Universität Potsdam und ist dort seit 2018 als Seniorprofessor weiter tätig. Seine Forschungsschwerpunkte liegen in den Bereichen nachhaltiges Management, nachhaltiges Konsumentenverhalten und multivariate Methoden der Datenanalyse. Prof. Balderjahn hat zahlreiche Lehrbücher und Aufsätze in nationalen und internationalen Fachzeitschriften publiziert.

Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Manfred Bruhn ist Professor für Marketing und Unternehmensführung an der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Universität Basel (Schweiz) und Honorarprofessor an der Technischen Universität München. Gleichzeitig ist er Herausgeber verschiedener wissenschaftlicher Zeitschriften. Ferner ist Herr Bruhn Gründer und Präsident des Verwaltungsrates der Strategie- und Marketingberatung „Prof. Bruhn & Partner AG“ (Basel). Seine Forschungsschwerpunkte liegen in den Bereichen Strategische Unternehmensführung, Dienstleistungsmanagement, Relationship Marketing, Kommunikationspolitik, Markenpolitik, Qualitätsmanagement und Non-Profit-Marketing.

Prof. Dr. Dirk-Mario Boltz ist Professor für Marketing-Kommunikation an der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin. Er ist im Vorstand der Gesellschaft zur Erforschung des Markenwesens e.V. (GEM). Sein aktuelles Forschungsprojekt untersucht die „Neue Marken Arbeit“.

Univ.-Prof. Dr. Andrea Gröppel-Klein ist seit 2006 Inhaberin des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing und Direktorin des Instituts für Konsum- und Verhaltensforschung an der Universität des Saarlandes. Von 1996 bis 2006 war sie Inhaberin des Lehrstuhls für Internationales Marketing, Konsum- und Handelsforschung an der Europa-Universität Viadrina. 2001 erhielt sie einen Ruf an die Universität Trier. Seit 2008 Mitwirkung an drei verschiedenen EU-Forschungsprojekten zum Thema „Gesundheit und Lebensmittel“. Seit 2018 ist sie Mitglied im Koordinierungsgremium des Netzwerks Verbraucherforschung, berufen vom Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz. Frau Gröppel-Klein ist Mitglied in diversen Editorial Boards, hat mehr als 250 Beiträge in renom-

mierten wissenschaftlichen Zeitschriften veröffentlicht und führt u.a. das von Kroeber-Riel (verstorben 1995) begründete Standardwerk zur Konsumentenverhaltensforschung weiter.

Prof. Dr. Kai-Uwe Hellmann ist außerplanmäßiger Professor für Konsum- und Wirtschaftssoziologie an der TU Berlin. Sein derzeitiges Forschungsprojekt befaßt sich mit Wegwerfgesellschaft und Wegwerfkulturen, vom BMJV gefördert.

Sabine Kästner leitet die PR- und Öffentlichkeitsarbeit von lavera Naturkosmetik und dem Hersteller Laverana. Sie engagiert sich ehrenamtlich bei NATRUE, dem internationalen Verband für zertifizierte Naturkosmetik mit Sitz in Brüssel und ist Chairmen der Communication Working Group von NATRUE seit 2013.

Christian Köhler ist Wirtschaftsingenieur und führt den Markenverband, der die Interessen der Markenunternehmen aus den vielfältigsten Branchen – von Automobil, Finanzen, Nahrungs- und Genussmittel über Telekommunikation bis hin zu Luxus und Lifestyle – sowohl in Berlin als auch in Brüssel vertritt. Daneben ist er in Aufsichtsrats- und Beiratsgremien von verschiedenen europäischen Nahrungsmittel-, Chemie- und Dienstleistungsunternehmen aktiv. Herr Köhler war viele Jahre in verschiedenen Geschäftsführer- und Vorstandspositionen in der europäischen Nahrungsmittelindustrie und im Handel tätig und hat über 30 Jahre praktische Erfahrung in der Führung von Marken. Um einen Transfer zwischen der Praxis und der Hochschulausbildung zu unterstützen, lehrt er an verschiedenen Hochschulen im Themenspektrum General Management, Unternehmensführung, Marketing und Markenführung.

Univ.-Prof. Dr. Jörg Königstorfer ist Inhaber des Lehrstuhls für Sport- und Gesundheitsmanagement an der Technischen Universität München (TUM). Derzeit ist er Associate Editor von *European Sport Management Quarterly* und *Nutrients*. Sein Forschungsschwerpunkt liegt auf dem Konsumverhalten in Sport, Gesundheit und Ernährung. Seine Arbeiten sind unter anderem in Zeitschriften wie *Journal of Marketing Research*, *Journal of Public Policy & Marketing*, *Journal of Sport Management* und *BMC Public Health* erschienen. Die Ergebnisse seiner Arbeiten wurden von internationalen Medien aufgegriffen und der Bevölkerung zugänglich gemacht (z.B. Fernsehbeiträge im ZDF und CBS).

Prof. Dr. Paul Lange ist ein national und international tätiger Rechtsanwalt im Markenrecht und Seniorpartner der Spezialkanzlei Siebeke, Lange, Wilbert, Düsseldorf. Er ist Autor des Handbuchs zum deutschen und europäischen Kennzeichenrecht mit dem Titel „Marken- und Kennzeichenrecht“ sowie Herausgeber und Mitautor des Internationalen Handbuchs des Marken- und Kennzeichenrechts.

Jens Lönneker ist Tiefenpsychologe und forscht national wie international in den Schwerpunkten Markt-, Medien- und Kulturforschung. Veröffentlichungen u.a. zu qualitativen Forschungskonzepten, Psychologie der Ernährung, Wahrnehmung der Landwirtschaft, öffentliche Meinungsbildung. Er war als Lehrbeauftragter, Referent u.a. tätig für die Universität der Künste in Berlin, die Universität St. Gallen, die Business School Berlin (BSB). Er ist einer der Gründer der rheingold Marktforschungs-Gruppe und Präsident der Gesellschaft zur Erforschung des Markenwesens e.V. (G·E·M). Mit seiner Frau Ines Imdahl führt er die Markt- und Medienforschungsagentur rheingold salon.

Prof. Dr. Kathrin Loer ist Professorin für Politikwissenschaft an der Hochschule Osnabrück. Nach verschiedenen Tätigkeiten in Forschung und Lehre arbeitete sie als Senior Associate in der politischen Beratung (Berlin). Im Rahmen ihrer Tätigkeit an der FernUniversität in Hagen leitete sie ab 2017 das Forschungsprojekt „Instrumente in der Verbraucherpolitik (IniV-pol)“. Ihre Forschungsschwerpunkte liegen im Bereich der Verbraucherwissenschaften und Verbraucherpolitik, Public Health, Energiepolitik, Verhaltenspolitik und Policy-Forschung. Seit August 2021 verfolgt sie ein interdisziplinäres Forschungsprojekt zu Nachhaltigkeit in der Verbraucherpolitik.

Norbert Lux ist Gründer und Geschäftsführer der GREEN BRANDS GmbH, einer internationalen, unabhängigen und selbstständigen Markenbewertungs-Organisation, die ökologisch nachhaltige Marken auszeichnet und das „GREEN BRANDS“-Gütesiegel verleiht.

Prof. Dr. Mary-Rose McGuire, M.Jur. (Göttingen), studierte an der Universität Wien, absolvierte in Folge ein Aufbaustudium für deutsches Recht an der Universität Göttingen und wurde dort auch promoviert. 2009 erfolgte die Habilitation an der Universität Osnabrück, 2010 der erste Ruf auf eine Professur an der Universität Mannheim. Seit 2015 ist Mary-Rose McGuire Inhaberin des Lehrstuhls für Bürgerliches Recht, das Recht des Geistigen Eigentums sowie deutsches und europäisches Zivilprozessrecht an der Universität Osnabrück. Ihre Forschungsschwerpunkte liegen u.a. in der Europäisierung des Rechts des Geistigen Eigentums sowie im Lizenzvertragsrecht.

