

# Dr. Vita Zimmermann

geb. 17.02.1990 in Neuss, DE

📍 Luise-Rainer-Str. 1f  
40235 Düsseldorf

☎ +49 177 2445008  
✉ vita.zimmermann@gmail.com

## PUBLIKATIONEN

---

### BEITRÄGE IN FACHZEITSCHRIFTEN & KONFERENZPAPIERE

- Zimmermann, V. E. M. (work in progress). A Guilty-Pleasure Deal – How Discount Policy Affects Consumer Response to Corporate Compensation Offers and Jeopardizes Companies' CSR Image.
- Gier, N. R., Kenning, P., & Zimmermann, V. E. M., (2024). Wie KI-Unterstützung die „wirksame menschliche Aufsicht“ beeinflussen kann. Ergebnisse einer explorativen Neuro-IS-Studie, in: *Künstliche Intelligenz und Recht (KIR)*, 5/2024, S. 170 – 173.
- Gier, N. R., Kenning, P., & Zimmermann-Janssen, V. E. M., (2023). AI-assisted Hate Speech Moderation – How Information on AI-based Classification Affects the Human Brain-in-the-loop. *NeuroIS Retreat 2023*, 30. Mai – 01. Juni 2023, Vienna, Austria.
- Zimmermann-Janssen, V. E. M., & Gier, N. R. (2022). Chances and Limits of Community-Based Hate Speech Detection – Results from a Combined Behavioral-NeuroIS Study (2022). *ICIS 2022 Proceedings*. 14.
- Zimmermann-Janssen, V. E. M. (2022). When Descriptive Social Norm Interventions Malfunction: First Evidence on Reversed Effects in Anonymous Donation Calls: An Abstract. In J. Allen, B. Jochims, & S. Wu (Hrsg.), *Celebrating the Past and Future of Marketing and Discovery with Social Impact - 2021 AMS Virtual Annual Conference and World Marketing Congress, Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science* (S. 449 – 450). Springer.
- Zimmermann-Janssen, V. E. M., Welfens, M. J., & Liedtke, C. (2021). Transformation zur Nachhaltigkeit – Warum wir eine Literacy für nachhaltigen Konsum brauchen, *Zukunftsimpuls*, 16. Wuppertal Institut.
- Kenning, P., & Zimmermann-Janssen, V. E. M. (2021): Verbraucherschutz und Digitalisierung: Ausgewählte Problemfelder und aktuelle Themen in der digitalen Welt, in: *Zeitschrift für Wettbewerbsrecht – ZWeR*, 19(1), S. 62 – 77.
- Zimmermann-Janssen, V. E. M., Hütte, C. S., & Kluger, J. (2020). Can Handwritten-appearing Typefaces Boost the Effectiveness of Social Norms? – An Experimental Investigation on Sustainable Consumer Behavior, in: *NA - Advances for Consumer Research*, Vol. 48.
- Zimmermann-Janssen, V. E. M. (2020). The More, the Worse – When the Communication of High Majority Sizes Decreases the Impact of Descriptive Normative Information on Consumers' Willingness to Donate. in: *NA - Advances for Consumer Research*, Vol. 48.
- Zimmermann, V. E. M., Zahner, M., Fuhrberg, L., & Kenning, P. (2019): Giving Up Privacy for a Healthier Way of Living - Understanding Consumers' Attitude toward Behavior-based Health Insurance Products, in: *NA - Advances for Consumer Research*, Vol. 47.
- Zimmermann, V., & Schleusener, M. (2017). The responsible, sharing consumer - A closer look at the motivation of potential private durable goods' suppliers in the sharing economy. In: C. Bala & W. Schuldzinski (Hrsg.), *The 21st Century Consumer – Vulnerable, Responsible, Transparent?, Proceedings of the International Conference on Consumer Research (ICCR) 2016*, Düsseldorf: Consumer Association of North-Rhine-Westphalia. S. 269 –291.

Zimmermann, V., & Schleusener, M. (2017). The Consumer as Provider in the Sharing Economy – A Closer Look at his Motivations. *Third International Workshop on the Sharing Economy*, 15.-16. September, University of Southampton, Winchester, UK.

## BÜCHER UND BUCHBEITRÄGE

Zimmermann, V. E. M., Maurer, H., & Kenning, P. (work in progress, 2025). Konsumwerte als Hebel der Nachhaltigkeitstransformation – Eine strukturierende Betrachtung auf Basis der Theory of Consumption Values, in: C. Liedtke, T. Wilkening, & E. Hackspiel (Hrsg.): *SDG 12: Nachhaltige Produktion und nachhaltiger Konsum* (S. XX – XX), (Band 12 in Buchreihe „Globale Ziele für nachhaltige Entwicklung“). Springer Nature.

Maurer, H., Zimmermann, V. E. M., & Kenning, P. (in press, 2025). The Value of Repair and Sustainable Development Goals: Identifying Empirically Based Consumer Repair Profiles in Germany, in: L. A. Reisch, & C. Sunstein (Hrsg.): *Elgar Companion to Consumer Behaviour and the UN Sustainable Development Goals* (S. XX – XX). Edward Elgar Publishing.

Köhler, B., Blinda, L., Gruber, T. X., & Zimmermann, V. E. M. & (in press, 2025). Aus Nachhaltigkeitsstrategie wird nachhaltige Unternehmensstrategie – Geschäftsmodelltransformation durch Klimaschutz bei OTTO, in: H. Meffert, P. Kenning, & M. Kirchgeorg (Hrsg.): *Sustainable Marketing Management: Grundlagen und Cases* (2. Auflage) (S. XX – XX). Springer Gabler.

Zimmermann-Janssen, V. E. M. (2024). *Sustainable Marketing for the Greater Good(s): Ausgewählte Beiträge zu Grenzen und Rahmenbedingungen von Marketing-Interventionen zur Förderung transformationsunterstützenden Konsument:innenverhaltens*. [Dissertation]. Abrufbar unter <http://d-nb.info/1313555126/34>

Bermes, A., & Zimmermann-Janssen, V. E. M. (2023): Lust und Frust des Social-Media-Konsums: Über Verbraucherresilienz und deren Bedeutung für das „Social Dilemma“, in: C. Bala, & W. Schuldzinski (Hrsg.): *Jahrbuch Konsum & Verbraucherwissenschaften. 2. Jahrgang 2022: Konsumlust und Konsumfrust. Psychologische, soziologische und ethische Aspekte des Konsums* (S. 93 – 116). Düsseldorf: Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e. V.

Zimmermann, V. (2017). *Der Konsument in der digital-kollaborativen Wirtschaft – Eine empirische Untersuchung des Anbieterverhaltens auf C2C-Plattformen*. Springer Gabler.

## THESENPAPIERE & BERICHTE

SVRV (2024). Effektive Verbraucherkommunikation. *Veröffentlichungen des Sachverständigenrats für Verbraucherfragen*. Berlin: Sachverständigenrat für Verbraucherfragen. Abrufbar unter [https://www.svr-verbraucherfragen.de/?post\\_type=post&p=1691](https://www.svr-verbraucherfragen.de/?post_type=post&p=1691) [Co-Autorin]

Blickwedel, F., Danier, U., Maschke, J., Röding, T., & Zimmermann-Janssen, V. E. M. (2023): *Retourensenkung im Online-Handel – Lösungsansätze zur Gestaltung nachhaltigeren Verbraucherverhaltens [RESOLVE]*. Abrufbar unter [https://verbraucherwissenschaften.de/wp-content/uploads/2023/08/RESOLVE\\_Abschlussbericht.pdf](https://verbraucherwissenschaften.de/wp-content/uploads/2023/08/RESOLVE_Abschlussbericht.pdf)

Busse, F. (2023). *Potenziale von erklärbarer KI zur Aufklärung von Verbraucher\*innen*. Thesenpapier der ZVKI-Facharbeitsgruppe Verbraucher\*innen-Information. Abrufbar unter <https://www.zvki.de/zvki-exklusiv/fachinformationen/thesenpapier-fach-ag-1> [Mitglied der Facharbeitsgruppe]

SVRV (2021). Gutachten zur Lage der Verbraucherinnen und Verbraucher 2021. *Gutachten des Sachverständigenrats für Verbraucherfragen*. Berlin: Sachverständigenrat für Verbraucherfragen. Abrufbar unter [https://www.svr-verbraucherfragen.de/?post\\_type=post&p=1291](https://www.svr-verbraucherfragen.de/?post_type=post&p=1291) [Co-Autorin des Kapitels „Nachhaltiger Konsum“]

Gier, N. R., Mukhamedzyanova, R., & Zimmermann-Janssen, V. E. M. (2021). *Nachhaltigkeitsbewusstsein 2021 – Eine Bestandsaufnahme des Nachhaltigkeitsbewusstseins der Menschen in Deutschland* (im Auftrag der Wissenschaftsplattform Nachhaltigkeit 2030). Abrufbar unter <https://www.wpn2030.de/studie-nachhaltigkeitsbewusstsein/>