



— Distinguished Guest Speakers Series

- Dr. Hans-Joachim Egly, Schwarz Pharma Deutschland GmbH: „Co-Marketing – eine erfolgreiche Strategie im Pharmabereich“, Januar 2004.
- Gerald Schomburg, RWE AG: „Von der regionalen Marke zum Global Brand – Markenführung bei der RWE AG“, Januar 2004.
- Dr. Jesko Perrey und Tjark C. Freundt, McKinsey & Company, Inc. Düsseldorf und Berlin: „Systematische Bewertung und Steuerung von Marken. Das McKinsey MarkenMatik Konzept“, November 2003.
- Johan Jervøe, Vice President Marketing, McDonald's Deutschland GmbH: „Entwicklung einer aktuellen Werbekampagne – Das Beispiel 'De Luxe-Line' von McDonald's“, Juli 2003.
- Udo Dolezych, Geschäftsführender Inhaber der Dolezych GmbH & Co. KG: „Internationalisierungsstrategie eines spezialisierten mittelständischen Unternehmens“, Juli 2003.
- Exkursion:
Dr. Oetker Nahrungsmittel KG: Betriebsbesichtigung und Vorträge zu den Themen „Die Marke Dr. Oetker“, „Category Management bei Dr. Oetker“ und „Das internationale Trainee-Programm“, Juli 2003.

— Durchgeführte Projektlehrveranstaltungen

- „Marktanalyse, Beurteilung der Marktentwicklung und Identifikation von Geschäftsfeldern im B2B-Marketing – Der Fall 'bioaktiver Substanzen' im Nahrungsmittelmarkt und Gesundheitsmarkt“ (SS 2003, Partner: D&H Consult).
- „Die Analyse von Kundenbeziehungsqualität in spezifischen Marktsegmenten“ (WS 2003/04, Partner: Dortmunder Volksbank).

— Transferaktivitäten (Auszug)

- Holzmüller, H. H.: „Optionen und Facetten der Internationalisierung von Universitäten“, Symposium Unbegrenzt Lernen – Lernen über Grenzen?, Universität Dortmund, Dezember 2003.
- Holzmüller, H. H., Lentz, P.: „Market Climate – Cross-cultural Conceptualization, Scale development, and Marketing Relevance“, University of Maastricht, Oktober 2003.
- Holzmüller, H. H.: „Marketing im Großhandel – Geht das überhaupt?“, Sitzung des IHK-Großhandelsausschusses, Dortmund, Oktober 2003.

- Stolper, M.: „Die Akquise von Drittmitteln durch Fundraising. Grundlagen, Strategien und Methoden“, Zentrum für Weiterbildung, Uni Dortmund, Oktober 2003.
- Holzmüller, H. H.: „Quo Vadis – Dienstleistungsmarketing?“, Bundestagung der Dienstleistungsreferenten der IHK, Dortmund, Juli 2003.
- Holzmüller, H. H.: „Marketing Basics für Unternehmensgründer“, IT-Gründungswettbewerb 2003, dortmund-project, Juli 2003.
- Holzmüller, H. H.: „Multi-Channel-Strategien: Ein Modell für betriebswirtschaftlichen Erfolg auf unterschiedlichen Kanälen“, Electronic Commerce-Kompetenzzentrum Ruhr, Dortmund, Juni 2003.
- Holzmüller, H. H.: „Kundenorientierung und Marktausrichtung in Zeiten des Internet“, Log-IT Club, Fraunhofer-Institut für Materialfluss und Logistik, Dortmund, März 2003.

— Externe Lehrtätigkeit

- Holzmüller, H. H.: Lehrbeauftragter für „Marketing und Absatzforschung“ am Institut für Ernährungswissenschaften, Fakultät für Naturwissenschaften und Mathematik, Universität Wien, SS 2003.
- Holzmüller, H. H.: Gastdozent für „Internationales Marketing“ im Rahmen des MBA-Programms „Management and Marketing for Central and Eastern Europe“ an der Europa Universität Viadrina, Frankfurt/Oder.
- Lammerts, A.: Lehrbeauftragter für „Marketingmanagement“ an der Fachhochschule des Mittelstands, Bielefeld.

— Weiterbildungsaktivitäten

- **Visiting Scholar: Weatherhead School of Management**, Case Western Reserve University, Cleveland, OH, USA, August – Dezember 2003 (Lentz, P.)
- **Workshop: The Art & Craft of Discussion Leadership**, Harvard Business School, Boston, Juni 2003 (Stolper, M.).

— Gutachtertätigkeit

- **Deutsche Forschungsgemeinschaft**, Bonn.
- **Alexander v. Humboldt Stiftung**, Bonn.

Lehrstuhl für Marketing



Tätigkeitsbericht 3/2003 – 2/2004

Der Lehrstuhlbetrieb im Berichtszeitraum war vor allem von einer verstärkten Bemühung um die Akquisition von Drittmittelforschungsprojekten gekennzeichnet. Eine schon länger in Aussicht gestellte Förderung eines transdisziplinären Forschungsprojekts, in das der Lehrstuhl eingebunden ist, wurde weiter konkretisiert und eine entsprechende Förderung durch das BMBF für Mitte 2004 in Aussicht gestellt. Im Januar 2004 wurde zudem ein Forschungsprojekt von der Deutschen Forschungsgemeinschaft im Bereich der Kundenbeziehungsqualität gewährt. Auch in diesem Jahr ist es uns gelungen, interessante ausländische Wissenschaftler für längere Zeit an den Lehrstuhl als Gäste einzuladen. Die Kooperation mit der Praxis wurde weiter ausgeweitet. Gegen Ende 2003 wurde das Centrum für Unternehmensentwicklung an der Universität Dortmund e.V. (CEFU) gemeinsam mit dem Lehrstuhl für Unternehmensführung gegründet. Damit ist eine Plattform für eine intensive Auseinandersetzung mit Unternehmen aus der Region geschaffen worden. Eine rege Kooperation mit der neu eingerichteten Juniorprofessur Dienstleistungsmanagement, die im Mai 2003 besetzt wurde, hat ebenfalls zur weiteren Professionalisierung in der Forschung und in der Zusammenarbeit mit der Praxis geführt.

Das vorliegende Faltblatt soll unsere 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

- Souchon, A. L., Diamantopoulos, A., Holzmüller, H. H., Axinn, C. N., Sinkula, J., Simmet, H., Durden, G. R.: **Export Information Use: A Five-Country Investigation of Key Determinants**, in: Journal of International Marketing, Vol. 11, No. 3, 2003, S. 106–127.
- Diamantopoulos, A., Souchon, A. L., Durden, G. R., Axinn, C. N., Holzmüller, H. H.: **Towards an understanding of cross-national similarities and differences in export information utilization: A perceptual mapping approach**, in: International Marketing Review, Vol. 20, 2003, S. 17–43.
- Holzmüller, H. H., Schlüchter, J.: **Prognose der Relevanz, Erfolgsfaktoren und Konsequenzen von elektronischen B2B Marktplätzen**, in: Marketing – Zeitschrift für Forschung und Praxis, 25. Jg., Nr. 1, 2003, S. 35–50.
- Holzmüller, H. H., Stöttinger, B., Wilke, C.: **Internetbasierte Internationalisierungsstrategien – Optionen, Rahmenbedingungen und neue Einsichten**, in: Holtbrügge, D. (Hrsg.): Management Multinationaler Unternehmungen, Physika-Verlag, Heidelberg 2003, S. 67–84.
- Schuh, A., Holzmüller, H. H.: **Marketing Strategies of Western Consumer Goods Firms for Central and Eastern Europe**, in: Stütting, H.-J., Dorow, W., Blazejewski, S., Claassen, F. (Hrsg.): Change Management in Transition Economies. Integrating Corporate Strategy, Structure and Culture, Palgrave Macmillan Publishers, Houndsmill 2003, S. 176–188.
- Kasper, H., Holzmüller, H. H., Wilke, C.: **Unternehmenskulturelle Voraussetzungen der Kooperation**, in: Zentes, J., Swoboda, B., Morschett, D. (Hrsg.): Kooperationen, Allianzen und Netzwerke – Grundlagen, Ansätze, Perspektiven, Verlag Gabler, Wiesbaden 2003, S. 849–871.

— Konferenzteilnahme / Beiträge

- Holzmüller, H. H.: **Der globalen Kultur auf der Spur. Stagnation und neue Ansätze in der interkulturellen Management- und Marketingforschung**, Kommission „Internationales Management“ im Verband der Hochschullehrer für Betriebswirtschaftslehre, Limburgerhof, Februar 2004.
- Singh, J., Nijssen, E. J., Holzmüller, H. H.: **Of Dinosaurs, Elephants & Ugly Ducklings: Fundamental Issues & New Directions for Conducting Cross-Cultural Research in the Global Marketplace**, Marketing Science Institute Conference on Global Marketing, Noordwijk, Niederlande, Juni 2003.

- Singh, J., Holzmüller, H. H., Nijssen, E. J.: **Bringing the Camel into the Tent: A Case for Multicentric Cross-Cultural Research**, 32nd European Marketing Academy (EMAC) Conference, Glasgow, Schottland, Mai 2003.
- Pferdekämper, T.: **Determinants of the Acceptance of Functional Food Using an Example of a New Probiotic Rusk – An Empirical Analysis**, MAPP Conference on Consumer Perceptions of Healthiness of Food and Consumer Acceptance of New Functional Foods, Middelfart, Denmark, April 2003.

— Arbeitspapiere

- v. Wangenheim, F.: **Opportunism in Interpersonal Exchange: When Dissatisfaction is Followed by Positive Word-of-Mouth**, November 2003.
- Faltz, L.: **Marketing für gebrauchte Möbel: Das Beispiel des regionalen Pilotprojekts „ecomoebel“**, August 2003.

— Gastaufenthalte

- Prof. Dr. Johannes Brinkmann, **Norwegian School of Management**, Oslo, DAAD-Gastdozent 2003/2004.
- Prof. John W. Sell, Ph.D., James A. Wilson, Professor of Business Economics, **The College of Wooster**, Wooster/Ohio, Visiting Scholar 08/2003–07/2004.

— Laufende Forschungsprojekte (Auszug)

- **Die Bedeutung von kollektivem und relationalem Vertrauen in der Kundenbindung im Dienstleistungsmanagement** (DFG-Projekt HO 2224/4-1) (Holzmüller, H. H., Wilke, C.).
- **Fundamental issues and new directions for cross-cultural research in international marketing** (Holzmüller, H. H., Kooperationsprojekt mit Singh, J., Case Western Research University, USA, Nijssen, E., Katholieke Universiteit Nijmegen, NL).
- **Effects of trust on the quality of customer relationships in three nations** (Lenz, P., Holzmüller, H. H., in Kooperation mit Singh, J. und Nijssen, E.).

— Auszeichnungen

- Lammerts, A., Rosenkranz, K., Stolper, M., Wilke, C.: **Finalisten im internationalen Business Plan Wettbewerb: „How to Manage the World Heritage Zollverein?“**, Essen, Juni 2003.
- Yom, M., Wilhelm, T., Holzmüller, H. H.: **Online-Fokusgruppen als innovative Methode zur nutzerbasierten Beurteilung der Web-Usability**, Sonderpreis für einen herausragenden Beitrag zur „Mensch und Computer“, Stuttgart 2003.

— Review Tätigkeit

- **Journal of International Marketing**, Editorial Board
- **Journal of Euromarketing**, Editorial Board
- **Management International Review**
- **Marketing – Zeitschrift für Forschung und Praxis**
- **Academy of International Business**, Annual Conference 2004
- **American Marketing Association**, Educators' Summer Conference 2004
- **European Marketing Academy**, Annual Conference 2004
- Pflingsttagung der **Hochschullehrer für Betriebswirtschaft** 2004

— Research Workshop Series

- Prof. Dr. Franz Liebl, Universität Witten/Herdecke: **„Story Listening als Instrument des strategischen Marketing – Methode und Fallbeispiel“**, Januar 2004.
- Kristine de Vlack, Erasmus University Rotterdam: **„Virtual Community Influence on the Consumer Decision Process“**, Dezember 2003.
- Dr. Arnold Schuh, Wirtschaftsuniversität Wien: **„Zum Einsatz von Längsschnittdaten und Fallstudien in der internationalen Marketingforschung“**, Mai 2003.
- Prof. Dr. Hans Georg Gemünden, TU Berlin: **„Personale Einflussfaktoren von Unternehmensgründungen“**, April 2003.
- Clara Agustin Canibano, University of Nijmegen: **„Consumer Loyalty Mechanisms in Relational Exchanges: Curvilinear Effects of Multiple Determinants“**, April 2003.

— Studentische Forschung

Kooperationspartner bei Diplomarbeiten und Dissertationen sind unter anderem:

- Augentoptikerverband Westfalen
- City-Ring Dortmund e.V.
- D&H Consult
- Deutsche Post AG
- Deutsche Bergbautechnologie GmbH
- Die Continentale
- Dortmunder Volksbank
- Ford AG
- L'Oréal Deutschland GmbH
- RWE AG
- Sparkasse Dortmund
- ThyssenKrupp AG
- Veltins GmbH & Co. KG
- Westdeutsche Lotterie GmbH & Co. OHG