

Dr. Reinhard Grohs

Geburtsdatum: 14/10/1974  
Familienstand: ledig  
Nationalität: Österreich

Riedgasse 69/8  
6020 Innsbruck, Austria  
[reinhard.grohs@uibk.ac.at](mailto:reinhard.grohs@uibk.ac.at)



## AKADEMISCHE LAUFBAHN

---

2009 bis dato	Assistant Professor am Brand Research Laboratory und am Institut für Strategisches Management, Marketing und Tourismus der Universität Innsbruck, Österreich
2006-2009	Universitätsassistent am Lehrstuhl für Marketing der Universität Wien, Österreich
2005	Lecturer am Department of Marketing der University of Otago, Neuseeland
2004	Doktorat der Wirtschaftswissenschaften, Universität Wien, Österreich
1999-2004	Universitätsassistent am Lehrstuhl für Marketing der Universität Wien, Österreich
1999	Magister der Wirtschaftswissenschaften, Universität Wien, Österreich
1998 bis 2009	Lehraufträge: <ul style="list-style-type: none"><li>▪ MBA General Management der Universität Wien (2008)</li><li>▪ Studiengang Tourismusmanagement der Fachhochschule Krems (2008)</li><li>▪ Fachbereich für Kommunikationswissenschaften der Universität Salzburg (2007)</li><li>▪ Studiengang Internationale Wirtschaftsbeziehungen der FH Eisenstadt (1998-2009)</li><li>▪ Schmid &amp; Diamant: Marktforschung systematisch (executive education) (2008)</li></ul>

## FORSCHUNGSINTERESSEN

---

Meine Forschungsinteressen liegen in den Themengebieten Sportmarketing, Marketingkommunikation und der Entwicklung und Anwendung von quantitativen Verfahren in diesen Bereichen. Der Fokus konzentriert sich auf das Kommunikationsinstrument (Sport) Sponsoring, insbesondere auf die Erklärung der Wirkung von Sponsoring auf den Rezipienten. Konkrete Forschungsarbeiten beschäftigen sich mit:

- der korrekten Identifikation von Sponsoren und deren Einflussgrößen,
- dem Imagetransfer von Sponsorobjekt auf den Sponsor und dessen Einflussgrößen,
- negativen Effekten von Sponsoring und Möglichkeiten, diesen entgegenzuwirken,
- dem Sponsoringverständnis von und der Sponsoringwirkung auf Kinder, und
- Ambush Marketing Strategien und der (in)korrekten Identifikation von Sponsoren.

## VERÖFFENTLICHUNGEN

---

### *Bücher*

Grohs, R. (2008): Sponsoring und Eventmarketing: Wirkungen auf den Konsumenten, VDM Verlag: Saarbrücken

### *Referierte Journalbeiträge*

Grohs, R., Reisinger, H. (forthcoming): Sponsorship Effects on Brand Image: The Role of Exposure and Activity Involvement, accepted for publication in *Journal of Business Research*

Grohs, R., Wagner, U. (2011): Erkennen und verstehen Kinder kontextverbundene Markenpräsentationen? *Marketing ZFP – Journal of Research and Management*, 33 (1), S. 7-18

Grohs, R., Ebster, C., Kummer, C. (2009): „An meinen Fähigkeiten als Liebhaber habe ich schon gelegentlich gezweifelt“ – Die Messung sozial erwünschten Antwortverhaltens, *Marketing ZFP*, 31 (2), S. 87-100

Fam, K.-S., Grohs, R. (2007): Cultural Values and Effective Executional Techniques in Advertising: A Cross-country and Product Category Study of Urban Young Adults in Asia, *International Marketing Review*, 24 (5), 519-538, Paper was nominated by Emerald as the Top 10 article out of 450 for the month of November 2007

Grohs, R., Reisinger, H., Kappler, S. (2006): Wirksamkeit von Sozio-Sponsorings: Die Bedeutung der Höhe der Sponsoring-Ausgaben und der Auffälligkeit der Inszenierung, *der markt*, 45 (2), 77-87

Grohs, R., Reisinger, H. (2005): Image Transfer in Sports Sponsorships – An Assessment of Moderating Effects, *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 7 (1), 42-48

Grohs, R., Wagner, U., Vsetecka, S. (2004): Assessing the Effectiveness of Sport Sponsorships – An Empirical Examination, *Schmalenbach Business Review*, 56 (2), 119-138

Srnka, K. J., Grohs, R., Eckler, I. (2003): Increasing Fundraising Efficiency by Segmenting Donors, *Australasian Marketing Journal*, 11 (1), 70-86

Wagner, U., Grohs, R., Stadler, E. (2001): Einige Überlegungen zur Preisbildung im österreichischen Lebensmitteleinzelhandel im Zuge der Umstellung auf den Euro, *der markt*, 40 (2+3), 110-120

### *Buchkapitel*

Wagner, U., Grohs, R., Leisch, M. (2003): Zur Entwicklung der Beziehungen zwischen Hersteller und Handel auf dem Neuwagenmarkt, in: Ahlert, D., Olbrich, R., Schröder, H. (Eds.) (2003): *Jahrbuch Vertriebs- und Handelsmanagement 2003 – Marktstrategische Veränderungen in der Hersteller-Handels-Dyade*, Deutscher Fachverlag, Frankfurt am Main, 252-261

### *Referierte Konferenzbeiträge*

Wolfsteiner, E., Grohs, R. (2011): (In)correct Sponsor/Ambusher (Non)identification: An Experiment, 40<sup>th</sup> EMAC Conference, Ljubljana, Slovenia, May 24-27 2011

Grohs, R. (2011): Sportsponsoring: Wissenschaftliche Perspektiven aus der Sicht des Marketing, 1. Innsbrucker Sportökonomie und –management Symposium, Innsbruck, Austria, March 17 2011

Woisetschläger, D., Grohs, R., Reisinger, H. (2011): Neglected Consequences of Sponsorship Deal Terminations: An Empirical Examination, 1<sup>st</sup> Brand Camp, Obergurgl, Austria, February 27 – March 2 2011

Grohs, R., Wagner, U., Steiner, R. (2010): Children's Sponsorship Recognition and Understanding, French-Austrian-German Workshop on Consumer Behaviour, Saarbrücken, Germany, September 30 – October 1 2010

Grohs, R., Reisinger, H. (2010): Sponsorship Effects on Brand Image: The Role of Exposure and Activity Involvement, Fourth German-French-Austrian Conference on Quantitative Marketing, Vienna, Austria, September 16-18 2010

Reisinger, H., Grohs, R., Woisetschläger, D. (2010): Adverse Sponsorship Effects: Observations and Remedies, Fourth German-French-Austrian Conference on Quantitative Marketing, Vienna, Austria, September 16-18 2010

Gazley, A., Krisjanous, J., Fam, K.-S., Grohs, R. (2010): Like It or Not: Ad Likeability and Dislikeability in Asia, 2010 Global Marketing Conference, Tokyo, Japan, September 9-12 2010

Sheu, H., Grohs, R., Auer-Srnka, K. J. (2010): HIV Prevention in Schools by Empowerment, Poster at the EUFEP-Kongress, Baden, Austria, June 16-18 2010

Auer-Srnka, K. J., Grohs, R., Thelen, E. (2010): Relationships between Orientation, Convenience, Atmosphere, Shopping Value and Behaviour: Conceptual Model and Empirical Evidence, *Proceedings of the 39<sup>th</sup> EMAC Conference*, Copenhagen, Denmark, June 1-4 2010

Grohs, R., Wagner, U., Steiner, R. (2010): Drivers of Correct Sponsor Identification for Children, *Proceedings of the 39<sup>th</sup> EMAC Conference*, Copenhagen, Denmark, June 1-4 2010

Grohs, R., Wagner, U., Steiner, R. (2010): Children's Sponsorship Perceptions and Sponsor Awareness, *Proceedings of the 5<sup>th</sup> International Research Days on Marketing Communications*, Nancy, France, March 25-26 2010

Reisinger, H., Grohs, R., Woisetschläger, D. (2008): Adverse Sponsorship Effects: Observations and Remedies, *Proceedings of the ANZMAC Conference 2008*, Sydney, Australia, December 1-3 2008

Srnka, K. J., Grohs, R., Schnessl, N. (2008): The Impact of Perceived Retail Environment on Customer Satisfaction and Buying Behavior: Developing a Comprehensive Conceptual Model, *2008 Global Marketing Conference*, Shanghai, China, March 20-23 2008

Reisinger, H., Grohs, R., Eder, M. (2007): Adverse Effects of Sponsorship, *Proceedings of the 36<sup>th</sup> EMAC Conference*, Reykjavik, Iceland, May 22-25 2007

Grohs, R., Steffen, M. (2005): Correct Sponsor Memorisation: Drivers and Moderators, *Proceedings of the ANZMAC Conference 2005*, Perth, Australia, December 5-7 2005

Grohs, R., Reisinger, H. (2005): Image Transfer in Sponsorships – An Assessment of Moderating Effects, *Proceedings of the 34<sup>th</sup> EMAC Conference*, Milan, Italy, May 24-27 2005

Grohs, R., Reisinger, H. (2004): Assessing the Effectiveness of Sponsorships: The Impact of Event Related Factors, *Proceedings of the 33<sup>rd</sup> EMAC Conference*, Murcia, Spain, May 18-21 2004

Grohs, R., Reisinger, H. (2004): An Assessment of Factors Driving the Strength of Image Transfer in Sports Sponsorships – Conceptual Analysis and Empirical Study, *Proceedings of the 1<sup>st</sup> French International Research Day on Marketing Communications*, Nancy, France, March 26 2004

Grohs, R., Wagner, U., Vsetecka, S. (2003): Assessing the Effectiveness of Sport Sponsorships – An Empirical Examination, *2<sup>nd</sup> International Conference on Research in Advertising*, Amsterdam, The Netherlands, June 16-17 2003

Grohs, R., Srnka, K. J., Eckler, I. (2002): Increasing the Efficiency of Fundraising by Better Understanding the Donor – Results of an Empirical Study on the Impact of Socio-demographics on Individual Charitable Giving, *Proceedings of the 31<sup>st</sup> EMAC Conference*, Braga, Portugal, May 28-31 2002

### *Fallstudien*

Grohs, R. (2009): Kaffeeküche – Coffee-to-go auf Wienerisch, in: Wagner, U., Reisinger, H., Schwand, C. (Eds.) (2009): *Fallstudien aus der Österreichischen Marketingpraxis 5*, Facultas, Wien, 199-206

Grohs, R., Burscha, M. (2009): mission2beach – der sommer deines lebens, in: Wagner, U., Reisinger, H., Schwand, C. (Eds.) (2009): *Fallstudien aus der Österreichischen Marketingpraxis 5*, Facultas, Wien, 182-189

Grohs, R. (2002): Der Schimarkt in Österreich. Fallstudie zum strategischen Marketingmanagement, in: Wagner, U., Reisinger, H., Baldauf, A. (Eds.) (2003): *Fallstudien aus der Österreichischen Marketingpraxis 3*, WUV, Wien, 39-48

Grohs, R., Krampera, K. (2002): Nike – Preisgestaltung im Sportartikelmarkt. Fallstudie zur Preispolitik, in: Wagner, U., Reisinger, H., Baldauf, A. (Eds.) (2003): *Fallstudien aus der Österreichischen Marketingpraxis 3*, WUV, Wien, 227-237

### *Andere Vorträge*

Grohs, R. (2010): (In)correct Sponsor/Ambusher (Non)identification (Paper mit Elisabeth Wolfsteiner), University of Oregon, Eugene, USA, November 5 2010

Grohs, R. (2010): Sports Marketing in Europe, University of Oregon, Eugene, USA, November 8 2010

Grohs, R. (2009): Adverse Sponsorship Effects: Observations and Remedies, Michigan Center of Sport Management, University of Michigan, Ann Arbor, USA, February 24-25 2009

Grohs, R., Auer-Srnka, K. J. (2008): Sponsoring im Sport: Was bringt's? (Ziele der Unternehmen, Effekte für den Sport, Wirkungen auf die Konsumenten), University Meets Public, Wien, Austria, May 27 2008

Grohs, R., Auer-Srnka, K. J. (2004, 2006, 2007): Was ist Sponsoring? (July 13 2004); Was hat Iglo mit Schifahren, McDonalds mit Fußball und Mobilkom Austria mit der KinderUniWien zu tun? (July 18 2006; July 17 2007) an der KinderUni der Universität Wien, Wien, Austria

Grohs, R. (2005): Theory Construction and Empirical Testing, Presentation for PhD students at the Otago University Marketing PhD Colloquium, University of Otago, Dunedin, New Zealand, October 17-18 2005

Grohs, R. (2002): Measuring the Success of Sponsorships and Eventmarketing Activities, Presentation at the *15<sup>th</sup> EMAC Doctoral Colloquium*, University of Minho, Braga, Portugal, May 26-28 2002

## **ÖFFENTLICHKEIT UND MEDIENECHO (AUSWAHL)**

---

- Miriam Koch, Klaus Puchleitner: „Business Marketing: Hartes Match“, Format 31, 2011
- Claudia Peintner: „Sportliche Brust zu vermieten“, Wiener Zeitung, 22. August 2011
- Nagl, Matthias: „Viel mehr als nur ein Skirennen“, Wiener Zeitung, 23./24. Jänner 2010
- Fiala, Michael: „Sponsoren sind über den neuen TV-Vertrag verärgert“, MediaNet, 12. Jänner 2010
- o.A.: „Österreichs Fußball nicht gefährdet“, Börsen-Kurier, 6. August 2009
- Doring, Gudrun: „Sportsponsoren schwächeln“, Salzburger Nachrichten, 18. Juni 2009
- Podiumsdiskussion „Wirtschaftskrise = Sportsponsoring-Krise?“ im Rahmen des Sport & Business Circles der Österreichischen Sporthilfe (u.a. mit Georg Pangl, Bundesligavorstand, Leodegar Pruschak, RZB-Marketing-Direktor, und Hannes Jagerhofer, Eventveranstalter), Hotel Marriott, 8. Juni 2009
- o.A.: „Mit Kohl wird man nicht mehr werben können“, Die Presse, 17. Oktober 2008
- Proissl, Anneliese: „Sponsoring: ‘Dopingfälle sind eine Katastrophe‘“, Format, 32/2008
- Wolkerstorfer, Harald: „Die Herren der Ringe“, BestSeller, Juni 2008
- o.A.: „Euphorie bringt Sponsoren zum Strahlen“, Der Standard, 9. Juni 2008
- Schneeweiß, Herbert: „Fußball-WM schon im Mai“, Regal, 3/2006

## **GUTACHTERTÄTIGKEITEN UND MITGLIEDSCHAFTEN**

---

Gutachter für

- Australasian Marketing Journal
- der markt – Journal für Marketing
- Journal of Business Research
- Journal of the Global Academy of Marketing Science
- Marketing – Journal of Research and Management
- Schmalenbach Business Review
- Social Sciences and Humanities Research Council of Canada
- Spectrum der Sportwissenschaften
- ANZAM 2004, ANZMAC 2005-2008, EMAC 2007

Mitglied der European Marketing Academy (EMAC, seit 2001)

## **LEHRLEISTUNGEN**

---

Master Level:

- Management Research (Universität Innsbruck; 4 SWS: SS 2010, 2011)
- Brand Research (Universität Innsbruck; 3 SWS: WS 2009, 2010, 2011)
- Marketingkommunikation (Universität Wien; 2 SWS: SS 2006, 2007; 1 SWS: SS 2011)
- Modellgestützte Unternehmensführung (FH Eisenstadt; 1 SWS: SS 2011)
- Research and Methodology (FH Krems; 2 SWS: WS 2008)
- Modellgestützte Unternehmensführung (Universität Wien; 2 SWS: WS 2007)
- Empirische Sponsoringforschung (Universität Salzburg; 2 SWS: WS 2007)
- Quantitative Data Analysis (University of Otago; 2 SWS: WS 2005)
- Quantitative Research Methods (University of Otago; 1 SWS: SS 2005)
- Marktforschung (Universität Wien; 2 SWS: SS 2002-2004)
- Segmentierung (Universität Wien; 2 SWS: WS 2002)

Bachelor Level:

- Segmentation, Targeting, Positioning (Universität Wien; 2 SWS: WS 2006-2008)
- Business Project (supervision) (University of Otago; 1 SWS: SS 2005, WS 2005)
- Consumer Behaviour (University of Otago; 2 SWS: SS 2005)
- Sports Marketing (University of Otago; 2 SWS: SS 2005)
- Eventmarketing (Universität Wien; 2 SWS: WS 2000)
- Modellgestützte Unternehmensplanung (FH Eisenstadt; 1 SWS: WS 1998-2003, 2007, 2008)
- Grundlagen des Marketing (Universität Wien; 2-4 SWS: WS 1999-2001, 2003, SS 2000, 2001, 2003, 2004, 2006-2009)

Lehrevaluationen: in allen Institutionen zwischen 1 und 2 auf einer 5-stufigen Skala

Betreuung und Begutachtung von Masterarbeiten (insgesamt rund 25) an der Universität Wien, der Universität Innsbruck, der University of Otago, der MedizinUni Wien und der FH Eisenstadt

Diverse Beratungsprojekte (unter anderem Lauda Air, Liebherr Verkehrstechnik, Life Ball, Beach Volleyball World Tour in Klagenfurt)

## REFERENCES

---

*o.Univ.-Prof. Dr. Udo Wagner*

Marketing Department

Institute for Business Administration at the University of Vienna

Brünner Straße 72, A-1210 Wien, Austria

Tel.: +43 1 4277 38012, Email: [udo.wagner@univie.ac.at](mailto:udo.wagner@univie.ac.at)

*Prof. Rob Lawson*

Department of Marketing

School of Business, University of Otago

PO Box 56, Dunedin, New Zealand

Tel.: +64 3 479 8158, Email: [rob.lawson@otago.ac.nz](mailto:rob.lawson@otago.ac.nz)

*o.Univ.-Prof. Dr. Hans Mühlbacher*

Department of Strategic Management, Marketing and Tourism

School of Management, University of Innsbruck

Universitätsstraße 15, A-6020 Innsbruck, Austria

Tel: +43 512 507-7200, Email: [hans.muehlbacher@uibk.ac.at](mailto:hans.muehlbacher@uibk.ac.at)

*Prof. T. Bettina Cornwell*

Lundquist College of Business

University of Oregon

Lillis 432, Eugene, OR 97403-1208, USA

Tel: +1 541 346-8241, Email: [tbc@uoregon.edu](mailto:tbc@uoregon.edu)