

TÄTIGKEITS BERICHT

3/2014 – 2/2015

VORWORT

Sehr geehrte Damen und Herren,

es freut uns, Ihnen den aktuellen Tätigkeitsbericht des Lehrstuhls für Marketing sowie der Juniorprofessur für Technologie- und Industriegütermarketing der TU Dortmund zu präsentieren. Der Flyer informiert über unsere Aktivitäten in Forschung und Lehre. Mit Blick auf die vergangenen zwei Semester ist dabei unsere anhaltend starke Präsenz auf renommierten internationalen Konferenzen hervor zu heben. So waren wir beispielsweise auf dem „World Marketing Congress“ der Academy of Marketing Science in Peru, der „International Conference on Marketing“ (IBA) in Pakistan sowie diversen Konferenzen in den USA vertreten. Auch konnten unsere Forschungsergebnisse wieder in renommierten deutschsprachigen und internationalen Fachzeitschriften publiziert werden.

Der Lehrstuhl für Marketing sowie die Juniorprofessur für Technologie- und Industriegütermarketing beschäftigen sich im Schwerpunkt mit für die Wirtschaft unmittelbar relevanten Themen. Zahlreiche Publikationen und studentische Forschungsprojekte mit regionalen Partnerunternehmen verdeutlichen dies. Besonders deutlich wird diese Praxisrelevanz auch an den Projektseminaren „Learning by Consulting“. In Arbeitsgruppen versetzen wir Studierende in die Rolle von Beratern, die dann in Zusammenarbeit mit namhaften Unternehmen aus der Region deren konkrete Aufgabenstellungen bearbeiten.

Wir hoffen, unseren Partnern und Freunden in Wirtschaft, Wissenschaft und Verwaltung mit diesem Flyer einen guten Überblick über unsere Aktivitäten in den vergangenen zwei Semestern zu geben. Freuen würden wir uns, falls bei der Lektüre neue innovative Ideen oder Kooperationsvorhaben entstehen, die wir zukünftig gemeinsam in Angriff nehmen können. Zögern Sie nicht, uns diesbezüglich zu kontaktieren.

Mit herzlichem Dank für Ihr Interesse

Prof. Dr. Hartmut Holzmüller

JProf. Dr. Tobias Schäfers



PUBLIKATIONEN

- Faupel, U., Haselhoff, V., Ziesak, M., Holzmüller, H.H. (2014): 'Social standing and quality labels – what influences parental decision-making?', Young Consumers: Insight and Ideas for Responsible Marketers, Volume 15, Issue 1, S. 68–83.
- Haselhoff, V., Faupel, U., Holzmüller, H.H. (2014): 'Strategies of children and parents during shopping for groceries', Young Consumers: Insight and Ideas for Responsible Marketers, Volume 15, Issue 1, S. 17–36.
- Holzmüller, H.H., Cramer, C., Thom, D. (2014): „Markenführung im Profi-Fußball“, Marketing Review St. Gallen, Volume 31, Issue 2, S. 68–83.
- Köcher, S., Holzmüller, H. H. (2014): „Zu viel des Guten? Eine Analyse der Wirkung von Verbraucherschutzinformation“, Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, Volume 66, Issue 4, S. 306–343.
- Neudecker, N., Esch, F.-R., Schaefers, T., Valussi, S. (2014): 'Message Reframing in Advertising', Psychology & Marketing, Volume 31, Issue 11, S. 946–957.
- Schaefers, T. (2014): 'Standing out from the crowd – Niche product choice as a form of conspicuous consumption', European Journal of Marketing, Volume 48, Issue 9/10, S. 1805–1827.
- Schamari, J., Schaefers, T.: 'Leaving the Home Turf: How Brands Can Use Webcare on Consumer-Generated Platforms to Increase Positive Consumer Engagement', Journal of Interactive Marketing (im Druck).

ARBEITSPAPIERE

- Samulewicz, C., Holzmüller, H.H., vom Hofe, M., Töllner, A.: „Akzeptanzbarrieren im Einzelhandel bei radikalen Produktinnovationen im FMCG-Markt – Eine explorative Analyse am Beispiel von tiefgekühlter Babynahrung“, Projekthomepage: www.in-jedem-baby-steckt-ein-gourmet.de
- Samulewicz, C., Holzmüller, H.H., vom Hofe, M., Töllner, A., Teichmann, L.: „Käuferseitige Akzeptanztreiber und -barrieren bei radikalen Produktinnovationen im FMCG-Markt – Eine explorative Analyse am Beispiel von tiefgekühlter Babynahrung“, Projekthomepage: www.in-jedem-baby-steckt-ein-gourmet.de
- vom Hofe, M., Holzmüller, H.H., Samulewicz, C., Teichmann, L.: „Adoptions- und Akzeptanzpotenziale innovativer Säuglingsernährung auf Basis der Nutzeneinschätzung der Konsumenten“, Projekthomepage: www.in-jedem-baby-steckt-ein-gourmet.de
- vom Hofe, M., Holzmüller, H.H., Teichmann, L., Samulewicz, C., Eßer, F.: „Eine kausalanalytische Untersuchung der Empfehlungsbereitschaft von Meinungsführern im Kontext der tiefgekühlten Babynahrung als Produktinnovation“, Projekthomepage: www.in-jedem-baby-steckt-ein-gourmet.de

KONFERENZEN

- Köcher, S., Paluch, S.: 'The Self-Service Paradox: Being Unhappy but Buying Again', American Marketing Association (AMA) Winter Educators' Conference, Orlando, USA, Februar 2014.
- Cziehso, G. P., Köcher, S.: 'When 3 Price Components are Fairer than 2 or 4 – Consumers' Reactions to Price Increases in Tariff Schemes', 43rd Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference, Indianapolis, USA, Mai 2014.
- Holzmüller, H.H.: 'Market Driven vs. Market Driving: What can we learn from Starbucks, IKEA, and Puma to Increase Firm Performance?' IBA – International Conference on Marketing, Karachi, Pakistan, Mai 2014.
- Schaefers, T., Lawson, S.: 'Less risk, more fun? The role of ownership risk perception for access-based service value perception and usage', 2014 Academy of Marketing Science Annual Conference, Indianapolis, USA, Mai 2014.
- Esch, F.-R., Weiss, S., Schaefers, T.: 'Haptic Communication: Touch Effects in Advertising, ICORIA 2014 – International Conference on Research in Advertising', Amsterdam, Niederlande, Juni 2014.
- Faupel, U., Holzmüller, H. H.: 'One product's blessing is another product's curse – spillover effects between certified and non-certified products of the same brand', 43rd European Marketing Conference (EMAC), Valencia, Spanien, Juni 2014.
- Haselhoff, V., Faupel, U.: 'Watching TV together and effects on advertising impact – Exploratory observations', 43rd European Marketing Conference (EMAC), Valencia, Spanien, Juni 2014.
- Köcher, S., Paluch, S., Küsgen, S.: 'Open Innovation: A Double-Edged Sword?' 43rd European Marketing Academy (EMAC) Annual Conference, Valencia, Spanien, Juni 2014.
- Paluch, S., Köcher, S.: 'Self-Service Dissatisfaction-Paradox', 23rd Annual Frontiers in Services Conference, Miami, USA, Juni 2014.
- Paluch, S., Köcher, S., Kessenbrock, A.: 'Why Dissatisfied Customers Buy Again? The Role of Self-Attribution', 43rd European Marketing Academy (EMAC) Annual Conference, Valencia, Spanien, Juni 2014.
- Samulewicz, C., Teichmann, L., Holzmüller, H.H.: 'Better safe than sorry – Broadening the Understanding of Innovation Resistance by Combining a Multi-Method Qualitative Consumer Study with an Explorative Business Decider Study', 43rd European Marketing Academy Conference (EMAC), Valencia, Spanien, Juni 2014.
- Teichmann, L., Samulewicz, C., Holzmüller, H.H.: 'Parents' irrational food choice behavior – An analysis in the context of baby food', 43rd European Marketing Academy Conference (EMAC), Valencia, Spanien, Juni 2014.

- Köcher, S., Blut, M., Holzmüller, H. H.: 'Why Paying Less is Unfair? The Impact of Pricing on the Acceptance of Self-Service Technologies', 21st International Conference on Recent Advances in Retailing and Consumer Services Science, Bucharest, Rumänien, Juli 2014.
- Köcher, S., Paluch, S., Küsgen, S.: 'Good Idea, Bad Idea? An Investigation of Positive and Negative Effects of Idea Contests', American Marketing Association (AMA) Summer Educators' Conference, San Francisco, USA, August 2014.
- Köcher, S., Paluch, S., Küsgen, S.: 'The Recommendation Bias: The Effects of Social Influence on Individual Rating Behavior', 17th Academy of Marketing Science (AMS) World Marketing Congress, Lima, Peru, August 2014.
- Samulewicz, C., Teichmann, L., Holzmüller, H.H.: 'Look before you leap – Broadening the Understanding of Consumer Resistance to Radical Innovations', American Marketing Association (AMA) Summer Educators' Conference, San Francisco, USA, August 2014.
- Cziehso, G. P., Schaefers, T.: 'How to Handle the Switch From Free to Fee – An Empirical Study in the Context of Mobile-Services', Simon, Kucher & Partners Doctoral Colloquium 2014, Bonn, Deutschland, September 2014.
- Cziehso, G. P., Schaefers, T.: 'The choice effect – How a free alternative influences consumers' responses to free-to-fee switches', ACR 2014 – Association for Consumer Research North American Conference, Baltimore, USA, Oktober 2014.
- Holzmüller, H.H., Köcher, S., Blut, M., Grube, G.: 'I'll Do It Myself, If' Price Fairness Effects On The Acceptance Of Self-Service Technologies', Winter Global Business Conference, Tignes, Frankreich, Februar 2015.
- Holzmüller, H., Refflinghaus, R., Kopshoff, F., Klute, S.: „Forschungsvorhaben 'Ethnografie trifft Gemba': Entwicklung eines Instruments zur tiefgreifenden Erhebung von Produktanforderungen im B2B-Umfeld“, GQW-/BQF-Tagung 2015, Wuppertal, Februar 2015.
- Köcher, S., Blut, M., Holzmüller, H. H., Iyer, G. R.: 'Price Discrimination and its Role in the Acceptance of Self-Service Technologies', American Marketing Association (AMA) Winter Educators' Conference, San Antonio, USA, Februar 2015.
- Schaefers, T., Moser, R., Narayanamurthy, G.: 'Overcoming Ownership Risk at the Base of the Pyramid with Access-Based Services', 2015 AMA Winter Marketing Educators' Conference, San Antonio, USA, Februar 2015.

AUSZEICHNUNGEN

- Schäfers, T.: Rudolf-Chaudoire-Preis für herausragende Nachwuchswissenschaftler an der TU Dortmund, Oktober 2014.

GASTAUFENTHALTE

- **Dr. Philip Rosenberger III.** (Senior Lecturer, University of Newcastle, Ourimbah, NSW, Australien), Juli 2014.
- **Yasmin Zafar.** (Professor of Marketing, Institute of Business Administration, Karachi, Pakistan), Oktober 2015.
- **Fatma Hilal Ergen Keles.** (Research Assistant, Istanbul Technical University, Istanbul, Türkei), Januar–April 2015.

REVIEW-TÄTIGKEIT

- IIMA Conference on Marketing in Emerging Economies, Indien
- Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference
- Academy of Marketing Science World Marketing Congress (WMC)
- American Marketing Association (AMA) Winter Educators' Conference
- Association for Consumer Research (ACR) North American Conference
- European Journal of Marketing
- European Marketing Academy (EMAC) Annual Conference
- Journal of International Marketing
- Young Consumers: Insight and Ideas for Responsible Marketers

LAUFENDE FORSCHUNGSPROJEKTE

- **„Energieeffizienz im Quartier – Clever versorgen.umbauen. aktivieren“:** Fortschrittsskolleg NRW, Konsortium unter der Konsortialführung der TU Dortmund (Konsortialpartner: Universität Duisburg-Essen, Universität Bochum, Hochschule Bochum, Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie GmbH und Wirtschaftsförderung metropolerohr GmbH) (Holzmüller, H.H., vom Hofe, M.)
- **Baby Gourmet:** Innovationen in der Säuglingsnahrung durch multimodale Entwicklung und Evaluation neuer Produktlinien in der Beikost, Ziel2-Programm in Kooperation mit RIF e.V. (EU/ NRW 005-NA02-011B) (Holzmüller, H. H., Samulewicz, C., Teichmann, L., vom Hofe, M.)
- **EXIST-Gründungskultur – Die Gründerhochschule:** [tu//startup](#) (BMW/EU-Projekt 03EGH1NW11) (Holzmüller, H.H.; Dotterweich, Ch.)

DISSERTATIONSPROJEKTE

- **Cziehso, G. P.:** How to Handle the Switch From Free to Fee – An Empirical Study in the Context of Mobile-Services.
- **Dotterweich, C.:** Die 360°-Evaluation von sozialen Innovationsprojekten.
- **Faupel, U.:** One product's blessing is another product's curse – spillover effects between certified and non-certified products of the same brand.

- **Jensen, L.:** Methodological Advances and Perennial Problems of Cross-Cultural Research.
- **Köcher, S.:** The Paradox of Points – Theoretical Foundation and Empirical Evidence of Medium Magnitude Effects in Loyalty Programs (Abgeschlossenes Dissertationsprojekt: summa cum laude).
- **Kopshoff, F.:** Der Einfluss organisationaler Beschaffungskompetenz auf den Wert komplexer Beschaffungsprojekte.
- **Samulewicz, C.:** Der Umgang von Konsumenten mit disruptiven Innovationen im FMCG-Markt – Ein explorativer Ansatz zur Analyse von Veränderungsprozessen.
- **Töllner, A.:** Im Blindflug durch's Projektgeschäft – Eine empirische Analyse des außervertraglichen Engagements in industriellen Anbieter/Kunden – Beziehungen.
- **Ulrich, J.:** Winning Hearts and Minds – Die Rolle von Vertriebsmitarbeitern in Business-to-Business Beziehungen.
- **vom Hofe, M.:** Analyse der Akteursstruktur (Change Agents und Schnittstellen) in Stadtquartieren im Kontext der Energiewende.

STUDENTISCHE FORSCHUNG (AUSZUG)

- **Kooperationen bei Abschlussarbeiten und Dissertationen im Berichtszeitraum:** Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA, Dortmunder Energie- und Wasserversorgung GmbH DEW21, Effizienzcluster Logistik Ruhr, Fraunhofer IML, Lokalfunk Dortmund Betriebsgesellschaft mbH & Co. KG/Radio 91.2, RheinEnergie AG, RWE Deutschland AG, RWE Effizienz GmbH

LEHRE

PROJEKTLEHRVERANSTALTUNG „LEARNING BY CONSULTING“

- „Weiterentwicklung von Marketing-Strategien eines Profi-Fußballvereins“, (Projektpartner: Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA, SS 2014)
- „Markenmanagement in der Logistik“, (Projektpartner: Effizienzcluster Logistik Ruhr, SS 2014)
- „Sponsoring-Evaluation“, (Projektpartner: Evonik Industries AG, SS 2014)
- „Marketing für einen Automobilzulieferer“, (Projektpartner: Otto Vollmann GmbH & Co. KG, SS 2014)
- „Analyse der atmosphärischen Gestaltung in Märkten der REWE Group“, (Projektpartner: REWE DORTMUND Großhandel eG, WS 2014/15)
- „Händler- und Konsumentenforschung im Fahrradmarkt“, (Projektpartner: Wilhelm Humpert GmbH & Co. KG, WS2014/15)

DISTINGUISHED GUEST SPEAKER SERIES

- **Dr. Richard Saure**, Vice President Sales, Ammonia and Urea Division, ThyssenKrupp Industrial Solutions AG: 'Marketing and Sales in the Projects Business', Mai 2014.
- **Dr. Arno Lammerts**, Senior Vice President, Group Marketing, wilo SE: 'wilo – Managing an Industrial Brand', Juni 2014.
- **Dr. Paul Harten**, Managing Director/CMO, LIMO Lissotschenko Mikrooptik: 'Industrial Marketing at LIMO', Juni 2014.
- **Holger Struck**, Leitung Marken- und Unternehmenskommunikation, Aloys F. Dornbracht GmbH & Co. KG: „Dornbracht GmbH & Co. KG – Die Marken- und Unternehmenskommunikation eines führenden Premiumherstellers von Armaturen“, Juli 2014.
- **Yasmin Zafar**, Professor of Marketing, Institute for Business Administration, Karachi, Pakistan: 'The Role of Women in Pakistani Business', Oktober 2014.
- **Johann Tjarko Gerdes**, Leiter Marketing, CLAAS Vertriebsgesellschaft mbH: „Marketing für Landmaschinen – Ein Blick hinter die Kulissen eines Weltmarktführers“, November 2014.
- **Dr. Stefan Zeisel**, Head of Procurement Europe West & South, Deutsche Post AG: „Procurement und Beschaffungsmarketing bei der Deutschen Post DHL“, November 2014.
- **Dirk Schaufelberger**, Direktor & Mitglied des Vorstands, Sparkasse Dortmund: "Marktforschung bei Sparkassen – Ziele, Aufgaben und Einsatzfelder", Januar 2015.

DORTMUNDER METHODENWERKSTATT

- **Regionale Dissertantenwerkstatt**, Bergische Universität Wuppertal, Wuppertal, April 2014 (in Kooperation mit: Bergische Universität Wuppertal, Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt, Technische Universität Braunschweig, Universität Paderborn).
- **Dr. Philip Rosenberger III** (University of Newcastle, Australia: '2-for-1 Research Seminar Special! (1) Antecedents to Australian Football Fan Loyalty, and (2) Perceived Value Dimensions and their Influence for Group Travel to Major Events', TU Dortmund, Dortmund, Juli 2014.
- **Dortmunder Marketing-Doktorandenkolloquium**, TU Dortmund, Dortmund, September 2014.
- **Regionale Dissertantenwerkstatt**, TU Dortmund, Dortmund, November 2014 (in Kooperation mit: Bergische Universität Wuppertal, Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt, Rheinisch-Westfälische Technische Hochschule Aachen, Technische Universität Braunschweig, Universität Paderborn).
- **Dortmunder Marketing-Doktorandenkolloquium**, TU Dortmund, Dortmund, Februar 2015.

TRANSFERAKTIVITÄTEN (AUSZUG)

- **Holzmüller, H. H.:** 'Challenges in Cross-cultural Marketing Management', Landesspracheninstitut in der Ruhr-Universität Bochum, Bochum, Juli 2014.
- **Holzmüller, H. H.:** „Indiskretionen, Fehler und Verfehlungen – Die Handhabung von Unternehmenskrisen in der Öffentlichkeit“, Vortrag im Rahmen des „Wirtschaftsgespräch Unna“, Unna, September 2014.
- **Holzmüller, H.H.:** „Marketing-Strategien für Bibliotheken und Ihre Unterstützer“, 1. Arbeitstreffen der Bibliotheks-Freundeskreise in Nordrhein-Westfalen, Dortmund, Juni 2014.
- **Schäfers, T.:** „Carsharing-Kunden in Deutschland: Nutzungsmotive, Einstellungen, Persönlichkeitsmuster“, Vortrag an der AutoUni der Volkswagen AG, Wolfsburg, März 2014.
- **Schäfers, T.:** „Käufer von Elektro- und Hybrid-Fahrzeugen: Kundensegmente und Nutzungsmotive“, Vortrag auf dem 9. DortmunderAutoTag, September 2014.

EXTERNE LEHRTÄTGKEIT

- **Cziehso, G. P.:** „Kommunikation und Präsentation“, Hochschule für angewandtes Management (HAM), Unna, November 2014.
- **Holzmüller, H.H.:** 'Cross-Cultural Marketing Research Methodology' und 'Evolutionary Psychology and Consumer Behavior Research', Vorträge im Rahmen des 'ERASMUS Faculty Mobility Program' an der Marmara University, Istanbul, Türkei, April 2014.
- **Schäfers, T.:** 'Automotive Marketing & Distribution Management', EBS Universität für Wirtschaft und Recht, Wiesbaden, Mai 2014.
- **Schäfers, T.:** 'Distribution Channels and Dealership Management', EBS Universität für Wirtschaft und Recht, Wiesbaden, März 2014.
- **Schäfers, T.:** „Industriegütermarketing“, Universität Kassel & Siegfried Vögele Institut, Executive MBA in Marketing und Dialogmarketing, Februar 2015.
- **Schäfers, T.:** 'Retail Marketing', EBS Universität für Wirtschaft und Recht, Wiesbaden, Februar 2014.

WEITERBILDUNGSAKTIVITÄTEN

- Ahl-Selbstaedt, N.: Qualifizierungslehrgang für die moderne Hochschulverwaltung (H2), WWU Weiterbildung, Münster, Januar 2014–März 2015.
- Faupel, U.: Teilnahme am Qualifizierungsprogramm „Mentoring“³⁴ der UAR, ScienceCareerNet Ruhr, WS 2014/15.
- Heix, S.: „Start in die Lehre 2014“, ZHB TU Dortmund, Dortmund, September 2014
- Jensen, L.: ‘A Science of Human behaviour? GLOBE, Hofstede, Huntington, Trompenaars: Common Foundations, Common Flaws’, Friedrich-Schiller-Universität Jena, Jena, November 2014.
- Kopshoff, F.: ‘English for Advanced – Communication Skills (C1)’, ZHB TU Dortmund, Dortmund, SS 2014.
- Ruffer, S.: „Hochschuldidaktische Grundlagen“, ZHB TU Dortmund, Dortmund, Oktober 2014.
- Ruffer, S.: Promotionscoaching „Kompetenzentwicklung Promovierender“, ZHB TU Dortmund, Dortmund, Januar 2015.
- Schäfers, T.: ‘Case Method Teaching Seminar – The Art and Craft of Discussion Leadership’, Harvard Business School Publishing, Mai 2014.

GUTACHTERTÄTIGKEIT

- Alexander von Humboldt Stiftung, Bonn
- Deutsche Forschungsgemeinschaft, Bonn
- Studienstiftung des Deutschen Volkes e.V., Bonn
- Dortmunder Wirtschaftspreis, Dortmund
- National Science Centre, Polen

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: marketing.wiso@tu-dortmund.de

Web: <http://www.marketing-tudo.de>

Facebook: www.facebook.com/lsm.tu.dortmund

Gedruckt mit freundlicher Unterstützung

 Institut für
Marketingberatung

www.imb-do.de