



— Distinguished Guest Speakers Series

- Heinz Pfeiffer, Bereichsleiter Corporate Development der Management Holding, Metro AG, „Metro goes international“, Februar 2003.
- Dr. Joachim Schüttner, Rechtsanwalt, „The Dark Side of Business – Insolvenzmanagement und Insolvenzmarketing“, Dezember 2002.
- Ulrich Andreas Vogt, Intendant und Gesellschafter, Konzerthaus Dortmund, „Marketingkonzept des Konzerthauses Dortmund – Philharmonie für Westfalen“, November 2002.
- Peter J. Bachmann, Gesellschafter, Institut für Markenführung, „Markenführung – Konkurrenzvorteile durch Konstanz und Disziplin“, November 2002.
- Jürgen Plüss, Leiter Geschäftsbereich Küchengeräte International, Miele & Cie., Gütersloh, „Stellenwert der Marke für den Unternehmenserfolg“, Juni 2002.
- Thomas Meinke, Patent und Rechtsanwälte Meinke, Dabringhaus und Partner, „Basics des Marken- und Musterschutzes für Marketer“, Juni 2002.
- Mark Wächter, Marketing Manager, WorldCom, „Kann B2B Marketing wirklich sexy sein? Joint Marketing am Beispiel der WorldCom“, Mai 2002.

— Durchgeführte Projektlehrveranstaltungen

- CRM - Customer Relationship Management (SS 2002, Partner: Zurbrüggen Wohn-Zentrum GmbH, miAamics GmbH).
- Marketing for Places (WS 2002/03, Partner: City-Ring Dortmund e.V.).

— Transferaktivitäten (Auszug)

- Holzmüller, H.H.: „Entwicklungstendenzen elektronischer B2B Marktplätze – Ergebnisse einer Delphi-Studie“, 4. Paderborner Frühjahrstagung, Fraunhofer ALB, Uni Paderborn, April 2002.
- Holzmüller, H.H.: „Marketing Basics für Unternehmensgründer“, startzgrow, Dortmund, Mai 2002.
- Holzmüller, H.H., Schlüchter, J.: „Trends elektronischer B2B Marktplätze – Ergebnisse einer Delphi-Studie“, Wirtschaftsforum 10, IuK-Kompetenz im Dialog, Essen, Juni 2002.
- Holzmüller, H.H., Pferdekämper, T.: „Functional Food und das Verbot krankheitsbezogener Werbung“, Workshop, Uni Dortmund, September 2002.

- Holzmüller, H.H.: „Marktausschöpfung durch innovatives Marketing“, startzgrow, Dortmund, Dezember 2002.
- Holzmüller, H.H., Pferdekämper, T.: „Wie erfasst man Treue, Vertrauen und Zufriedenheit von Kunden“, 5. Dortmunder Forschungstage, Februar 2003.
- Faltz, L., Baumann, W.: „Marketing für Produkte aus zweiter Hand – Schüler als Möbel-designer“, 5. Dortmunder Forschungstage, Februar 2003.
- Lammerts, A., Lentz, P., Pferdekämper, T., Holzmüller, H.H.: „Marktklima als Determinante von Anbieter-Kunden-Beziehungen im Dienstleistungsmarketing“, INWIDA, Februar 2003.

— Externe Lehrtätigkeit (Holzmüller, H.H.)

- Lehrbeauftragter für „Marketing und Absatzforschung“ am Institut für Ernährungswissenschaften, Fakultät für Naturwissenschaften und Mathematik, Universität Wien, SS 2002.
- Gastdozent für „Internationales Marketing“ im Rahmen des MBA-Programms „Management and Marketing for Central and Eastern Europe“ an der Europa Universität Viadrina, Frankfurt/Oder.
- Gastprofessur an der Universität Nancy 2, IAE – Institut d'Administration des Enterprises.

— Weiterbildungsaktivitäten

- Transnet, Transnationalism: New Configurations of the Social and the Space, Ruhr-Universität Bochum, September 2002 (Holzmüller, H.H.).
- EDEN – Doctoral Seminar on Research Methods in Marketing, EIASM, Brüssel, November 2002 (Pferdekämper, T.).
- 1st International Doctoral Seminar in Management, Research in Marketing, University of Nancy, Frankreich, Juli 2002 (Lehrstuhlteam).

— Gutachtertätigkeit

- Deutsche Forschungsgemeinschaft, Bonn.
- Alexander v. Humboldt Stiftung, Bonn.
- VolkswagenStiftung, Hannover.

Tätigkeitsbericht  
3/2002 – 2/2003

Der Lehrstuhlbetrieb im Berichtszeitraum war vor allem durch personellen Wandel gekennzeichnet. Sehr verdienstvolle MitarbeiterInnen des Lehrstuhls sind ausgeschieden und zugleich neue zum Team hinzugestoßen. Hervorzuheben ist auch, dass wir zwei überaus interessante ausländische Wissenschaftler für längere Zeit am Lehrstuhl als Gäste betreuen konnten. Die Forschungsorientierung und die Intensität der Kooperation mit der Praxis wurden ausgeweitet. Ein besonderes Anliegen war die sehr engagierte Unterstützung des neu gegründeten Alumni-Clubs der WiSo-Fakultät durch das Lehrstuhlteam. Mit diesem Club soll Absolventen die Gelegenheit gegeben werden, alte Kontakte zu pflegen, neue zu knüpfen und die Verbindung zur Universität aufrecht zu erhalten ([www.alumni-unido.de](http://www.alumni-unido.de)).

Das vorliegende Falblatt soll unsere derzeitigen und potenziellen Partner über die Aktivitäten des Lehrstuhls im Berichtszeitraum informieren. Wir hoffen, dass dadurch über das bisherige Ausmaß hinaus die künftige Zusammenarbeit mit Partnern aus der Wirtschaft wie aus den Hochschulen stimuliert wird. Nach innen soll die Dokumentation unserer Arbeit zur Standortbestimmung und als Ausgangspunkt für die Entwicklung künftiger Aktivitäten des Marketingteams an der Universität Dortmund dienen.

Univ.-Prof. Dr. Hartmut H. Holzmüller



## — Publikationen

- Nijssen, E.; Singh, J.; Sirdeshmukh, D.; Holzmüller, H.H.: **Towards a Dispositional Approach for Investigating Industry Context Effects in Consumer-Firm Relationships**, in: Journal of the Academy of Marketing Science, Vol. 31, No. 1, Winter 2003, S. 46 - 60.
- Yom, M.; Holzmüller, H.H.: **Die Evaluation der Benutzerfreundlichkeit von Websites mittels Online-Fokusgruppen – Erste Ergebnisse eines Methodenvergleichs**, in: Planung & Analyse, 29.Jg., Nr.5, 2002, S.66 - 71.
- Holzmüller, H.H., Schlüchter, J.: **Delphi study about the future of B2B marketplaces in Germany**, in: Electronic Commerce Research and Applications, Vol. 1, 2002, S. 2 - 19.
- Holzmüller, H.H.; Berg, N.: **Handhabung der kulturellen Heterogenität zur Erzielung von Wettbewerbsvorteilen in internationalen Unternehmen**, in: Macharzina, Klaus, Oesterele, Michael-Jörg (Hrsg.): Handbuch Internationales Management, 2. Auflage, Verlag Gabler, Wiesbaden 2002, S. 881 - 907.
- Holzmüller, H.H.; Stöttinger, B.; Wittkop, T.: **Information and Communication Technologies in International Business Education: Technical Opportunities and Interpersonal Threats**, in: Grünzweig, Walter, Rinehart Nina (Hrsg.), Rockin' in Red Square. Critical Approaches to International Education in the Age of Cyberculture, LIT-Verlag, Münster 2002, S. 127 -146.
- Holzmüller, H.H.; Stolper, M.: **Universitäre Fundraising-Strategien: Anbiederung oder Professionalisierung öffentlicher Hochschulen**, in: Grünzweig, Walter; Kleiner, Matthias; Weber, Werner (Hrsg.): Bürokratie und Subversion. Die Universität in der permanenten Reform auf dem Weg zu sich selbst, LIT Verlag, Münster 2002, S. 69 - 79.

## — Konferenzteilnahme / Beiträge

- Holzmüller, H.H.: **The Impact of New Information and Communication Technology Tools on International Marketing Managers: A Conceptual Analysis of Options and Caveats**, American Marketing Association (AMA), Winter Educators' Conference, Orlando, FL, Februar 2003.
- Holzmüller, H.H., Singh, J., Nijssen, E.: **Multicentric Cross-National Research: A Typology and Illustration**, Academy of Marketing Science, Multicultural Marketing Conference, Valencia, Spanien, Juni 2002.
- Salzberger, T., Holzmüller, H.H., Souchon A.L., Diamantopoulos, A., Durden, G.R., Axinn, C.N.: **An investigation of construct validity and cross-national comparability – a five-country study of export information usage in the UK, Austria, Germany, the United States, and New Zealand**, 31th European Marketing Academy (EMAC) Conference, Braga, Portugal, Mai 2002.

- Singh, J., Nijssen, E., Holzmüller H.H.: **Market climate: Conceptualization, construct development, and consequences**, 31th European Marketing Academy (EMAC) Conference, Braga, Portugal, Mai 2002.
- Lammerts, A.: **Pro-Student: An Internet Based Marketing Portal for Students**, European Consortium of Innovative Universities (ECIU), WSL Spring Conference, Göteborg, Schweden, April 2002.

## — Arbeitspapiere

- Holzmüller, H.H., Singh, J., Nijssen, E.J.: **Multicentric Cross-National Research: A Typology and Illustration**, September 2002.
- Nijssen, E.J., Singh, J., Sirdeshmukh, D., Holzmüller, H.H.: **Towards A Dispositional Approach for Investigating Industry Effects in Consumer-Firm Relationships**, September 2002.

## — Gastaufenthalte

- DAAD-Gastdozent Prof. Dr. Johannes Brinkmann, **Norwegian School of Management**, Oslo.
- Gambrinus Fellowship, Prof. Dr. Jagdip Singh, **Case Western Reserve University**, Cleveland, Ohio, US.

## — Laufende Forschungsprojekte (Auszug)

- **Der Einsatz von Konzepten der probabilistischen Testtheorie zur Messung theoretischer Konstrukte in der Marketingforschung** (Holzmüller, H.H., Kooperationsprojekt mit Salzberger, T., WU Wien).
- **Interkulturelle Exploration und Messung der Dispositionen von Konsumenten gegenüber Marktprozessen – Ein meso-konzeptioneller Ansatz in der Konsumentenforschung (DFG-Projekt HO 2224/1-1)** (Holzmüller, H.H., Kooperationsprojekt mit Singh, J., Case Western Reserve University, US, Nijssen, E., Katholieke Universiteit Nijmegen, NL).

## — Review Tätigkeit

- **Journal of International Marketing**, Editorial Board
- **Journal of Euromarketing**, Editorial Board
- **International Quarterly Journal of Marketing**, Editorial Board
- **Journal of Business in Developing Nations**, Editorial Board
- **Management International Review**
- **Marketing - Zeitschrift für Forschung und Praxis**

- **Academy of International Business**, Annual Conference 2003
- **American Marketing Association**, Educators' Winter Conference 2003
- **American Marketing Association**, Educators' Summer Conference 2002
- **Academy of Marketing Science**, Multicultural Marketing Conference 2002
- **European Marketing Academy**, Annual Conference 2002

## — Research Workshop Series

- Prof. Dr. Hendrik Schröder, Lehrstuhl für Marketing und Handel, Universität Essen, **„Die Planung, Steuerung und Kontrolle von Warengruppen im Category-Management. Welchen Beitrag kann die Forschung leisten?“**, Februar 2003.
- Prof. Jagdip Singh, PhD, Case Western Reserve University, Cleveland/Ohio, US, **„Ten Ideas for Linking Theory and Methodology for the Applied Social Sciences“**, Januar 2003.
- Prof. Dr. Joachim Kunert, Fachbereich Statistik, Universität Dortmund, **„Statistical Methods to Examine Differences in the Rating of Soft-Drinks Among Different Groups of Consumers“**, Juni 2002.
- Prof. Dr. Ronald Hitzler, Institut für Soziologie an der Universität Dortmund, **„Die Dortmunder Schule der Ethnographie und ihre mögliche Bedeutung für die betriebswirtschaftliche Forschung“**, Mai 2002.

## — Studentische Forschung

Kooperationspartner bei Diplomarbeiten und Dissertationen sind unter anderem:

- City-Ring Dortmund e.V.
- Commerzbank AG
- Daimler Chrysler AG
- Debeka Versichern und Bausparen
- Materna GmbH Information & Communications
- RWE AG
- Stadtsparkasse Dortmund
- Volksbank Dortmund
- Westdeutsche Lotterie GmbH & Co. OHG
- Zurbrüggen Wohn-Zentrum GmbH