

STUDENTISCHE FORSCHUNG

Kooperationspartner bei Diplomarbeiten und Dissertationen im Berichtszeitraum:

Augenoptikerverband Westfalen • Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA • Heinrich Deichmann-Schuhe GmbH & Co. KG • Emi Music Germany GmbH & Co. KG • Erco GmbH • Konzerthaus Dortmund • McDonald's Germany INC. • Mercedes-Benz Minibus GmbH • T-Mobile International AG • Vossloh Fastening Systems GmbH • Wilo SE

LEHRE

PROJEKTLERHRVERANSTALTUNGEN

- „Konsumentensegmentierung, Kaufmotive und Kundeneinstellungen im deutschen Müslimarkt“ (SS 2009, Partner: Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG).
- „Low Budget Marketing für Fast Moving Consumer Goods“ (WS 2009/10, Partner: Henkel AG & Co. KGaA).
- „Innovative Anforderungserhebung in B2B-Unternehmen“ (WS 2009/10, Partner: SFB 696).

DISTINGUISHED GUEST SPEAKER SERIES

- Prof. Cheryl C. Nakata, University of Illinois: „Global Marketing Research, Strategy, and Innovation“, Mai 2009.
- Dietmar Bläsing, VOLKSWOHL BUND Versicherungen: „Die Vertriebsstruktur und das Vertriebskonzept der Volkswahl Bund Versicherungen“, Juli 2009.
- Prof. Alan M. Davis, University of Colorado: „Requirements Elicitation: How Do the Experts Do It?“, Dezember 2009.

DORTMUNDER METHODENWERKSTATT

- Dr. Jan Kruse, Institut für Soziologie an der Universität Freiburg: „Erkenntnisgewinnung und deren Darstellung in der qualitativen Marktforschung“, März 2009.
- Prof. Alan M. Davis, Department of Marketing, Strategy, and International Business, University of Colorado at Colorado Springs: „Requirements Management: Both Sides of the Issues“, Dezember 2009.
- Haselhoff, Vanessa, Hanning, Debra, Lehrstuhl für Marketing, TU Dortmund: „Qualitative Forschungswerkstatt“, monatlich.

TRANSFERAKTIVITÄTEN

- Holzmüller, H. H.: „Schlagloch-Management – Der Umgang mit abrupt wechselnden Marktbedingungen“, Vortrag am 40. Dortmunder Unternehmerfrühstück, Dortmund, März 2009.
- Holzmüller, H. H.: „Kommt endlich in die Puschen! – Einblicke in die Markt- und Kundenorientierung im Mittelstand“, Vortrag an der IHK zu Dortmund, August 2009.
- Holzmüller, H. H., Haselhoff, V.: Werkstattseminar Caritas Dortmund, Schloss Gehrden, September 2009.
- Holzmüller, H. H., Haselhoff, V.: Mitarbeiterworkshop Engelmann Drahtseilfabrik, Hannover, November 2009.
- Holzmüller, H. H.: „Neue Strategien braucht das Land – Market Driving als Basis der innovativen Kommunikationssteuerung“, Sitzung des Fachverbandes Management und Marketing des Bundesverbands Deutscher Unternehmensberater BDU e.V., Bonn, November 2009.

- Holzmüller, H. H.: „Methoden zur Erhebung von Kundenanforderungen“, Werkzeugindustrie-Werkzeugforum, Remscheid, November 2009.
- Holzmüller, H. H.: „Marketing Basics für Unternehmensgründer“, Coachingabend start2grow, Dortmund, November 2009.
- Paluch, S.: Workshop und Produkttest für die Zimbo Fleisch- und Wurstwaren GmbH & Co. KG, Dortmund, Oktober 2009.
- Welscher, B.: Training Konfliktmanagement für den Club of Excellence der TU Dortmund, Dortmund, September 2009.

EXTERNE LEHRTÄTIGKEIT

- Blut, M.: „Global Marketing“ und „Current Issues in Marketing“ an der Ramkhamhaeng University (AACSB), Bangkok und Chiang Mai, Thailand und „Marketing-Controlling“ an der Steinbeis University, School of Management and Innovation (FIBAA), München.
- Haselhoff, V.: „Kundenbeziehungsmanagement“ an der FHM, Bielefeld.
- Jockisch, M.: „Methodenlehre und Statistik“ an der BiTS, Iserlohn.
- Töllner, A.: „Strategisches Marketing“ und „Konzepte und Strategien des CRM“ an der BiTS, Iserlohn.

SONSTIGES

WEITERBILDUNGSAKTIVITÄTEN

- Jockisch, M.: Teilnahme am Eden Doctoral Seminar on Managerial Issues in Marketing, Groningen, November 2009.
- Paluch, S.: „Grundfragen Multimedialen Lehrens und Lernens“, Wissenschaftliche Tagung, Freie Universität Berlin, März 2009.

GUTACHTERTÄTIGKEIT

- Alexander von Humboldt Stiftung, Bonn
- Bayrisches Staatsministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst, München
- Deutsche Forschungsgemeinschaft, Bonn
- Dortmunder Wirtschaftspreis 2009
- [ID]factory-Preis, Dortmund
- Maastricht University
- Wirtschaftsuniversität Wien

ABSOLVENTEN HABEN U. A. EINGESTELLT

BASF SE • Bombardier Transportation GmbH • Heinrich Deichmann-Schuhe GmbH & Co. KG • Infotech Gesellschaft für Informations- und Datentechnik mbh • innotec Marketing GmbH • ISD Group • Signal Iduna Gruppe • T-Mobile Deutschland GmbH • Vossloh Fastening Systems GmbH

KONTAKT

Lehrstuhl für Marketing
Technische 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: m@wiso.tu-dortmund.de • <http://www.marketing-tudo.de>

LEHRSTUHL FÜR MARKETING



Im Berichtszeitraum ist die starke Präsenz des Dortmunder Marketingteams bei internationalen Konferenzen auffallend. Zudem ist bemerkenswert, dass vor allem jüngere MitarbeiterInnen beachtenswerte Publikationsleistungen erbracht haben.

Zwei Kompetenzfelder prägen den Lehrstuhl. Zum einen ist dies eine durchgängige Methodenausrichtung und zum anderen eine klare Anwendungsorientierung. Diese Kombination von Schwerpunkten findet offensichtlich Anklang in der internationalen Forschungsgemeinschaft. Darüber hinaus ermöglicht sie aber auch einen regen Austausch und die Realisation von gemeinsamen Forschungsprojekten mit Partnerunternehmen, die häufig aus der Region stammen.

Im Lehrangebot wurde insbesondere im Bachelorprogramm eine weitere Verstärkung der Anwendungsorientierung realisiert und damit der Forderung nach einer stärkeren Berufsorientierung nachgegangen. Die Projektlehrveranstaltungen des Lehrstuhls, in den letzten beiden Semestern mit der Dr. A. Oetker Nahrungsmittel KG und der Henkel AG & Co. KGaA, werden von den Studierenden überaus geschätzt und finden bei den Praxispartnern guten Anklang.

Mit dem Tätigkeitsbericht wollen wir unsere Partner und Freunde in der Wirtschaft und Verwaltung, an anderen Hochschulen und nicht zuletzt an der TU Dortmund über unsere Arbeit informieren. Zudem hoffen wir, mit dem Bericht weitere und neue Zusammenarbeit im akademischen wie wirtschaftlichen Bereich zu stimulieren. Kontaktieren Sie mich bitte, wenn Sie zu einzelnen Bereichen mehr wissen wollen oder an einer Zusammenarbeit interessiert sind.

Für das Marketing-Team an der TU Dortmund

Prof. Dr. Hartmut H. Holzmüller
hartmut.holzmueller@tu-dortmund.de

TÄTIGKEITSBERICHT
3/2009 - 2/2010

FORSCHUNG

PUBLIKATIONEN

- Backhaus, C., Blut, M., Evanschitzky, H., Woisetschläger, D. (2009): „Autonomie und Loyalität in Unternehmensnetzwerken: Eine Mehrebenenbetrachtung“, in: Managementforschung, 19. Jg., S. 143-180.
- Brock, C., Blut, M., Evanschitzky, H., Kenning, P., Ahlert, M. (2010): „Beschwerdemanagement im B2B-Sektor: Replikation und Erweiterung“, in: Die Betriebswirtschaft, 70. Jg., Nr. 1, S. 25-40.
- Holz Müller, H. H.: „Prozedurale Herausforderungen in der Forschung zum Interkulturellen Management und Ansätze zu deren Handhabung“, in: Oesterle, M.-J., Schmid, S. (Hrsg.): „Internationales Management“, Schäffer-Poeschel, Stuttgart, 2009, S. 251-283.
- Ingwald, J., Wiedemann, K., Holz Müller, H. H., Holtbrügge, D., Scherer, A., v. Wangenheim, F.: „Das 3K-Projekt – Empirische Analysen der Konfiguration, Koordination und Kundenintegration von internationalen Dienstleistungsunternehmen: Darstellung des Forschungsplans und erster Forschungsergebnisse“, in: Moser, R. (Hrsg.): „Internationale Unternehmensführung. Entscheidungsfelder und politische Aspekte“, Gabler, Wiesbaden, 2009, S. 135 – 159.
- Ingwald, J., Holz Müller, H. H., Köpke, M.: „The Coordination of Service Delivery in the First Stage of Internationalization – The Case of an IT Company“, in: Fähnrich, K.-P., Alt, R., Franczyk, B. (Hrsg.): „Practitioner Track-International Symposium on Services Science“, 2009, S. 87-94.
- Ingwald, J., Nott, A., Holz Müller, H. H.: „Koordination im internationalen Dienstleistungsmanagement. Herausforderungen und Gestaltungsansätze“, in: Holtbrügge, D., Holz Müller, H. H., von Wangenheim, F. (Hrsg.): „Management internationaler Dienstleistungen mit 3K. Konfiguration – Koordination – Kundenintegration“, Gabler, Wiesbaden, 2009, S. 29–56.
- Ingwald, J., Holz Müller, H. H., Köpke, M.: „Herausforderungen und Ansätze der grenzüberschreitenden Koordination eines Dienstleistungsunternehmens. Das Fallbeispiel der Business Unit „Information“ der MATERNA GmbH“, in: Holtbrügge, D., Holz Müller, H. H., von Wangenheim, F. (Hrsg.): „Management internationaler Dienstleistungen mit 3K. Konfiguration – Koordination – Kundenintegration“, Gabler, Wiesbaden, 2009, S. 203-231.
- Jockisch, M., Rosendahl, J.: „Klassifikation von Modellen“, in: Bandow, G., Holz Müller, H. H. (Hrsg.): „Das ist gar kein Modell! Unterschiedliche Modelle und Modellierungen in Betriebswirtschaftslehre und Ingenieurwissenschaften“, Gabler, Wiesbaden, 2010, S. 23-52.
- Jockisch, M.: „Das Technologieakzeptanzmodell“, in: Bandow, G., Holz Müller, H. H. (Hrsg.): „Das ist gar kein Modell! Unterschiedliche Modelle und Modellierungen in Betriebswirtschaftslehre und Ingenieurwissenschaften“, Gabler, Wiesbaden, 2010, S. 233-254.
- Salzberger, T., Holz Müller, H. H.: „Interkulturelle Studien“, in: Baumgarth, C., Eisend, M., Evanschitzky, H. (Hrsg.): „Empirische Mastertechniken – Eine anwendungsorientierte Einführung für die Marketing- und Managementforschung“, Gabler, Wiesbaden, 2009, S. 291-330.
- Salzberger, T., Holz Müller, H. H., Souchon, A. (2009): „Advancing the Understanding of Construct Validity and Cross-national Comparability: Illustrated by a Five-country Study of Corporate Export Information Usage“, in: Advances in International Marketing, Volume 29, S. 321-360.
- Töllner, A.: „Modelle organisationaler Kaufentscheidungen“, in: Bandow, G., Holz Müller, H. H. (Hrsg.): „Das ist gar kein Modell! Unterschiedliche Modelle und Modellierungen in Betriebswirtschaftslehre und Ingenieurwissenschaften“, Gabler, Wiesbaden, 2010, S. 333-355.

- Töllner, A., Jungmann, T., Bücker, M., Brutschek, T.: „Modelle und Modellierung“, in: Bandow, G., Holz Müller, H. H. (Hrsg.): „Das ist gar kein Modell! Unterschiedliche Modelle und Modellierungen in Betriebswirtschaftslehre und Ingenieurwissenschaften“, Gabler, Wiesbaden, 2010, S. 3-21.
- Töllner, A., Jockisch, M., Holz Müller, H. H.: „Kundenanforderungen an intralogistische Anlagen aus Sicht unterschiedlicher Stakeholder – Ergebnisse einer empirischen Exploration“, in: Künne, B., Tillmann, W., Crostack, H.-A. (Hrsg.): „Forderungsgerechte Auslegung von intralogistischen Systemen. Logistics on Demand“, Verlag Praxiswissen, Dortmund, 2009, S. 5-25.
- Töllner, A., Jockisch, M., Holz Müller, H. H. (2009): „Die Erhebung von Kundenanforderungen als Eingangsgrößen in eine QFD – Ein Methodenvergleich“, in: QFD-Forum, Nr. 26, S. 1-21.
- Woisetschläger, D. M., Haselhoff, V. (2009): „The Name Remains the Same for Fans – Why Fans Oppose Naming Right Sponsorships“, in: Advances in Consumer Research - North American Conference Proceedings, 2009, Volume 36, S. 775-776.

ARBEITSPAPIERE

- Jockisch, M., Holz Müller, H. H. (2009): „Kundenanforderungen an Industriegüter - Terminologie, Klassifikation und Forschungsfelder“, Technical Report Nr. 0902, Technische Universität Dortmund, ISSN 1867-3473.
- Töllner, A., Holz Müller, H. H. (2009): „Organisationales Beschaffungsverhalten bei komplexen Industrieanlagen – Eine Fallstudienanalyse zur Identifizierung relevanter Stakeholder sowie zur Ermittlung von Anforderungen an eine intralogistische Anlage“, Technical Report Nr. 0903, Technische Universität Dortmund, ISSN 1867-3473.

KONFERENZTEILNAHMEN

- Ingwald, J., Holz Müller, H. H., Köpke, M.: „The Coordination of Service Delivery in the First Stage of Internationalization - the Case of an IT Company“, International Symposium of Service Science, Leipzig, Germany, März 2009.
- Paluch, S.: „Challenges of Marketing Remote Services in the Health Care Sector“, International Symposium of Service Science, Leipzig, Germany, März 2009.
- Ingwald, J.: „Instruments and Determinants of International Coordination in Services Marketing – a Case Study Approach“, Academy of International Business (AIB) Chapter UK and Ireland Doctoral Consortium, Glasgow, Scotland, April 2009.
- Mogos Descotes, R., Walliser, B., Holz Müller, H. H.: „Measuring Institutional Country Profiles for Exporting SMEs: An Emic/Etic Scale Development Approach“, 38th EMAC Conference, Nantes, France, Mai 2009.
- Paluch, S.: „Neglected Outcomes of Remote Services Establishment“, Academy of International Business (AIB) Doctoral Consortium, San Diego, USA, Juni 2009.
- Paluch, S., Blut, M., Holz Müller, H. H.: „Neglected Outcomes of Remote Services Establishment: Results of a Qualitative Study“, QUIS – The Services Conference, Wolfsburg, Germany, Juni 2009.
- Ingwald, J.: „Instruments and Determinants of International Coordination in Services Marketing – a Case Study Approach“, 1st Biennial AMS Doctoral Consortium, Oslo, Norwegen, Juli 2009.
- Paluch, S.: „What effects do Remote Services have on the quality of customer relations? - Neglected Outcomes of Remote Services Establishment“, 1st Biennial AMS Doctoral Consortium, Oslo, Norway, Juli 2009.

- Stolper, M., Blut, M., Holz Müller, H. H. (2009): „Market Driving and Firm Performance“, Academy of Marketing Science Annual Conference, Oslo, Norway, Juli 2009.
- Hanning, D., Holz Müller, H. H.: „Work in Progress: Boundary switching – when frontline employees choose their customers over their company“, 17th International Colloquium in Relationship Marketing, Maastricht, The Netherlands, September 2009.
- Paluch, S.: „The Human Aspect in Remote Service Encounter – Service Technologies and its Impact on Customer Relationship Management“, Doctoral Colloquium 25th IMP Conference, Marseille, France, September 2009.
- Blut, M., Woisetschläger, D. M. (2009): „Determinants of Cross-Buying: A Re-Examination“, AMA Winter Educators' Conference, New Orleans, USA, Februar 2010.
- Brock, C., Blut, M., Evanschitzky, H., Voorhees, C. M.: „Service Failure and Customer Loyalty: New insight into the Service Recovery Paradox“, AMA Winter Educators' Conference, New Orleans, USA, Februar 2010.

GASTAUFENTHALTE

- DAAD-Stipendiat, Dr. Marcin Komor, Akademia Ekonomiczna, Katowice, Polen.
- Prof. Cheryl C. Nakata, Department of Managerial Studies, College of Business Administration, University of Illinois at Chicago.
- Prof. Alan M. Davis, Department of Marketing, Strategy, and International Business, College of Business, University of Colorado at Colorado Springs.

REVIEW TÄTIGKEIT

- Academy of International Business (AIB) 2009
- Academy of Marketing Science (AMS) 2010
- AMA Winter Educators' Conference 2010
- CIMaR Annual Conference 2009
- Der Markt: Journal für Marketing
- European Marketing Academy 2010 Conference
- International Marketing Review
- Jahrbuch Vertriebs- und Handelsmanagement
- Journal of Business Research
- Journal of Euromarketing
- Journal of International Marketing
- Journal of Retailing and Consumer Services
- Marketing ZFP
- 3. Internationaler Markentag, 2009
- 9th International Marketing Trends Conference

LAUFENDE FORSCHUNGSPROJEKTE

- Effiziente Gestaltung der Erhebung von Kundenanforderungen bei der Entwicklung logistischer Anlagen in der Produktion (SFB 696: Forderungsgerechte Auslegung von intralogistischen Systemen - Logistics on Demand) (Holz Müller, H. H., Jockisch, M., Töllner, A.).
- Projekt 3K - Globale Strategien von Dienstleistungsunternehmen. Konfiguration. Koordination. Kundenintegration (BMBF-Verbundprojekt 01 HQ 0603) (Holz Müller, H. H., Ingwald, J.).
- Präventionsernährung für Kinder in NRW „Previkids NRW“ von der Ernährungsforschung zur Unterstützung der Ernährungswirtschaft bei der Entwicklung und Einführung neuer gesunder Nahrungsangebote (NRW/EU-Projekt 005-GW01-085D) (Holz Müller, H. H., Ingwald, J., Haselhoff, V.).