

# VERÖFFENTLICHUNGEN PROF. DR. SILVIA ZAHARIA

## I. Publikationen von Herausgeberwerken sowie Beiträge in Fachzeitschriften und Sammelwerken

- Zaharia, S. (2019): Online Shopping Motives - an Empirical Investigation of Consumer Buying Behavior in the main German Online Retailing Segments, Proceedings of Human Computer Interaction International 19, Springer
- Zaharia, S., Schmidt, M. (2019): Customer Experience in Online-Retailing – An Analysis of the Main Segments in German Online-Retailing, Proceedings of the AHFE 2019, Springer
- Viani, S.; Wrobel, C.; Zaharia, S. (2018): Connected Commerce, White Paper herausgegeben vom BVDW
- Zaharia, S.; Kauke, D.; Hartung, E. (2017): Eye-Tracking Analysis of Gender-Specific Online Information Research and Buying Behaviour, Proceedings of Human Computer Interaction International 17, Springer
- Zaharia, S. / Hackstetter, T. (2017): Segmentierung von Onlinekäufern auf Basis ihrer Einkaufsmotive, in Dialogmarketing Perspektiven 2016/2017, Springer
- Zaharia, S. (2015): „Stadt und Handel im digitalen Zeitalter“, in: LogReal.direkt, 05/2015, S. 32 - 33
- Zaharia, S. (2013): „Integrierte Multi-Channel-Geschäftsmodelle ermöglichen Zeitersparnis beim Einkauf“, in: Heinemann, G.; Haug, K.; Gehrckens, M.; (Hrsg.), Digitalisierung des Handels mit ePace, Wiesbaden
- Eigenstetter, M.; Zaharia, S. (2013): „Is Engagement in CSR motivated by the defined Values of Entrepreneurs?“ - An Analysis of German Small and Medium Enterprises“ in: Schrader, U, Fricke, V., Doyle, D. & Thoresen, V.W. (Hrsg.), Enabling Responsible Living, Berlin/Heidelberg
- Zaharia, S. (2012): Channel-Hopping erfordert integrierte Multi-Channel-Lösungen - Wie die Kunden sich verhalten und wie die deutschen Top-Multi-Channel-Textilhändler darauf antworten, in: Heinemann, G., Schleusener, M. & Zaharia, S. (Hrsg.): Modernes Multi-Channeling für Fashion - Bestandsaufnahme, Konzepte, Praxisbeispiele, Frankfurt/Main
- Akbar, P., Zaharia, S. (2012): Neue Kundenorientierung durch Multi-Channeling - Strategische Herausforderungen für Katalogversandhändler, in: Heinemann, G., Schleusener, M. & Zaharia, S. (Hrsg.): Modernes Multi-Channeling für Fashion - Bestandsaufnahme, Konzepte, Praxisbeispiele, Frankfurt/Main 2012
- Heinemann, G., Schleusener, M. & Zaharia, S. (Hrsg.): Modernes Multi-Channeling für Fashion - Bestandsaufnahme, Konzepte, Praxisbeispiele, Frankfurt/Main 2012
- Schröder, H., Bohlmann, A., Witek, M. & Zaharia, S. (2011): Informieren und Kaufen bei Multichannel-Retailern - Eine Auswertung empirischer Untersuchungen zum Verhalten der Endkunden. In Deutscher Dialogmarketing Verband e. V. (Hrsg.). Dialogmarketing Perspektiven 2010/2011. Wiesbaden: Gabler Verlag.
- Schröder, H. & Zaharia, S. (2008): „Linking multi-channel customer behavior with shopping motives: an empirical investigation of a German retailer“, in: Journal of Retailing and Consumer Services, Vol. 15, Nov.
- Zaharia, S.: „Die Bedeutung von Einstellungen für die Nutzung der Kanäle eines Multichannel-Retailers“, in: Ahlert, D.; Olbrich, R.; Schröder, H. (Hrsg.): Shopper Research - Kundenverhalten im Handel, Jahrbuch zum Vertriebs- und Handelsmanagement 2007, Frankfurt/Main 2007
- Schröder, H. & Zaharia, S.: Informations- und Entscheidungsverhalten der Kunden von Multichannel-Retailern, in: Wirtz, B.W. (Hrsg.): Handbuch Multi Channel Marketing, Wiesbaden 2007

- Schröder, H. & Zaharia, S.: Einkaufsmotive und Nutzungsverhalten von Kunden in Mehrkanalsystemen des Einzelhandels, in: Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis, Heft 1/2006
- Zaharia, S.: Multi-Channel-Retailing und Kundenverhalten - Wie sich Kunden informieren und wie sie einkaufen, Bergisch-Gladbach, Köln 2006

## II. Konferenzbeiträge und Vortragstätigkeiten auf deutschen und internationalen wissenschaftlichen und Fach-Kongressen

- "Online Shopping Motives - an Empirical Investigation of Consumer Buying Behavior in the main German Online Retailing Segments", Fachbeitrag auf der HCII19 - **Human Computer Interaction International** am 28.- 30.07.19, Orlando, USA
- "Customer Experience in Online-Retailing – An Analysis of the Main Segments in German Online-Retailing", Fachbeitrag gemeinsam mit Schmidt, M. auf der **AHFE 2019 - Applied Human Factors and Ergonomics**, 24. - 28.07.19, Washington, USA
- Teilnahme an der **DMEXCO** Podiumsdiskussion zum Thema Conversational Commerce, 13.09.2018, Köln
- Moderation der Vortragsreihe "Digitaler Laden" auf der IHK-Veranstaltung **e-Marketingday Rheinland**, am 25.April 2018 in Mönchengladbach.
- „Shopping Motives and Consumer Segments in Online-Shopping“, Fachbeitrag auf der **General Online Research 2017**, 17.03.17, Berlin
- „Eye-Tracking Analysis of Gender-Specific Online Information Research and Buying Behaviour“, Fachbeitrag gemeinsam mit Kauke, D. & Hartung, E. auf der HCII 17 - **Human Computer Interaction International 17** am 11. – 14.07.17, Vancouver, Canada
- Teilnahme an der **DMEXCO** Podiumsdiskussion zum Thema Digital Readiness im deutschen Handel, 13.09.2016, Köln
- „Im Wettbewerb mit dem Web – Perspektiven und Handlungsempfehlungen für den innerstädtischen Handel“, Fachvortrag auf der **ISW-Fachtagung Revolution im Einzelhandel**, 03.12.2015 in München
- Key Note Speech „E-Commerce in Germany: Positioning for the Future“ auf der Business Conference “Tapping the German E-commerce Market” von NRW Invest mit Unterstützung der **Illinois Chamber of Commerce Chicago**, 04.11.2015, Chicago
- „Handel im Wandel - Auswirkungen des Online-Handels auf den innerstädtischen stationären Einzelhandel“, Vortrag auf dem **Logistikforum**, 01.09.2015, Mönchengladbach
- „Always-On oder weggeklickt? Auswirkungen des Online-Handels für Städte und Gemeinden in NRW und Handlungsempfehlungen für den innerstädtischen stationären Einzelhandel“, Vortrag auf dem Heuer Dialog Kongress, 22.04.2015, Köln
- Key Note Speech „Handel im Wandel – Status Quo und Zukunft des Online-Handels“ auf der **Tagung Vertrieb & E-Commerce** (Vertriebsmanger), 15.09.2014, Berlin
- Key Note Speech „Multi-Channel-Retailing als Chance für den stationären Handel - Wo wollen Kunden kaufen.....und wo wollen sie sich informieren?“, auf dem **EK Service Kongress**, 11.09.2014, Bielefeld
- Podiumsdiskussion zum Thema „Grenzenloser Handel“ auf dem **Heuer Dialog Kongress** „Landesentwicklungsplanung in Nordrhein-Westfalen“, 29.04.2014, Köln
- Moderation der Podiumsdiskussion: „Das Verschmelzen von Offline und Online zu No-Line Systemen und der Einfluss eines sich verändernden Konsumverhaltens“ auf dem „**eTail Deutschland“ Kongress**, 12.-13. März 2013, Berlin
- Moderation der B2B-Session auf dem „**Online Handel-Kongress 2012**“, Bonn

- “A Look on German SMEs: Is Engagement in CSR motivated by the defined Values of Entrepreneurs?”, Fachbeitrag gemeinsam mit Eigensteter, M. auf der Fachtagung **PERL**, 14-15.03.2011, Istanbul (Türkei)
- Key Note Speech „Zukunftstrends in Banken“ auf dem „**Multi-Channel Banking**“ Fachkongress, 02.-03. Nov. 2010, Wiesbaden
- „Ethical measures and value orientation: do they contribute to innovation, productivity and customer loyalty? Is there a benefit for small enterprises?“, Fachbeitrag gemeinsam mit Eigensteter, M. auf der Fachtagung **EBEN**, 14.-16.6.2010, Tampere (Finland)