

- Dr. Hendric Hallay, Leiter Abteilung Markenstrategie und -kommunikation der Volkswagen AG: „Die Markenstrategie der Volkswagen AG“, November 2005.

PROJEKTLERHRVERANSTALTUNGEN

- „Marketingzustandsbericht im IHK-Bezirk Dortmund“ (SS 2005, Partner: IHK zu Dortmund).
- „Marktorientierung eines Industriegüterherstellers“ (WS 2005/2006, Partner: KHS AG).

TRANSFERAKTIVITÄTEN (AUSZUG)

- Holzmüller, H.H.: „Werkstattgespräch: Markt- und Kundenorientierung bei der Revitalisierung von Bahnflächen“, Vortrag an der Fakultät Raumplanung, Universität Dortmund, Juni 2005.
- Holzmüller, H.H.: „Doing Business with the Germans“, Walter Grünzweig Summer School, Juni 2005.
- Holzmüller, H.H.: „Unternehmen wachküssen - Kooperation zwischen Wirtschaft und dem Lehrstuhl für Marketing“, ASU und Transferstelle Universität Dortmund, Juni 2005.
- Holzmüller, H.H.: „Interkulturelle Handlungskompetenz. Der geschmeidige Umgang mit Kulturunterschieden“, Vortrag anlässlich der Wissenschaftstage des Gymnasiums der Stadt Meschede, September 2005.
- Hessenkamp, V., Stolper, M.: „Aktuelle Trends im Beschwerdemanagement deutscher Unternehmen“, Materna Beschwerdemanagement-Tage, Düsseldorf, Wiesbaden und München, November 2005.
- Holzmüller, H.H.: „Tourismuspoteziale - Was könnte das Ruhrgebiet?“, Podiumsdiskussion der Fakultät Raumplanung, Universität Dortmund, November 2005.

EXTERNE LEHRTÄTIGKEIT (AUSZUG)

- Holzmüller, H.H.: „Internationales Marketing“ im Rahmen des MBA-Programms „Management and Marketing for Central and Eastern Europe“ an der Europa Universität Viadrina, Frankfurt/Oder, Deutschland.
- Holzmüller, H.H.: „Global Marketing“ im Rahmen des International MBA, University of South Carolina, USA/Wirtschaftsuniversität Wien, Wien, Österreich.
- Lentz, P.: „Mathematik“ und „Statistik“ an der Fachhochschule des Mittelstands, Bielefeld, Deutschland.
- Pferdekämper, T.: „Konsumentenverhalten“ an der BITS Business and Information Technology School, Iserlohn, Deutschland.
- Stolper, M.: „Marketingmanagement“, „Sektorales Marketing“ und „Marketing, Vertrieb und Werbung“ an der Fachhochschule des Mittelstands, Bielefeld, Deutschland.

SONSTIGES

WEITERBILDUNGSAKTIVITÄTEN

- Böhm, B., Wilke, C.: „Strukturgleichungsmodelle mit latenten Variablen“, 1. Paderborner Marketing Bootcamp, Universität Paderborn, Paderborn, Deutschland, Mai 2005.

- Stolper, M.: „Market Driving Strategies: Antecedents and Consequences“, 18th EMAC Doctoral Colloquium, Mailand, Italien, Mai 2005.
- Hessenkamp, V.: „Facets of Trust of Patients in Health Care – A Qualitative Approach to Understanding the Market of Health Care Services“, EURAM-EDAMBA-EIASM Doctoral Consortium 2005, München, Deutschland, Mai 2005.
- Stolper, M.: „Further Insights Into Market Driving Strategies“, EURAM-EDAMBA-EIASM Doctoral Consortium 2005, München, Deutschland, Mai 2005.
- Hessenkamp, V.: „1. Berliner Methodentreffen Qualitative Forschung“, Berlin, Deutschland, Mai 2005.
- Hessenkamp, V.: „Consumption Theory“, PhD Seminar, Bilkent University, Ankara, Türkei, Mai/Juni 2005.
- Neumann, D.: „The Global Village for Future Leaders of Business and Industry 2005“, Bethlehem, PA, USA, Juni-August 2005.
- Krause, M.: „Durchführung von Intensiv-/Tiefeninterviews“, Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V., Berlin, Deutschland, November 2005.

GUTACHTERTÄTIGKEIT

- Alexander von Humboldt-Stiftung, Bonn.
- Bayerisches Staatsministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst, München.
- Deutscher Akademischer Austausch Dienst, Berlin.
- Deutsche Forschungsgemeinschaft, Bonn.

ABSOLVENTEN HABEN U. A. EINGESTELLT

Aoste SB GmbH • Brauerei C. & A. VELTINS GmbH & Co. KG • Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli GmbH • Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG • Google Ireland Ltd. • Griesson - de Beukelaer GmbH & Co. KG • Hellweg. Die Profi-Baumärkte GmbH & Co. KG • Reckitt Benckiser Deutschland GmbH • Gillette Gruppe Deutschland GmbH & Co. oHG • TNT Holdings (Deutschland) GmbH

KONTAKT

Lehrstuhl für Marketing
Universität Dortmund • Gebäude Chemie C1-06-731
Otto-Hahn-Straße 6 • 44227 Dortmund
Tel.: (0231) 755 - 32 70 • Fax.: (0231) 755 - 32 71
e-mail: marketing@wiso.uni-dortmund.de
<http://www.marketing-unido.de>



MIT FREUNDLICHER UNTERSTÜTZUNG VON:



LEHRSTUHL FÜR MARKETING



Im Berichtszeitraum ist das Lehrstuhlteam weiter gewachsen. Mit dem BMBF-Projekt „ExFeD – Export ferngelenkter Dienstleistungen“ sind nunmehr drei umfangreichere Drittmittelprojekte am Lehrstuhl verankert und zwei weitere werden mit großer Wahrscheinlichkeit im Laufe des Sommersemesters 2006 dazu kommen. Damit ist eine Teamgröße erreicht, die zu starken Synergieeffekten zwischen den einzelnen MitarbeiterInnen führt, die sich in thematischem Tiefgang und methodischer Kompetenz niederschlagen. Die ausgezeichnete Präsenz des Dortmunder Marketingteams bei renommierten wissenschaftlichen Tagungen belegt die Forschungsdynamik am Lehrstuhl.

Überaus erfreulich hat sich die Kooperation mit der Praxis in Lehre und Forschung entwickelt. Mittlerweile werden alle Diplomarbeiten und Dissertationen mit Kooperationspartnern aus Handel, Industrie und Gewerbe abgefasst. Unsere Projektlehrveranstaltungen sind bei Dortmunder Unternehmen und Institutionen sehr gefragt und in der Regel auf ein Jahr im Voraus ausgebucht. Bekannte nationale und internationale Unternehmen, die unsere Absolventen rekrutiert haben, bescheinigen diesen ausgezeichnetes Fachwissen und hohe Problemlösungskapazität.

Der vorliegende Folder soll unsere Partner an den Universitäten, in der Wirtschaft und der Verwaltung über unsere Aktivitäten in Lehre und Forschung informieren. Wir hoffen damit die Zusammenarbeit mit unserem Team weiter zu stimulieren.

Kontaktieren Sie mich, wenn Sie zu einzelnen Aktivitäten mehr wissen wollen oder an einer Zusammenarbeit interessiert sind.

Prof. Dr. Hartmut H. Holzmüller
hartmut.holzmuller@udo.edu

TÄTIGKEITSBERICHT
3/2005 - 2/2006

FORSCHUNG

PUBLIKATIONEN

- Brinkmann, J., Lentz, P.: „Are Insurance Companies Getting the Customers They Deserve? Outline of an Approach to Understanding Insurance Customer Dishonesty“, Journal of Business Ethics, Volume 64, 2006.
- Holzmüller, H.H.: „Optionen und Facetten der Internationalisierung der Lehre an Universitäten“, in: Kruse, E., Küchler, U., Kuhl, M. (Hrsg.): Unbegrenzt Lernen - Lernen über Grenzen?, Bd. 3, LIT-Verlag, Münster 2005, S. 59-72.
- Holzmüller, H.H., Schuh, A.: „Sektorales Marketing - Impulsgeber für Wissenstransfer und Innovation im Marketing“, in: Holzmüller, H.H., Schuh, A. (Hrsg.): Innovationen im sektoralen Marketing. Festschrift zum 60. Geburtstag von Fritz Scheuch, Physica-Verlag, Heidelberg 2005, S. 3-29.
- Holzmüller, H.H.: „Marketing Fast Moving Consumer Goods - Der Nukleus der sektoralen Sichtweise“, in: Holzmüller, H.H., Schuh, A. (Hrsg.): Innovationen im sektoralen Marketing. Festschrift zum 60. Geburtstag von Fritz Scheuch, Physica-Verlag, Heidelberg 2005, S. 33-52.
- 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, 2. Auflage, Gabler Wirtschaftsverlag, Wiesbaden 2005, S. 963-986.

ARBEITSPAPIERE

- Wilke, C.: „Branchenvertrauen - Konzeptualisierung und Operationalisierung eines metakognitiven Konstrukts“, Arbeitspapier Nr. 14, April 2005.
- Lentz, P., Sauermann, C., Holzmüller, H.H.: „Brand Modernity - Scale Development and Implications for Brand Management“, Arbeitspapier Nr. 15, Juli 2005.
- Keller, N., Stolper, M.: „Messung der Kundenbeziehungsqualität im B2B-Marketing - eine Studie im industriellen Großhandel“, Arbeitspapier Nr. 16, Februar 2006.

KONFERENZTEILNAHMEN

- Holzmüller, H.H., Lentz, P.: „Transferring an International Construct to a Local Context: Descriptive and Causal Insights on City-of-Origin Effects in the German Beer Market“, CIMaR: International Marketing Challenges in the 21st Century, Barcelona, Spanien, Mai 2005.
- Lentz, P., Sirdeshmukh, D., Nijssen, E., Holzmüller, H.H., Singh, J.: „Do We Need Culture Constructs in Behavioral Cross-National Research? Market Milieus as a Domain-Specific Conceptualization of Market Characteristics“, 1st International Conference on Cross-National and Cultural Research in Marketing, Nijmegen, Niederlande, Mai 2005.
- Lentz, P., Sauermann, C., Holzmüller, H.H.: „What's it Worth Being Hip? The Impact of Brand Modernity on Brand Loyalty in a Trendy Market“, 34th Annual EMAC Conference, Mailand, Italien, Mai 2005.
- Pferdekämper, T., Lammerts A.: „Market Climate as a Determinant of a Salesperson's Selling Behavior in the Exchange Process“, 34th Annual EMAC Conference, Mailand, Italien, Mai 2005.
- Lentz, P., Holzmüller, H.H., Schirrmann, E.: „City-of-Origin Effects

- Exploratory Research and Development of Research Propositions in the German Beer Market“, 12th Biennial World Marketing Congress, Münster, Deutschland, Juni 2005.

- Lentz, P., v. Wangenheim, F.: „Understanding Your Customer Portfolio - A Simple Approach to Customer Segmentation According to Lifecycle Dynamics“, 12th Biennial World Marketing Congress, Münster, Deutschland, Juni 2005.
- Crostack, H.-A., Holzmüller, H.H., Refflinghaus, R., Stolper, M.: „Structuring Customer Demands for Logistic Systems in Production Plants“, 18th International Conference on Production Research, Salerno, Italien, Juli/August 2005.
- Lentz, P., Sirdeshmukh, D., Nijssen, E., Holzmüller, H.H., Singh, J.: „A Cross-National Study of Market Exchange Milieus and Consumer Loyalty Dynamics: Juxtaposing Generalized and Specific Processes“, 65th Annual Meeting of the Academy of Management, Honolulu, HI, USA, August 2005.
- Lentz, P., Holzmüller, H.H., v. Wangenheim, F.: „City of Origin Effects in the German Beer Market - Transferring an International Construct to a Local Context“, 2006 AMA Winter Educators' Conference, St. Petersburg, FL, USA, Februar 2006.
- Lentz, P., Sauermann, C., Holzmüller, H.H.: „Brand Modernity - Scale Development and Implications for Brand Management“, 2006 AMA Winter Educators' Conference, St. Petersburg, FL, USA, Februar 2006.
- Lentz, P., v. Wangenheim, F.: „Understanding Customer Lifecycle Dynamics: Applications for Customer Risk Segmentation and Lifetime Value Determination“, 2006 AMA Winter Educators' Conference, St. Petersburg, FL, USA, Februar 2006.

AUSZEICHNUNGEN

- Lentz, P., v. Wangenheim, F.: „Understanding Customer Lifecycle Dynamics: Applications for Customer Risk Segmentation and Lifetime Value Determination“, Best Doctoral Student Paper, AMA Direct and Interactive SIG, 2006 AMA Winter Educators' Conference, St. Petersburg, FL, USA, Februar 2006.
- Matijevic, M.: „Innovationsmanagement in kleinen und mittelständischen Unternehmen - Gibt es KMU-spezifische Innovationshemmnisse?“, Dritter Preis, Deutscher Studienpreis der Körber-Stiftung zum Thema „Ausweg Wachstum?“, Hamburg, Deutschland, Februar 2006.

GASTAUFENTHALTE

- DAAD-Gastdozent, Prof. Dr. Johannes Brinkmann, Norwegian School of Management, Oslo, Norwegen.
- DAAD-Stipendiatin, Raluca Mogos Descotes, Université Nancy, Nancy, Frankreich.
- DAAD-Stipendiat, Dr. Marcin Komor, Akademia Ekonomiczna, Katowice, Polen.

LAUFENDE FORSCHUNGSPROJEKTE (Auszug)

- Die Bedeutung von kollektivem und relationalem Vertrauen in der Kundenbindung im Dienstleistungsmanagement (DFG-Projekt HO 2224/4-1) (Holzmüller, H.H., Hessenkamp, V., Wilke, C.).
- Projekt NovaMille - Die Ausbildung innovativer Organisationskulturen und -milieus an der Schnittstelle zwischen technischer Dienstleistung und Kunden (BMBF-Verbundprojekt) (Holzmüller, H.H., Krause, M., Neumann, D.)
- ExFeD - Export ferngelenkter Dienstleistungen (v. Wangenheim,

F., Holzmüller, H.H., Holtbrügge, D., Keller, N., Schillo, K., Schumann, J.H.).

REVIEW TÄTIGKEIT

- Academy of International Business, Annual Meeting 2005
- European Marketing Academy, Annual Conference 2006
- International Marketing Review
- Journal of Business Ethics
- Journal of Business Research
- Journal of Euromarketing, Editorial Board
- Journal of International Marketing, Editorial Board
- Management International Review

RESEARCH WORKSHOP SERIES

- Kaj Morel (PhD) und Dirk Snelders (PhD), Delft University of Technology in Delft: „The Effect of Cultural Adaption of E-Commerce Websites on Perceptions of Credibility and Trust“, Mai 2005.
- Prof. Dr. Andreas Eggert, Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insbes. Marketing, Universität Paderborn: „Wertorientiertes Marketing - Eine Forschungsagenda“, Juli 2005.
- Prof. Dr. Martin Benkenstein, Institut für Marketing und Dienstleistungsforschung, Universität Rostock: „Bestimmungsgroßen des rezeptiven Sportkonsums - Eine integrierte Analyse am Beispiel der Fußball Bundesliga“, November 2005.
- Prof. Dr. Sabrina Helm, Lehrstuhl für Strategisches Marketing, Universität Witten/Herdecke: „The Role of Corporate Reputation in Propelling Employee Pride and Commitment“, Februar 2006

STUDENTISCHE FORSCHUNG

Kooperationspartner bei Diplomarbeiten und Dissertationen im Berichtszeitraum:

Allianz AG • Aoste SB GmbH • Brauerei C.&A. VELTINS GmbH & Co. KG • Continentale Krankenversicherung a.G. • Dortmunder Energie- und Wasserversorgung GmbH • Flughafen Dortmund GmbH • Frauenklinik Klinikum Dortmund gGmbH • Henkel KGaA • KHS AG • KHS USA, Inc. • ThyssenKrupp AG • ThyssenKrupp Bilstein Suspension GmbH Ennepetal • Verlag Lensing-Wolff GmbH & Co. KG • Volkswagen AG • Vreiksen Foodservice GmbH & Co. KG • Westfalenhallen Dortmund GmbH • Xionet empowering technologies AG

LEHRE

DISTINGUISHED GUEST SPEAKERS SERIES

- Dipl.-Kfm. Thorsten Wilhelm, Geschäftsführer eResult GmbH: „Optimierung der Homepage-Gestaltung mit Hilfe von Blickverlaufmessungen“, April 2005.
- Dr. Kurt Jonas, Geschäftsführer der ThyssenKrupp Bilstein Suspension GmbH: „Bilstein Marketing für Stoßdämpfer im Premium Segment“, Mai 2005.
- Dr. Jochen Stemplewski, Vorstand Emschergerossenschaft und Lippeverband: „Der Rückbau der Emscher - Aufgaben eines Großbauvorhabens der Wasserwirtschaft“, Juli 2005.
- Matthias Sellmann, Grundsatzreferent an der katholisch-sozialethischen Arbeitsstelle der Dt. Bischofskonferenz in Hamm: „Marketing für den lieben Gott“, Oktober 2005.