

# MARKETING

ZFP – Journal of Research and Management

Carsten D. Schultz and Friederike Paetz

**Trust in Digital Voice Assistants:  
A Fundamental Determinant for  
Companies' and Customers' Engagement  
in Voice Commerce**

Mohamed Souka, Markus Rump, Michael  
Löffler, and Reinhold Decker

**Enhancing Internal Branding Outcomes  
through Customer Experience  
Management: New Empirical Insights  
from the Automotive Industry**

Nicola E. Stokburger-Sauer, Verena Hofmann,  
Heike Hebborn, and Anna Teresa Wanisch

**Effects of COVID-19 on Well-Being  
and Customer Loyalty: A Life Event  
Perspective**

Lennart Pape, Ingo Höhn, Kyle Bunds, and  
Joerg Koenigstorfer

**The Role of Organizational Values for  
Sustainable Development: The Case  
of Forest Green Rovers and the Promotion  
of Plant-based Diets**

Volume 45

**2/2023**

2. Quarter 2023

**C.H.BECK · Vahlen · Munich**

[www.marketing-zfp.de](http://www.marketing-zfp.de)



2450202302

# Der Klassiker zum Konsumentenverhalten.



## Kroeber-Riel/Gröppel-Klein Konsumentenverhalten

11. Auflage, 2019, 722 Seiten.  
Gebunden € 49,80  
ISBN 978-3-8006-6033-9

Portofreie Lieferung  
☰ [vahlen.de/27653267](https://vahlen.de/27653267)

## Das internationale Standardwerk

beschäftigt sich mit der Erklärung und Beeinflussung des Konsumentenverhaltens. Es bietet einen Überblick über theoretische Ansätze und empirische Ergebnisse der Konsumentenforschung.

## Die 11. Auflage

ist vollständig überarbeitet und stellt den aktuellen Stand der internationalen Forschung dar. Zahlreiche **neue Abschnitte** sind enthalten u.a.

- › zur Einstellungsbildung »on the spot«,
- › zum Embodiment,
- › zu neuen Zielgruppen, Meinungsführern und Influencern,
- › zum Einfluss der Digitalisierung auf das Konsumentenverhalten.

## Der Inhalt

- › Grundlagen der Konsumentenforschung
- › Psychische Determinanten des Konsumentenverhaltens
- › Umweltdeterminanten des Konsumentenverhaltens
- › Konsumentenverhalten und Verbraucherpolitik



*Ein Klassiker, der allein schon durch seinen Aufbau, seine klare Sprache, 200 Abbildungen und fast 100 Seiten Literaturhinweise besticht.*

in wisu 3/2009, zur 9. Auflage

# MARKETING

ZFP – Journal of Research and Management

Volume 45  
2/2023

**Founded by**

Prof. Dr. Dr. h.c. *Erwin Dichtl*, University of Mannheim, Prof. Dr. Dr. h.c. *Rudolf Gumbel*, Goethe University Frankfurt/M., Prof. Dr. *Werner Kroeber-Riel*, Saarland University, Prof. Dr. *Hans Raffée*, University of Mannheim, Prof. Dr. *Bruno Tietz*, Saarland University

**EDITORS-IN-CHIEF**

*Daniel Baier*, University of Bayreuth, Germany  
*Joerg Koenigstorfer*, Technical University of Munich, Germany

*Pierre Desmet*, ESSEC Business School, France

*Martin Eisend*, European University Viadrina Frankfurt/Oder, Germany

*Franz-Rudolf Esch*, EBS Business School, Germany

*Paul W. Farris*, University of Virginia, USA

*Martin Fassnacht*, WHU – Otto Beisheim School of Management, Germany

*Marc Fetscherin*, Rollins College, Florida, USA

*Marc Fischer*, University of Cologne, Germany

*Thomas Foscht*, University of Graz, Austria

*Wolfgang Fritz*, Braunschweig University of Technology, Germany

*Karen Gedenk*, University of Hamburg, Germany

*Claas Christian Germelmann*, University of Bayreuth, Germany

*Klaus G. Grunert*, University of Aarhus, Denmark

*Dominique Hanssens*, University of California/Los Angeles, USA

*Oliver P. Heil*, Johannes Gutenberg University Mainz, Germany

*Andrea Hemetsberger*, University of Innsbruck, Austria

*Thorsten Hennig-Thurau*, University of Münster, Germany

*Stefan Hoffmann*, Christian-Albrechts-University of Kiel, Germany

*Harald Hruschka*, University of Regensburg, Germany

*Frank Huber*, Johannes Gutenberg University Mainz, Germany

*Frank Jacob*, ESCP Business School Berlin, Germany

*Daniel Klapper*, Humboldt-University of Berlin, Germany

*Martin Klarmann*, Karlsruhe Institute of Technology, Germany

*Michael Kleinaltenkamp*, Freie Universität Berlin, Germany

*Jörg Königstorfer*, Technical University of Munich, Germany

*Nicole Koschate-Fischer*, Friedrich-Alexander-University Erlangen-Nürnberg, Germany

*Manfred Krafft*, University of Münster, Germany

*Tobias Langner*, University of Wuppertal, Germany

*Gilles Laurent*, HEC School of Management Paris, France

*Peter Leeftang*, University of Groningen, Netherlands

*Michael Lingenfelder*, Philipps-University Marburg, Germany

*Kristian Möller*, Helsinki School of Economics, Finland

*Thomas Otter*, Goethe University Frankfurt, Germany

*Christian M. Ringle*, Hamburg University of Technology, Germany

*Stefan Roth*, University of Kaiserslautern-Landau, Germany

*Marko Sarstedt*, Ludwig-Maximilians-University Munich, Germany

*Christian D. Schade*, Humboldt-University of Berlin, Germany

*Bodo Schlegelmilch*, Vienna University of Economics and Business, Austria

*Hanna Schramm-Klein*, University of Siegen, Germany

*Hermann Simon*, Simon-Kucher & Partners, Bonn/Boston, Germany/USA

*Bernd Skiera*, Goethe University Frankfurt, Germany

*Michael Steiner*, Witten-Herdecke University, Germany

*Martina Steul-Fischer*, Friedrich-Alexander-University Erlangen-Nürnberg, Germany

*Nicola Stokburger-Sauer*, University of Innsbruck, Austria

*Stefan Stremersch*, Erasmus Research Institute of Management, Netherlands

*Harald van Heerde*, Massey University Auckland, New Zealand

*Fred van Raaij*, Tilburg University, Netherlands

*Markus Voeth*, University of Hohenheim, Germany

*Gianfranco Walsh*, Friedrich Schiller University Jena, Germany

*Rolf Weiber*, University of Trier, Germany

*Klaus Werthenbroch*, INSEAD Europe Campus, France

*Raimund Wildner*, GfK Nuremberg, Germany

*Robert Wilken*, ESCP Europe Berlin, Germany

*Herbert Woratschek*, University of Bayreuth, Germany

*Stephan Zielke*, University of Wuppertal, Germany

**EDITORIAL BOARD**

*Richard P. Bagozzi*, University of Michigan, USA

*Ingo Balderjahn*, University of Potsdam, Germany

*Carsten Baumgarth*, Berlin School of Economics and Law, Germany

*Hans Baumgartner*, Pennsylvania State University, USA

*David R. Bell*, University of Pennsylvania/Philadelphia, USA

*Marnik G. Dekimpe*, Tilburg University and KU Leuven, Netherlands/Belgium

**CONTENT**

Research Articles

Editorial . . . . .	2
Trust in Digital Voice Assistants: A Fundamental Determinant for Companies' and Customers' Engagement in Voice Commerce By <i>Carsten D. Schultz</i> and <i>Friederike Paetz</i> . . . . .	4
Enhancing Internal Branding Outcomes through Customer Experience Management: New Empirical Insights from the Automotive Industry By <i>Mohamed Souka</i> , <i>Markus Rump</i> , <i>Michael Löffler</i> , and <i>Reinhold Decker</i> . . . . .	22
Effects of COVID-19 on Well-Being and Customer Loyalty: A Life Event Perspective By <i>Nicola E. Stokburger-Sauer</i> , <i>Verena Hofmann</i> , <i>Heike Hebborn</i> , and <i>Anna Teresa Wanisch</i> . . . . .	35
The Role of Organizational Values for Sustainable Development: The Case of Forest Green Rovers and the Promotion of Plant-based Diets By <i>Lennart Pape</i> , <i>Ingo Höhn</i> , <i>Kyle Bunds</i> , and <i>Joerg Koenigstorfer</i> . . . . .	49
Imprint . . . . .	34