

Dr. Sören Köcher

Akademische Positionen

seit 04/2024	Technische Universität Dortmund Vertretungsprofessor für Marketing
10/2023 – 03/2024	Technische Universität Dortmund Akademischer Rat (auf Zeit) am Lehrstuhl für Marketing (Prof. Dr. Hartmut H. Holzmüller)
10/2021 – 09/2023	Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg Vertretungsprofessor für Marketing
07/2015 – 09/2021	Technische Universität Dortmund Akademischer Rat (auf Zeit) am Lehrstuhl für Marketing (Prof. Dr. Hartmut H. Holzmüller)
02/2019	Texas State University, San Marcos, TX Visiting Researcher am Department of Marketing (Auf Einladung von Prof. Dr. Raymond P. Fisk und Prof. Dr. Linda Alkire)
04/2016 – 05/2016	Florida Atlantic University, Boca Raton, FL Visiting Researcher am Department of Marketing (auf Einladung von Prof. Dr. Gopalkrishnan R. Iyer)
04/2015 – 09/2015	Rheinisch-Westfälische Technische Hochschule Aachen Externer Lehrbeauftragter am Lehrstuhl für Dienstleistungs- und Technologiemarketing (Prof. Dr. Stefanie Paluch)
04/2010 – 06/2015	Technische Universität Dortmund Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Marketing (Prof. Dr. Hartmut H. Holzmüller)

Akademische Ausbildung

04/2010 – 12/2014	Technische Universität Dortmund Promotionsstudium im Bereich Marketing an der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät ▪ Abschluss: Dr. rer. pol. (summa cum laude)
10/2003 – 02/2009	Johannes Gutenberg Universität Mainz Studium der Betriebswirtschaftslehre ▪ Wahlfächer: Marketingtheorie, Finanzwirtschaft, Publizistik ▪ Abschluss: Dipl.-Kfm.
03/2002	Rabanus-Maurus-Gymnasium Mainz ▪ Hauptfächer: Englisch, Mathematik, Physik ▪ Abschluss: Abitur

Berufserfahrung

- 05/2009 – 03/2010 **2hm & Associates GmbH, Mainz**
(Unternehmensberatung)
- 12/2006 – 10/2008 **Fink & Fuchs PR AG, Wiesbaden**
(Public Relations Agentur)
- 10/2005 – 12/2006 **Forsa Portfoliomangement GmbH, Wiesbaden**
(Wertpapierhandelsunternehmen)
- 10/2003 – 09/2005 **UGW AG, Wiesbaden**
(Marketingberatung)

Auszeichnungen

- 07/2022 **Lehrpreis der Fakultät für Wirtschaftswissenschaft der Otto-von-Guericke Universität Magdeburg** (Kategorie: Bachelorveranstaltungen)
- 08/2017 **AMA Best Paper Award in Track Sustainability and Corporate Social Responsibility** (Vergabe durch die American Marketing Association)
- 11/2015 **Nachwuchsförderpreis Verbraucherforschung**
(Kategorie: beste Dissertation, Vergabe durch die Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e.V.)
- 10/2015 **Aufnahme in die Global Young Faculty der Stiftung Mercator**
- 05/2015 **AMS Mary Kay Doctoral Dissertation Award, Runner-up**
(Vergabe durch Mary Kay, Inc. und die Academy of Marketing Science)
- 05/2015 Nominierung für den **EMAC Best Paper Award Based on a Doctoral Work** (Vergabe durch die European Marketing Academy)
- 11/2009 **Nominierung für den Vodafone Award 2010** (Kategorie: Markt- und Kundenorientierung) durch Prof. Dr. Frank Huber und Prof. Dr. Andreas Herrmann
- 07/2009 **Auszeichnung für herausragende Studienleistungen** an der Johannes Gutenberg Universität Mainz (Prof. Dr. Frank Huber, Prof. Dr. Franz Rothlauf, and Prof. Dr. Louis Velthuis)

Begutachtungstätigkeiten

Fachzeitschriften

- Business Ethics, the Environment and Responsibility
- European Journal of Marketing
- Journal of Business Research
- Journal of Consumer Behaviour
- Journal of Retailing
- Journal of Service Management (Mitglied im Editorial Advisory Board und Area Editor)
- Journal of Service Research
- Journal of Services Marketing
- Psychology & Marketing (Mitglied im Editorial Review Board)
- Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung

Internationale Konferenzen

- Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference
- Academy of Marketing Science (AMS) World Marketing Congress (WMC)
- American Collegiate Retailing Association (ACRA) Annual Conference
- Association for Consumer Research (ACR) North American Conference
- American Marketing Association (AMA) Summer Educators' Conference
- American Marketing Association (AMA) Winter Educators' Conference
- European Marketing Academy (EMAC) Annual Conference

Forschungsinteressen

- Konsumentenverhalten in digitalen Umgebungen
- Entscheidungsverhalten und Entscheidungsanomalien
- Nachhaltiges Konsumverhalten
- Replikationsstudien

Lehrveranstaltungen (Auswahl)

- Marketing (Grundlagenveranstaltung)
- Marketingplanung
- Marketingforschung
- Marketing Methods & Analysis
- Consumer Research
- Experimental Research Designs and Methods of Analysis

April 2024