

# TÄTIGKEITS BERICHT

3/2015 - 2/2016





## **VORWORT**

Sehr geehrte Damen und Herren,

es freut uns, Ihnen den diesjährigen Tätigkeitsbericht des Marketing-Lehrstuhlteams der Technischen Universität Dortmund zu präsentieren. Wir blicken auf zwei Semester mit regen Tätigkeiten in der Forschung und Lehre zurück. Hervorzuheben sind hier zahlreiche hochrangige Publikationen. So konnte vorallem Prof. Dr. Tobias Schäfers mit Beiträgen im Journal of Service Research, Journal of Business Research sowie in den Marketing Letters Veröffentlichungen in renommierten Fachzeitschriften platzieren. Zudem ist die anhaltend starke Präsenz des Dortmunder Marketing-Lehrstuhlteams auf internationalen Konferenzen zu erwähnen. Mit begutachteten Beiträgen auf der European Marketing Academy (EMAC) Annual Conference in Leuven/Belgien oder dem Academy of Marketing Science (AMS) World Marketing Congress in Bari/Italien war unser Team erneut auf einigen der weltweit angesehensten wissenschaftlichen Veranstaltungen vertreten.

Im Bereich der Lehre lag auch im vergangenen Berichtszeitraum ein besonderer Schwerpunkt unserer Tätigkeiten in der Kooperation mit regionalen Partnerunternehmen und der Bearbeitung praxisrelevanter Problemstellungen. Unserem Netzwerk an Praxispartnern ist es zu verdanken, dass sowohl unser Projektseminar "Learning by Consulting" als auch zahlreiche studentische Abschlussarbeiten in enger Zusammenarbeit mit der Wirtschaft bearbeitet werden konnten. Die positive Resonanz sowohl der Studenten als auch der beteiligten Unternehmen bestärkt uns in unserer Anwendungsorientierung in der Ausbildung.

Mit diesem Bericht bedanken wir uns bei den Partnern und Freunden des Marketing-Lehrstuhlteams in Wirtschaft, Wissenschaft und Verwaltung für die angenehme Zusammenarbeit. Und wir hoffen, dass der Blick in unser Leistungsverzeichnis weitere Anregungen für neue gemeinsame Projekte stimuliert. Gern laden wir Sie ein, auch weiterhin mit neuen innovativen Ideen oder Kooperationsvorhaben an uns heranzutreten, die wir erfolgreich gemeinsam bearbeiten können.

Für Ihr Interesse an unserer Arbeit danken wir Ihnen herzlich!

Prof. Dr. Hartmut Holzmüller

JProf. Dr. Tobias Schäfers



## **FORSCHUNG**

## **PUBLIKATIONEN**

- > Enax, L., Weber, B., Ahlers, M., Kaiser, U., Diethelm, K., Holtkamp, D., Faupel, U., Holzmüller, H. H., Kersting M. (2015): "Food packaging cues influence taste perception and increase effort provision for a recommended snack product in children", Frontiers in Psychology, 6:882.
- Hirschinger, M., Moser, R., Schaefers, T., Hartmann, E. (2015):
  "No Vehicle Means No Aid A Paradigm Change for the Humanitarian Logistics Business Model", Thunderbird International Business Review (im Druck).
- > Köcher, S.: "The Paradox of Points Theoretical Foundation and Empirical Evidence of Medium Magnitude Effects in Loyalty Programs", Springer, Wiesbaden, 2015.
- > Kukar-Kinney, M., Close Scheinbaum, A., Schaefers, T. (2016): "Compulsive buying in online daily deal settings: An investigation of motivations and contextual elements", Journal of Business Research, Volume 69, Issue 2, S. 691-699.
- > Schaefers, T., Schamari, J. (2015): "Service Recovery via Social Media: The Social Influence Effects of Virtual Presence," Journal of Service Research (im Druck).
- > Schaefers, T., Lawson, S., Kukar-Kinney, M. (2015): "How the burdens of ownership promote consumer usage of accessbased services", Marketing Letters (im Druck).
- > Schaefers, T., Wittkowski, K., Benoit (née Moeller), S., Ferraro, R. (2016): "Contagious Effects of Customer Misbehavior in Access-Based Services", Journal of Service Research, Volume 19, Issue 1, S. 3-21.
- > Souchon, A. L., Dewsnap, B., Durden, G.R., Axinn, C. N., Holzmüller, H. H. (2015): "Antecedents to export information generation: a cross-national study", International Marketing Review, Volume 32, Issue 6, S. 732-761.
- > Zoellner, F., Schaefers, T. (2015): "Do Price Promotions Help or Hurt Premium-Product Brands? The Impact of Different Price-Promotion Types on Sales and Brand Perception", Journal of Advertising Research, Volume 55, Issue 3, S. 270-283.

#### KONFERENZEN

- > vom Hofe, M., Samulewicz, C., Holzmüller, H. H.: "Tiefkühlkost für Babys: Eine kulturbrechende Herausforderung? Antworten einer Multi-Method-Studie", 52. Wissenschaftlicher Kongress der DGE e.V., Halle (Saale), März 2015.
- > Jensen, L. M.: "Work in Progress: Methodological Advances and Perennial Problems of Cross-Cultural Research", Tagung der Kommission Internationales Management, Fribourg, Schweiz, April 2015.

- > Cziehso, G. P., Schaefers, T.: "Make Me Switch! The Effect of "Freemium" and Price Consciousness in Unexpected Free-to-Fee Switches", 44th European Marketing Academy (EMAC) Annual Conference, Leuven, Belgien, Mai 2015.
- > Cziehso, G. P., Schaefers, T.: "The Choice is Yours How "Free-mium" and Personal Involvement Influence Customers' Responses to Unexpected Free-to-Fee Switches", 44th Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference, Denver, USA, Mai 2015.
- > Dotterweich, C.: "Geht ins Ohr, bleibt im Kopf? An investigation about the influence of local adoptions in radio advertising on recall", 44th European Marketing Academy (EMAC) Annual Conference, Leuven, Belgien, Mai 2015.
- > Holzmüller, H. H., Köcher, S., Küsgen, S.: "Jumping at the Chance: How Damage Values Trigger Opportunistic Customer Claiming Behavior after Service Failure", 44th European Marketing Academy (EMAC) Annual Conference, Leuven, Belgien, Mai 2015.
- > Jensen, L. M.: "Work in Progress: Methodological Advances and Perennial Problems of Cross-Cultural Research", 24th Annual Consortium for International Marketing Research Conference, Wien, Österreich, Mai 2015.
- > Jensen, L. M., Scheer, A.: "Advances and Perennial Problems of Sampling Issues in Cross-Cultural Research", 44th European Marketing Academy (EMAC) Annual Conference, Leuven, Belgien, Mai 2015.
- › Küsgen, S., Köcher, S., Paluch, S.: "When Opinions Differ: The Impact of Standard Deviation and Skewness of Customer Rating Distributions on Product Quality Perceptions", 44th European Marketing Academy (EMAC) Annual Conference, Leuven, Belgien, Mai 2015.
- > Köcher, S.: "Illusory Points: The Effect of the Magnitude of Loyalty Program Currencies on Participation Decisions", 44th European Marketing Academy (EMAC) Annual Conference, Leuven, Belgien, Mai 2015.
- > Schaefers, T., Moser, R., Narayanamurthy, G.: "Risk Reduction at the Base of the Pyramid: The Role of Access-Based Services", 44th European Marketing Academy (EMAC) Annual Conference, Leuven, Belgien, Mai 2015.
- > Kukar-Kinney, M., Close, A., Schaefers, T.: "The Perils of Daily Deal Websites for Compulsive Buyers", EIRASS 22nd International Conference on Recent Advances in Retailing and Services Science, Montreal, Kanada, Juli 2015.
- > Küsgen, S., Köcher, S., Paluch, S.: "Disagreement in Online Ratings: The Effect of Standard Deviation and Skewness of Customer Rating Distributions on Product Quality Perceptions", 18th Academy of Marketing Science (AMS) World Marketing Congress, Bari, Italien, Juli 2015.

- > Köcher, S., Küsgen, S., Holzmüller, H. H.: "Knocking Opportunities: The Impact of Damage Values on Opportunistic Customer Claiming Behavior after Service Failure", 18th Academy of Marketing Science (AMS) World Marketing Congress, Bari, Italien, Juli 2015.
- > Rosenberger III, P. J., Yun, J. H., Rahman, M. M., Köcher, S., de Oliveira, M.: "Beyond the Goal Line: A Cross-Country Investigation of the Determinants of Football Fan Loyalty in Germany, Brazil and China", 48th Academy of Marketing Conference, Limerick, Irland, Juli 2015.
- > Köcher, S., Buber, R.: "Being Unhappy but Trying Again: An Examination of Diverging Service Failure Effects across Full-Services and Self-Services", Australian and New Zealand Marketing Academy (ANZMAC) Conference, Sydney, Australien, November 2015.
- > Jensen, L. M., Scott, D.: "A Five-decade Analysis of Theoretical Advances and Perennial Problems in Cross-Cultural Research", 41st EIBA Annual Conference, Rio de Janeiro, Brasilien, Dezember 2015.
- > Holzmüller, H. H., Rossmann, J.: "Virtual Reality Presentations in International Marketing Customer Stimulation, Education, and Integration in Industrial Sales", Winter Global Business Conference, Tignes, Frankreich, Februar 2016.
- Holzmüller, H. H., Grube. G.: "'Nothing Is As Practical As A Good Theory!' – A Case Analysis of University-Industry Collaboration in Germany as Means for Gaining International Competitive Advantage", Winter Global Business Conference, Tignes, Frankreich, Februar 2016.
- > Cziehso, G. P., Schaefers, T.: "Don't Leave me Hanging! The Effects of Interrupted Preview Endings on Consumers' Buying Behavior", Winter Marketing Educators' Conference (AMA), Las Vegas, USA, Februar 2016.
- > Cziehso, G. P., Schaefers, T.: "You Have to Pay Now! The Effects of Choice Options in Unexpected Free-to-Fee Switches", Winter Marketing Educators' Conference (AMA), Las Vegas, USA, Februar 2016.
- > Faupel, U., Köcher, S. (2016): "You Win Some, You Lose Some: An Investigation of Favorable and Unfavorable Effects of Partial Assortment Certifications", Winter Marketing Educators' Conference (AMA), Las Vegas, USA, Februar 2016.
- > Kessenbrock, A., Köcher, S., Holzmüller, H. H.: "Mobile In-Store Behavior: How Digital Content Enhances Salespersons' Persuasiveness", Winter Marketing Educators' Conference (AMA), Las Vegas, USA, Februar 2016.
- > Schikofsky, J., Köcher, S., Dannewald, T.: "How We Decide to Decide: Measuring Compensatory Decision Processing Strategies", Winter Marketing Educators' Conference (AMA), Las Vegas, USA, Februar 2016.

#### **AUSZEICHNUNGEN**

- > Köcher, S.: "Runner up" bei der AMS Mary Kay Doctoral Dissertation Competition, Auszeichnung der Mary Kay, Inc. und der Academy of Marketing Science für herausragende Dissertationen, Mai 2015.
- > Köcher, S.: Aufnahme in die Global Young Faculty der Stiftung Mercator, Oktober 2015.
- > Köcher, S.: "Nachwuchsförderpreis Verbraucherforschung 2015", Auszeichnung der Verbraucherzentrale NRW für wissenschaftlich exzellente und praxisrelevante Forschungsarbeiten, November 2015.
- > Schäfers, T.: "Lehrpreis der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der TU Dortmund" für die Vorlesung "Markt & Absatz – Marketing" in der Kategorie mehr als 200 Prüfungsteilnehmer, Februar 2016.

#### **GASTAUFENTHALTE**

- > Prof. Joe Cobbs, Ph.D. (Assistant Professor, Northern Kentucky University, Highland Heights, KY, USA), Mai 2015.
- > Dr. Philip Rosenberger III. (Senior Lecturer, University of New-castle, Ourimbah, NSW, Australien), Juli 2015.
- > Prof. Dr. Gopalkrishnan R. Iyer (Professor of Marketing, Florida Atlantic University, Boca Raton, FL, USA), Oktober 2015 (Gambrinus Fellowship der Dortmunder Volksbank).

## **REVIEW-TÄTIGKEIT**

- › American Collegiate Retailing Association (ACRA) Annual Conference
- > American Marketing Association (AMA) Winter Marketing Educators' Conference
- > Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference
- > Academy of Marketing Science (AMS) World Marketing Congress
- > Association for Consumer Research (ACR) North American Conference
- > European Marketing Academy Conference (EMAC) Annual Conference
- > European Journal of Marketing
- > Journal of Service Research
- > International Marketing Review
- > Marketing Review St. Gallen
- > Psychology & Marketing
- > Transportation Research Part A: Policy and Practice

#### LAUFENDE FORSCHUNGSPROJEKTE

 › Ausstrahlungseffekte von zertifizierten Produkten auf das nicht-zertifizierte Produktprogramm. (DFG-Projekt HO 2224/11-1) (Holzmüller, H. H., Köcher, S., Wulf, L.)

- Empirisch basierte Entwicklung eines Instrumentariums zur Identifikation und Entscheidung über die Markteintrittsform sowie die Auswahl von Vertriebspartnern von KMU der WSI bei der Bearbeitung von Auslandsmärkten. (AiF-Projekt 18852 N, in Kooperation mit RIF e.V.) (Holzmüller, H.H., Rebsch, S.)
- » "Energieeffizienz im Quartier Clever versorgen.umbauen. aktivieren": Fortschrittskolleg 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 metropoleruhr GmbH) (Holzmüller, H.H., vom Hofe, M.)

## **FORSCHUNGSAUFENTHALTE**

- > Schäfers, T.: Visiting Researcher, Aalto University School of Business, Helsinki, Finnland, August-September 2015.
- > Holzmüller, H. H.: International Visiting Research Fellow, University of Newcastle, Ourimbah, NSW, Australien, September-Oktober 2015.

## 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 cursespillover effects between certified and non-certified products of the same brand.
- > Heix,S.: Core Challenges and Methodological Issues in Cross-Cultural Research within the Theoretical Frameworks of Individual Multiculturalism and Dynamic Constructionism.
- > Jensen, L. M.: Methodological Advances and Perennial Problems of Cross-Cultural Research.
- > Kessenbrock, A.: Mobile In-store Behavior: How Digital Content Increases Salespersons' Persuasiveness.
- > Kopshoff, F.: Der Einfluss organisationaler Beschaffungskompetenz auf den Wert komplexer Beschaffungsprojekte.
- > Küsgen, S.: The Impact of Online Product Reviews on Consumer Decision Making Processes.
- > Ruffer, S.: Vertriebsseitige Herausforderungen von Betreibermodellen.
- > Samulewicz, C.: Der Umgang von Konsumenten mit disruptiven Innovationen im FMCG-Markt – Ein explorativer Ansatz zur Analyse von Veränderungsprozessen.

- > Töllner, A.: Im Blindflug durchs 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.: Energiewende im Quartier Fallbasierte Explorationen von Sanierungsentscheidungen und Eigentümeraktivierung.
- > Wulf, L.: Ausstrahlungseffekte von zertifizierten Produkten auf das nicht-zertifizierte Produktprogramm.

## STUDENTISCHE FORSCHUNG (AUSZUG)

> Kooperationen bei Abschlussarbeiten und Dissertationen im Berichtszeitraum: 3M Deutschland GmbH, Agentur konzeptschmiede-do, August Rüggeberg GmbH & Co. KG, BioIndustry e.V., Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA, Douglas Holding AG, Ford Motor Company Ltd., Handwerksbau AG, iX-factory GmbH, Leopold Kostal GmbH & Co. KG., Lokalfunk Dortmund Betriebsgesellschaft mbH & Co. KG/ Radio 91.2, Murtfeldt Kunststoffe GmbH & Co. KG, RWE Vertriebs AG, SMS Siemag AG, Stadt Waltrop, Thalia Holding GmbH, thyssenkrupp Steel Europe AG.

## ABSOLVENTEN HABEN EINGESTELLT

- > Abercrombie & Fitch Co.
- > Adidas AG
- > arvato Financial Solutions infoscore Forderungsmanagement GmbH
- › Lindt & Sprüngli GmbH
- > Peek & Cloppenburg KG
- > Pernod Ricard Deutschland GmbH
- > SMS group GmbH
- > VDI Verein Deutscher Ingenieure e.V.
- > VNR Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG
- > w3logistics AG

## **LEHRE**

## PROJEKTLEHRVERANSTALTUNG "LEARNING BY CONSULTING"

- » "Markt- und Kundenorientierte Standortanalysen von Mietobjekten" (Projektpartner: Handwerksbau AG, SS 15)
- », Verbesserung des Marketing-Konzepts für einen großen Verband auf Basis empirischer Analysen" (Projektpartner: Verband Wohneigentum NRW, SS 2015)

- » "Weiterentwicklung des Marketing-Konzeptes eines Polyesterfaser-Herstellers" (Projektpartner: Advansa GmbH, WS 15/16)
- > "Entwicklung eines Stadtmarketing-Konzeptes" (Projektpartner: Stadt Waltrop, WS 15/16)

## DISTINGUISHED GUEST SPEAKER SERIES

- > Prof. Joe Cobbs, Ph.D., Assistant Professor, Northern Kentucky University, Highland Heights, KY, USA: "Measuring and Visualizing Rivalry", Mai 2015.
- > Frank Henn, Marketingleiter, PFERD Werkzeuge, August Rügeberg GmbH & Co. KG: "Services to Make the Difference", Juni 2015.
- Dr. Arno Lammerts, Senior Vice President, Group Marketing, wilo SE: "wilo Managing an Industrial Brand", Juni 2015.
- › Dr. Richard Saure, Head of Product Line Phosphate Fertilizers, thyssenkrupp Industrial Solutions AG: "Marketing and Sales in the Project Business", Juni 2015.
- > Ralf Steinhoff, Inhaber der Werbeagentur Studio Steinhoff: "Die Verknüpfung von Online-Marketing und Customer Relationship Management", Juni 2015.
- > James Buckley, Managing Director Marketing / Business Development Legware, FALKE Group, "The Falke Group 120 years of passion for knit", Juli 2015.
- Dr. Philip Rosenberger III., Senior Lecturer, University of Newcastle, Ourimbah, NSW, Australia, "Investigating the Determinants of Football Fan Loyalty in Germany, Brazil and China", Juli 2015.
- > Prof. Dr. Gopalkrishnan R. Iyer, Professor of Marketing, Florida Atlantic University, Boca Raton, FL, USA: "Between Capital and Conservation: The Case for a Multilateral Approach to Sustainability", Oktober 2015.
- > Ömer Atiker, Gründer und Geschäftsführer Click Effect Internet Marketing GmbH, "Digitale Strategie – Wie Unternehmen die Zukunft überleben", Dezember 2015.
- Dr. Robert Britton, Principal, AirLearn und Adjunct Professor, Georgetown University, Washington, D.C., "Airline Revenue Management-An Inside View", Dezember 2015.
- > Oliver Krück, Marketing Manager, ültje GmbH & Co. KG: "Das sind doch nur Peanuts – Marketing der Traditionsmarke ültje", Januar 2016.
- Angelos Georgiou, Retailer Services Group Account Manager, ACNielsen, "We understand the importance of knowing what consumers watch and buy. That's our passion and the very heart of our business". Januar 2016.

## DORTMUNDER METHODENWERKSTATT

- Dortmunder Marketing-Doktorandenkolloquium, TU Dortmund, Dortmund, Oktober 2015.
- > Regionale Dissertantenwerkstatt, Technische Universität Braunschweig, November 2015 (in Kooperation mit: Bergische Universität Wuppertal, Technische Universität Braunschweig, Universität Paderborn).
- Dr. Daniel Müller (TU Dortmund, Institut für Journalistik) Einführung in die computergestützte Inhaltsanalyse mit MaxQDA, Dezember 2015.
- Dortmunder Marketing-Doktorandenkolloquium, TU Dortmund, Dortmund, Januar 2016.

## TRANSFERAKTIVITÄTEN (AUSZUG)

- Schäfers, T.: "Sharing Economy", Vortrag im Rahmen der Jahrestagung UNITI Bundesverband mittelständische Mineralölunternehmen, München, Februar 2015.
- > Holzmüller, H.H.: "Wie gewinnt Dortmund Führungskräfte und High Potentials", Immobilien-Dialog Dortmund 2015, April 2015.
- > Holzmüller, H.H.: "Brand Management in Professional Football Conceptual Insights and a Best Practice Case from Germany", German-Australian Chamber of Industry and Commerce, Sydney, Australien, September 2015.
- > Holzmüller, H.H.: "Steinzeitmensch im Supermarkt", Vortrag im Rahmen des "Tag der offenen Tür" der TU Dortmund, Oktober 2015.
- > Holzmüller, H.H.: "Virtual Reality als Marketinginstrument -Customer Stimulation, Education und Integration im Industrievertrieb", Bundesverband Industrie Kommunikation e.V.", Darmstadt, Oktober 2015.
- > Holzmüller, H.H.: "Made in Germany: Wie wir vom "Land der Erfinder' zum "Land der Gründer' werden", Moderation im Rahmen des Gründerforum NRW, TU Dortmund, Dortmund, November 2015.
- > Schäfers, T.: "Motive Dispersion", Gastvortrag im Rahmen der Research Seminar Series, Aalto University School of Business, Helsinki, Finnland, September 2015.
- > Schäfers, T.: "Social Media Mechanismen der Marktkommunikation", Gastvortrag, Universität Kassel, Dezember 2015.

## EXTERNE LEHRTÄTGIKEIT

> Holzmüller, H.H.:"Methods and Methodology in Cross-Cultural Research" PhD Course, organisiert durch das "European Institut for Advanced Studies in Management" (EIASM) und "The Finnish Doctoral Program in Business Studies" (KATAJA), Universität Vaasa, Schweden, Juni 2015.

- > Köcher, S.: "Advanced Marketing Research", Workshop, RWTH Aachen, Aachen, SS 2015.
- > Kopshoff, F.: "Gründermarketing", Vortrag und Workshop im Rahmen des Projekts TU Startup, TU Dortmund, Dortmund, November 2015.
- > Schäfers, T.: "Automotive Marketing & Distribution Management in Europe", Summer School, EBS Universität für Wirtschaft und Recht, Wiesbaden, Mai/Juni 2015.
- > Schäfers, T.: "Retail Marketing", EBS Universität für Wirtschaft und Recht, Wiesbaden, Februar 2015.

## **SONSTIGES**

## WEITERBILDUNGSAKTIVITÄTEN

- > Cziehso, G. P.: "Mediation and Moderation Analysis Using PRO-CESS: A Second Course"", Workshop unter der Leitung von Prof. Dr. Andrew F. Hayes, Philadelphia, USA, November 2015.
- > Faupel, U.: Teilnahme am Qualifizierungsprogramm "Mentoring3" der UAR, ScienceCareerNet Ruhr.
- > Jensen, L.M.: Teilnahme am zertifizierten Weiterbildungsprogramm "Professionelle Lehrkompetenz für die Hochschule in Nordrhein-Westfalen", ZHB TU Dortmund, Dortmund.
- > Küsgen, S.: "Workshop on the Critical Incident Technique", The 2015 "Let's talk about Service" Workshop, Namur, Belgium, Dezember 2015.
- > Ruffer, S.: Teilnahme am zertifizierten Weiterbildungsprogramm "Professionelle Lehrkompetenz für die Hochschule in Nordrhein-Westfalen", ZHB TU Dortmund, Dortmund.
- > vom Hofe, M.: "EDEN Doctoral Seminar in Qualitative Methods in Business Research", Brüssel, Belgien, Mai 2015.
- > vom Hofe, M.: Teilnahme am zertifizierten Weiterbildungsprogramm "Professionelle Lehrkompetenz für die Hochschule in Nordrhein-Westfalen", ZHB TU Dortmund, Dortmund.

## **GUTACHTERTÄTIGKEIT**

- > Alexander von Humboldt Stiftung, Bonn
- > Deutsche Forschungsgemeinschaft, Bonn
- > Studienstiftung des Deutschen Volkes e.V., Bonn
- > Dortmunder Wirtschaftspreis, Dortmund
- > Oesterreichische Nationalbank, Wien/Österreich
- > Bergische Universität Wuppertal, Wuppertal
- > Wirtschaftsuniversität Wien, Wien/Österreich
- > National Science Centre, Kraków / Polen

## **KONTAKT**

Lehrstuhl für Marketing Technische Universität Dortmund 44221 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

#### Besucheradresse:

Campus Nord Otto-Hahn-Straße 6 Gebäude Chemie C1-06-731

Gedruckt mit freundlicher Unterstützung



www.imb-do.de