

Publikationen & Konferenzbeiträge

Janda, S. v., Dolan, R., Ehm, L., Wegmann-Herr, P. & Szolnoki, G. (2019). Judging a Book by Its Cover: The Power of Wine Label Design in Shaping Consumers' Product Perceptions. *Presentation at the 13th Annual AAWE Conference*, Vienna, Austria (July 14-18).

Ehm, L. (2018). In fünf Schritten zur eigenen digitalen Strategie. *Das deutsche Weinmagazin*, 21 (27.10.2018), 33-35.

Ehm, L. (2018). Bereit für die Zukunft? - Ansätze zu einer erfolgreichen Digitalisierung der Weinvermarktung. *Tagungsband 71. Pfälzische Weinbautage*, 40-43.

Homburg, Ch., Ehm, L., Artz, M. (2015). Measuring and Managing Consumer Sentiment in an Online Community Environment. *Journal of Marketing Research*, 52 (5), 629-641.

Bohrer, L. (2013). *Word-of-Mouth-Marketing: Eine Analyse traditioneller und neuer Marketinginstrumente zur gezielten Beeinflussung der Word-of-Mouth-Kommunikation*. Universität Mannheim, Dissertation.

Bohrer, L., Homburg, Ch., Artz, M. (2013). Nutzenpotential der Interaktion mit Kunden über Online-Diskussionsforen: Ergebnisse einer empirischen Untersuchung. *Presentation at Symposium für anwendungsorientierte Online-Forschung in der Betriebswirtschaftslehre*, Mannheim, Germany (March 5-6).

Prigge, J.-K., Homburg, Ch., Bohrer, L. (2013). Stimulating Customer Engagement and Referral Behavior using Social Network Information Services. *American Marketing Association Winter Educators' Conference 2012 Proceedings*, Las Vegas, USA (Feb 15-17).

Bohrer, L., Homburg, Ch., Artz, M. (2012). Firm Engagement in Online Conversations. *Proceedings of the 2012 EMAC Conference*, Lisbon, Portugal (May 22-25).



WEINCAMPUS NEUSTADT

Vorträge

Ehm, L. (2019). Eine Chance für die Pfalz: Organisatorische und strategische Neuausrichtung der Weinwerbung. *72. Pfälzische Weinbautage*, Neustadt a.d.W., 15.01.2019.

Ehm, L. (2018). Bereit für die Zukunft? – Ansätze zu einer erfolgreichen Digitalisierung der Weinvermarktung. *71. Pfälzische Weinbautage*, Neustadt a.d.W., 17.01.2018.