

TÄTIGKEITS BERICHT

3/2017 – 2/2018

VORWORT

Sehr geehrte Damen und Herren,

mit großer Freude präsentieren wir Ihnen den diesjährigen Tätigkeitsbericht des Lehrstuhls für Marketing und der Juniorprofessur für Technologie- und Industriegütermarketing. Wir blicken auf ein ereignisreiches Jahr in Forschung und Lehre zurück, in welches wir Ihnen gerne einen Einblick geben. Die Ergebnisse unserer Forschungsprojekte konnte das Marketing-Team auf renommierten Fachkonferenzen präsentieren und in internationalen Fachzeitschriften veröffentlichen. Besonders erfreulich ist, dass einzelne begutachtete Beiträge mit angesehenen Preisen ausgezeichnet wurden. Darunter fallen z. B. der Stanley C. Hollander Best Retailing Paper Award der Academy of Marketing Science (AMS) und der Best Paper Award for Sustainability and Corporate Social Responsibility der American Marketing Association (AMA).

Praxisrelevante Problemstellungen und Kooperationen mit namhaften regionalen Unternehmen und Institutionen prägten die Lehre im vergangenen Jahr. Insbesondere unser Projektseminar „Learning by Consulting“ hat sich erneut als ein wichtiger Baustein für eine anwendungsorientierte Ausbildung erwiesen. Aufgrund der Beliebtheit unseres praxisnahen Lehrangebotes bei den Studierenden sowie positiven Rückmeldungen unserer Praxispartner werden wir auch in Zukunft eng mit der Wirtschaft zusammenarbeiten. Weiter freuen wir uns sehr, dass Juniorprofessor Dr. Tobias Schäfers aufgrund seiner sehr erfolgreichen Forschungs- und Lehrtätigkeit einen Ruf an die Copenhagen Business School erhalten hat. Prof. Schäfers setzt damit die Reihe erfolgreicher Hochschullehrer fort, die ihre wissenschaftliche Karriere mit einer Juniorprofessur an der TU Dortmund begonnen haben.

Für die angenehme Zusammenarbeit bedanken wir uns an dieser Stelle ganz herzlich bei Partnern und Freunden des Lehrstuhls aus den Bereichen Wirtschaft, Wissenschaft und Verwaltung. Gerne laden wir Sie ein, einen Blick in unseren Tätigkeitsbericht zu werfen. Vielleicht stimuliert dieser neue Ideen für gemeinsame Projekte und die Zusammenarbeit mit uns.

Vielen Dank für Ihr Interesse

Prof. Dr. Hartmut Holzmüller

JProf. Dr. Tobias Schäfers



PUBLIKATIONEN

- › Cziehso, G. P. (2017): "Making Money with Paid Content: Empirical Investigations on Consumers' Reactions to Free-to-Fee Switches and Preview Characteristics", Dissertationsschrift (<http://dx.doi.org/10.17877/DE290R-18231>).
- › Husemann-Kopetzky, M., Köcher, Sö. (2017): "Price Endings that Matter: A Conceptual Replication of Implicit Egotism Effects in Pricing", Journal of Marketing Behavior, 2(4), 313-324.
- › Jensen-Lampiri, L. M. (2017): "Advances and Perennial Problems of Cross-Cultural Business Research Practices: A Review of Reviews", Dissertationsschrift (<http://dx.doi.org/10.17877/DE290R-18242>).
- › Klute-Wenig, S., Rebsch, S., Holzmüller, H. H., Refflinghaus, R. (2017): „Improving the Selection of International Distribution Partners by Using Quality Management Methods“, International Journal of Quality and Service Sciences, 9(3/4), 241-250.
- › Schaefers, T., Moser, R., Narayanamurthy, G.: "Access-Based Services for the Base of the Pyramid", Journal of Service Research (forthcoming).

KONFERENZEN

- › De Keyser, A., Köcher, Sa., Nasr, L.: "Frontline Technology Infusion: Conceptual Archetypes and a Future Research Agenda", 2018 Organizational Frontline Symposium, New Orleans, USA, Februar 2018
- › Holzmüller, H. H., Autmaring, T.: "The Acceptance of Ethnography as Research Tool for the Improvement of B2B Products", Winter Global Business Conference, Tignes, Frankreich, Januar 2018
- › Köcher, Sa., Köcher, Sö.: "Online Ratings as a Risk Reducer - The Impact of the Presence of Online Customer Ratings on Decision Making Processes", AMA Winter Academic Conference, New Orleans, USA, Februar 2018
- › Baginski, J. P., vom Hofe, M., Weber, C.: "A Consumer Decision-Making Process? Unfolding Energy Efficiency Decisions of German Owner-Occupiers", 12th International Centre for Sustainable Development of Energy, Water and Environment Systems (SDEWES) Annual Conference, Dubrovnik, Kroatien, Oktober 2017
- › Cziehso, G. P., Schaefers, T., Kukar-Kinney, M.: "Switching from Free to Fee: More than Just a Price Increase?" 46th Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference, Coronado Island, USA, Mai 2017

- › Heix, S., Wulf, L., Köcher, Sö., Holzmüller, H. H.: „Is Two really better than One? The Effects of Dual Language Labelling on Consumer Perceptions and Purchase Intention“, 46th Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference, Coronado Island, USA, Mai 2017
- › vom Hofe, M., Frensemeier, E.: „Determinants shaping the Decision for Energy Efficient Refurbishments in Private Homes: Empirical Evidence and Theoretical Contribution“, 1st International Conference for Energy Research & Social Science (ERSS), Sitges, Spanien, April 2017
- › vom Hofe, M., Baginski, J. P., Holzmüller, H. H.: „Money isn't Everything!? Investigating Public Policies to Engage Energy Efficiency in Private Homes: An Empirical Analysis on Consumer Motives“, 46th Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference, Coronado Island, USA, Mai 2017
- › Holzmüller, H. H., Raphael, T.: “Case Studies in the German Craft Beer Community“, Scottish Universities Insight Institute, Workshop on “Crafting Growth: Exploring Emerging Potential & Challenges of Extended Collaboration for Scotland's Craft Beer Sector“, Edinburgh, Großbritannien, Mai 2017
- › Holzmüller, H. H., Guercini, S., Heix, S., Rosenberger III, P.J., Runfola, A., Shu, C.: „To Pimp Up or not to Pimp Up Your Local Product with a 2nd Language? Effects of Dual-Language Labelling on Product Attractiveness“, 26th Consortium for International Marketing Research, Florenz, Italien, Juni 2017
- › Holzmüller, H. H., Rebsch, S., Refflinghaus, R., Klute-Wenig, S.: “Development of a Decision-Support-System for the Systematic Selection of International Distribution Partners“, ESCE Paris, Frankreich, Oktober 2017
- › Jensen-Lampiri, L. M., Holzmüller, H. H.: “Chasing after Theoretical Rigor in Cross-Cultural Research: Developments in dealing with Theoretical Complexity“, American Marketing Association (AMA) Global Marketing SIG Conference, Havana, Kuba, April 2017
- › Kessenbrock, A., Köcher, Sö.: “Information Search at the Point of Sale: How Information Source Influences Customers' Purchase Channel Switching Intentions“, 46th Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference, Coronado Island, USA, Mai 2017
- › Nasr, L., Köcher, Sa., Albrecht, K., De Keyser, A., Kandampully, J.: “The Future of Technology in Service – A Research Agenda“, Frontiers in Service Conference, New York City, USA, Juni 2017
- › Nasr, L., Köcher, Sa., Albrecht, K., De Keyser, A., Kandampully, J.: “The Future of Technology in Service – A Research Agenda“, QUIS15 Symposium, Porto, Portugal, Juni 2017

- › Ruffer, S., Schaefers, T.: “Entering the Performance-Based Contracting Business: An Exploration of Sales-Related Challenges”, Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference, Coronado Island, USA, Mai 2017
- › Schaefers, T., Falk, T.: “Substitutive vs. Complementary Use of Access-Based Services: Differences in Usage and Motivational Patterns,” Frontiers in Service Conference, New York City, USA, Juni 2017
- › Wulf, L., Köcher, Sö.: “The Bright and Dark Sides Of Product Certifications – Exploring Side Effects On Consumers’ Perceptions Of Non-Certified Products“, 46th Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference, Coronado Island, USA, Mai 2017
- › Wulf, L., Köcher, Sö., Holzmüller, H. H.: “When Certifying Sustainability can Backfire – Assessing Side Effects of Sustainability Labels on Non-Certified Products of the Same Brand“, Summer American Marketing Association (AMA) Conference, San Francisco, USA, August 2017

AUSZEICHNUNGEN

- › Cziehso, G. P., Schaefers, T., Kukar-Kinney, M.: „Stanley C. Hollander Best Retailing Paper Award of the Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference“, Coronado Island, Mai 2017
- › Cziehso, G. P.: „Lehrpreis der Fakultät Wirtschaftswissenschaften der TU Dortmund“ für die Vorlesung „Präsentationstechniken“ in der Kategorie mehr als 200 Prüfungsteilnehmer, August 2017
- › De Keyser, A., Köcher, Sa., Nasr, L.: Awarded as one of the two winners for young scholar submission to the 2018 Organizational Frontline Symposium sponsored by AMA Sheth Foundation, New Orleans, Februar 2018
- › Holzmüller, H. H.: Nominierung zum „Unicum Professor des Jahres 2017“
- › Schaefers, T., Wittkowski, K., Benoit, S., Ferraro, R.: „Best Article Finalist 2016, Journal of Service Research“, Juni 2017
- › Wulf, L., Köcher, Sö., Holzmüller, H. H.: „Best Paper Award Sustainability and Corporate Social Responsibility of the Summer American Marketing Association (AMA) Conference“, San Francisco, USA, August 2017

GASTAUFENTHALTE

- › Prof. Dionysios Skarmneas, Ph.D. (Professor Athens University of Business and Economics, Griechenland), April 2017 (Gambinus Fellowship der Dortmunder Volksbank)
- › Prof. Rosellina Ferraro, Ph.D. (Associate Professor of Marketing, University of Maryland, College Park, MD, USA), Juni-Juli 2017
- › Dr. Itzhak Gnizy (Lecturer in the Information Systems and Marketing Specializations, Faculty of Business Administration, Ono Academic College, Kiryat Ono, Israel), August 2017
- › Sandra Hernández, M.Sc. (Research Assistant, Pontifical University of Salamanca, Salamanca, Spanien), August-Oktober 2017
- › Philip J. Rosenberger III., Ph.D. (Senior Lecturer, University of Newcastle, Ourimbah, NSW, Australien), September 2017
- › Prof. Constantine S. Katsikeas, Ph.D. (Professor of Marketing & International Management, Leeds University Business School, Leeds, Großbritannien), November 2017
- › Prof. Dr. Edwin Nijssen (Department of Industrial Engineering & Innovation Science, Eindhoven University of Technology, Eindhoven, Niederlande), November 2017

REVIEW-TÄTIGKEIT

- › American Marketing Association (AMA) Global Marketing SIG
- › American Marketing Association (AMA) Public Policy Conference
- › American Marketing Association (AMA) Winter Marketing Educators' Conference
- › Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference
- › Consortium for International Marketing Research
- › European Journal of Marketing
- › Journal of Business Research
- › Journal of Interactive Marketing
- › Journal of Marketing Management
- › Journal of Services Marketing
- › Journal of Service Research
- › Transportation Research Part A: Policy and Practice

FORSCHUNGSPROJEKTE

- › Energieeffizienz im Quartier – Clever versorgen.umbauen.aktivieren

Das inter- und transdisziplinäre Fortschrittskolleg nimmt sich dem Thema der Energiewende in Deutschland an. Dabei wird am Beispiel des Ruhrgebiets die Frage geklärt, mit welchen Maßnahmen die Energieeffizienz in Stadtquartieren erhöht werden kann. Aus den Forschungsergebnissen werden Strate-

gien abgeleitet, mit denen bundesweit Immobilienbesitzer zum Energiesparen aktiviert werden können.

Fortschrittskolleg NRW, Konsortium unter der Leitung der TU Dortmund. (Konsortialpartner: Universität Duisburg-Essen, Universität Bochum, Hochschule Bochum, Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie GmbH und Wirtschaftsförderung metropol Ruhr GmbH) (Holzmüller, H.H., vom Hofe, M.)

› **Ausstrahlungseffekte von zertifizierten Produkten auf das nicht-zertifizierte Produktprogramm.**

Seit einigen Jahren ist ein zunehmendes Bewusstsein bei Konsumenten für gesundheits-, umwelt- und ethikbezogene Aspekte bei Kaufentscheidungen zu beobachten. Daher gewinnen für Unternehmen Gütesiegel immer mehr an Bedeutung. Das Forschungsprojekt untersucht insbesondere im Lebensmittelkontext die Wirkung solcher Gütesiegel und konzentriert sich darauf, welche Konsequenzen die Zertifizierung einzelner Produkte auf die Kundenwahrnehmung anderer nicht-zertifizierter Produkte derselben Marke hat. Durch diese Betrachtung und die Identifikation von situativen, produktbezogenen und persönlichen Einflussgrößen werden praktische Empfehlungen bezüglich einer optimalen Zertifizierungsstrategie für Unternehmen abgeleitet.

(DFG-Projekt HO 2224/11-1: ausgelaufen zum 30. November 2017) (Holzmüller, H.H., Köcher, Sö., 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.**

Neue Kommunikations-, Transport- und Handelswege bieten vielfältige Chancen für den Auf- und Ausbau von Auslandsaktivitäten. Für kleine und mittelständische Unternehmen existieren häufig jedoch große Herausforderungen auf dem Weg zu erfolgreichen internationalen Geschäftsbeziehungen. Im Forschungsprojekt wird ein Instrument entwickelt, das für diese Unternehmen die effiziente Auswahl von Vertriebs- und Servicepartnern ermöglicht. Hierbei werden auf die jeweilige unternehmerische Ausgangslage abgestimmte Leitfäden und Handlungsempfehlungen zur Gestaltung des Markteintritts in Auslandsmärkten sowie eine auf Kriterien gestützte Vorgehensweise zur Auswahl von Vertriebspartnern entwickelt.

(AiF-Projekt 18852 N, in Kooperation mit RIF e.V.: ausgelaufen zum 31. Dezember 2017) (Holzmüller, H.H., Rebsch, S.)

› **INDUSTRIAL-GEMBA: Der Einsatz nutzerorientierter „Go to the Gemba“-Strategien für KMU zur Erhöhung der Kundenorientierung in der Produktentwicklung und -verbesserung in Industriegütermärkten**

Um in einem internationalen Markt wettbewerbsfähig zu bleiben, stehen viele Industrieunternehmen unter einem

hohen Innovationsdruck. Daher hat die kosteneffektive Neuproduktentwicklung einen besonderen Stellenwert. Mit dem Forschungsprojekt wird eine neuartige Methode entwickelt, mit der kleine und mittelständische Unternehmen die Handhabung von industriellen Produkten durch Nutzer bzw. Anwender erforschen können. Durch den Einsatz von ethnografischen Methoden, also Techniken aus der empirischen Völkerkundeforschung, werden Produktnutzer mit teilnehmender Beobachtung am Arbeitsplatz analysiert und so als Quelle für Produktneuentwicklungen und -verbesserungen genutzt. Damit werden für kleine und mittelständische Unternehmen Strategien entwickelt, mit denen die Erfolgsaussichten bei der Markteinführung von neuen Produkten erhöht werden können.

(Holzmüller, H.H., Refflinghaus R.) (AiF-Projekt 19303 N, in Kooperation mit RIF e.V.)

› **The benefits of sectoral clustering for peripheral SMEs innovativeness – The case of the ‘micro-brewing movement’ across Europe**

In einem interdisziplinären Forschungskonsortium, bestehend aus Wirtschaftswissenschaftlern, Brauereimitarbeitern, und politischen Entscheidungsträgern aus neun europäischen Ländern, arbeiten der Lehrstuhl für Marketing und die Juniorprofessur für Technologie- und Industriegütermarketing an einem Projektantrag für das europäische Förderprogramm Horizon 2020. Unter der Leitung der schottischen Universitäten Strathclyde und Heriot Watt soll untersucht werden, welche Rolle Branchennetzwerke für den Erfolg von Mikro-Brauereien spielen. Für die erste Phase der Projektkonzeption wurde dem Konsortium eine Anschubfinanzierung durch das Scottish Universities Insight Institute gewährt.

Forschungsinitiative der Strathclyde University, Glasgow/ Großbritannien, mit 9 europäischen Partnern (Startfinanzierung durch das Scottish Universities Insight Institute) (Jensen-Lampiri, L.M., Holzmüller, H.H., Schäfers, T.)

FORSCHUNGSaufenthalte

- › **Schäfers, T.:** Visiting Researcher, Aalto University School of Business, Helsinki, Finnland, Juli 2017

DISSERTATIONSPROJEKTE

- › **Autmaring, T.:** Der Einsatz nutzerbezogener „Go to the Gemba“-Strategien für KMU zur Erhöhung der Kundenorientierung in der Produktentwicklung und -verbesserung in Industriegütermärkten
- › **Beel, J.:** Winning Hearts and Minds - Die Rolle von Vertriebsmitarbeitern in Business-to-Business Beziehungen
- › **Cziehso, G. P.:** Making Money with Paid Content: Empirical Investigations on Consumers' Reactions to Free-to-Fee Switches and Preview Characteristics (Abgeschlossenes Dissertationsprojekt: summa cum laude)
- › **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
- › **Heix, S.:** Is it better to take Two? Effects of Dual Language Labeling: A Multi-Methods Approach
- › **vom Hofe, M.:** Energetische Sanierung von Einfamilienhäusern: Drei Essays über Motive, Entscheidungsprozesse und Aktivierungsmöglichkeiten bei privaten Eigentümern
- › **Jensen-Lampiri, L. M.:** Advances and Perennial Problems of Cross-Cultural Research Practices: A Review of Reviews (Abgeschlossenes Dissertationsprojekt: magna cum laude)
- › **Köcher, Sa.:** The Impact of Online Product Reviews on Consumer Decision Making Processes
- › **Kopshoff, F.:** Organisationale Kundenkompetenz im Projektgeschäft - Konzeptualisierung, Messung und Validierung
- › **Rebsch, S.:** Vertriebspartnerwahl im Auslandsgeschäft: Eine empirische Analyse am Beispiel von internationalen KMU im B2B-Bereich
- › **Ruffer, S.:** Herausforderungen beim Vertrieb industrieller Betreibermodelle
- › **Töllner, A.:** Im Blindflug durchs Projektgeschäft - Eine empirische Analyse des außervertraglichen Engagements in industriellen Anbieter/ Kundenbeziehungen
- › **Wulf, L.:** Three Essays on Spillover and Side Effects of Product Certifications on Non-Certified Bystander Products in a Product Line

KOOPERATION IN DER STUDENTISCHEN FORSCHUNG BEI ABSCHLUSSARBEITEN UND DISSERTATIONEN (AUSZUG)

- › Bergmann Brauerei
- › Deutsches Fußballmuseum
- › Hella
- › Hellweg-Baumärkte
- › Kommunikation2B
- › LIDL
- › Remondis
- › Schaeffler Engineering
- › Stadt Dortmund
- › Theater- und Konzertfreunde Dortmund e. V.
- › Ültje
- › Wirtschaftsförderung Metropol Ruhr und Regionalverband Ruhr
- › World Vision

LEHRE

PROJEKTLHRVERANSTALTUNGEN „LEARNING BY CONSULTING“

- › „360°-Marketingforschung für das DFM“, (in Kooperation mit dem Deutschen Fußballmuseum, WS 16/17)
- › „Employer Branding als Marketingaufgabe“, (in Kooperation mit Hellweg-Baumärkte, SS 17)
- › „Health Care Marketing am Beispiel eines ambulanten Pflegedienstleisters“, (in Kooperation mit Familien- und Krankenpflege Bochum gGmbH, SS 17)
- › „If This Then That @ Home: Konsumentenwahrnehmung von Heimautomatisierung“, (in Kooperation mit Lemonbeat GmbH, SS 17)
- › „Marktorientiertes Review und Weiterentwicklung des Managements“, (in Kooperation mit Theater- und Konzertfreunde Dortmund e. V., WS 17/18)
- › „Kundenbeziehungsmanagement bei einem lokalen Kreditinstitut“, (in Kooperation mit Volksbank Lüdinghausen-Olfen eG, WS 17/18)

GUEST SPEAKER

- › Katrin ten Voorde, Marketing Communications Manager, Vossloh AG: „Transformation of B2B marketing communication at Vossloh“, Mai 2017
 - › Christian Stockfleth, Account Manager, Leiter BFS health finance: „Besser eine bessere Marke, als ein besseres Produkt. Ein 360 Grad-Markenrelaunch im Healthcare-Markt.“, Mai 2017
 - › Oliver Geisselhart, Professioneller Speaker bei TeamGeisselhart GmbH: „Wie Sie überzeugend präsentieren und durch Vorträge 100mal mehr Menschen erreichen!“, Juni 2017
 - › Maren Haimhof, Senior Expert People Development & Future Work, thyssenkrupp AG: „Präsentationstechniken im Bewerbungsprozess“, Juni 2017
 - › Dr. Richard Saure, Head of Operating Unit Nitrates and Phosphates, thyssenkrupp Industrial Solutions: „Marketing and Sales in the Projects Business“, Juni 2017
 - › Markus Seliger, ZEB, Senior Consultant: „Präsentationstechniken – Erfahrungen aus der Unternehmensberatung“, Juni 2017
 - › André M. Steeg, Senior Executive Marketing International, Produktmanager bei Dr.Oetker: „International Marketing for Food Businesses - The Ultimate Challenge.“, Juni 2017
 - › Robert Wilhelm, Vertriebstrainer bei RW Trainings: „Präsentationstechniken im Verkauf“, Juni 2017
 - › Barbara Kleine-Kalmer, Jack Reedy, Anahita Maessoumi, Manager bei ABInBev: „Marketingplanung - Eine Fallstudie der Beck's Kampagne: Erst mit dir wird's legendär.“, Juli 2017
 - › Thomas Köhne, Geschäftsleiter für Vertrieb National, TEDi GmbH & Co. KG: „Aktuelle Trends und Herausforderungen im stationären Einzelhandel.“, Dezember 2017
 - › Pascal Kremp, Gründer und Geschäftsführer von Pinetco: „Digitale Werbung: Facebook als Werbeplattform“, Januar 2018
 - › Melanie Schulz & Matthias Jacob, Manager Market Research, WILO SE: „Marktforschung @ WILO SE“, Januar 2018
- 

DORTMUNDER METHODENWERKSTATT

- › **Dortmunder Marketing-Doktorandenkolloquium**, TU Dortmund, Dortmund, März 2017
- › **Regionale Dissertantenwerkstatt**, Technische Universität Dortmund, März 2017 (in Kooperation mit Bergische Universität Wuppertal, Technische Universität Braunschweig, Universität Paderborn)
- › **Prof. Rosellina Ferraro**, Ph.D., Profesor of Marketing University of Maryland, USA: „Brands and Social Issue Involvement“, Juli 2017
- › **Regionale Dissertantenwerkstatt**, Technische Universität Braunschweig, Dezember 2017 (in Kooperation mit Bergische Universität Wuppertal, Technische Universität Braunschweig, Universität Paderborn)

TRANSFERAKTIVITÄTEN (AUSZUG)

- › **Holzmüller, H. H.**: „The Displacebo Effect“, Universidade do Algarve, Faro, Portugal, Mai 2017
- › **Holzmüller, H. H.**: „Market Driven vs. Market Driving - Was können mittelständische Unternehmen von Starbucks, Amazon, Ikea & Co. lernen?“, Vortrag an der Johannes Kepler Universität Linz, Österreich, Oktober 2017
- › **Holzmüller, H. H.**: „Market Driven - Was können Führungskräfte in mittelständischen Unternehmen von den Marktreibern Ikea, Starbucks, Amazon & Co. lernen?“, Vortrag auf 5. Dortmunder Forum für Führung und Organisation, Dortmund, Oktober 2017
- › **vom Hofe, M.**: „Erkenntnisse aus der Marketingforschung über die Motivation von Einzeleigentümern zur energetischen Quartierserneuerung“, Vortrag auf dem Erfahrungsaustausch „Energetische Quartierserneuerung“ des Ministeriums für Heimat, Kommunales, Bau und Gleichstellung des Landes NRW, Steinfurt, Dezember 2017

EXTERNE LEHRTÄTGKEIT

- › **Cziehso, G. P.**: „Kommunikation und Präsentation“, Hochschule für angewandtes Management (HAM), Unna
- › **Cziehso, G. P.**: „Forschungsmethoden und angewandte Statistik“, Hochschule für angewandtes Management (HAM), Unna
- › **Heix, S.**: „Konsumentenverhalten mit interkulturellen Aspekten“, Hochschule Ruhr West, Mülheim an der Ruhr, SS17
- › **Heix, S.**: „Internationale Marketing-Strategien“, Hochschule Ruhr West, Mülheim an der Ruhr, WS17/18
- › **Heix, S.**: „Hochschuldidaktische Workshops für Lehrende“, ZHB TU Dortmund, Dortmund, WS17/18

- › **Holzmüller, H.H.:** „Global Marketing – Concepts and Cases“, Universidade do Algarve, Faro, Portugal, Mai 2017, im Rahmen ERASMUS+ Faculty Mobility
- › **Holzmüller, H. H.:** „Applied Methods and Methodology in Cross-Cultural Research“ PhD Course, organisiert durch das „European Institut for Advanced Studies in Management“ (EI-ASM) und „The Finnish Doctoral Program in Business Studies“ (KATAJA), Universität Vaasa, Finnland, Mai/Juni 2017
- › **Köcher, Sa.:** „Forschungsmethoden und angewandte Statistik“, Hochschule für angewandtes Management (HAM), Unna, SS17
- › **Köcher, Sö.:** „Forschungsmethoden und angewandte Statistik“, Hochschule für angewandtes Management (HAM), Unna, SS17
- › **Schäfers, T.:** „Retail Marketing“, EBS Universität für Wirtschaft und Recht, Wiesbaden, April 2017
- › **Schäfers, T.:** „Automotive Marketing & Distribution Management in Europe“, Summer School an der EBS Universität für Wirtschaft und Recht, Wiesbaden, Mai/Juni 2017

ABSOLVENTEN HABEN U. A. EINGESTELLT

- › Adesso AG
- › Allianz Deutschland AG
- › Benteler International AG
- › Johnson & Johnson Medical GmbH
- › KPMG
- › Urlaubsguru
- › Wöhler Technik GmbH

SONSTIGES

GUTACHTERTÄTIGKEIT

- › Alexander von Humboldt Stiftung, Berlin
- › Deutsche Forschungsgemeinschaft, Bonn
- › Dortmunder Wirtschaftspreis, Dortmund
- › Vorsitz der Jury zur Vergabe des Deutschen Agrarmarketing-preises 2017
- › Vorsitz des Arbeitskreises „Marketing“ im Rahmen der Evaluation des Masterplans „Wissenschaft“ der Stadt Dortmund
- › Wirtschaftsuniversität Wien, Wien/ Österreich
- › National Science Centre, Kraków/ Polen

MARKETING ERLEBEN

- › Sommerfest der TU Dortmund, Juli 2017: Experimente zur Konsumentenforschung

Weinkostprobe - Untersuchung der Wirkung von mehrsprachigen Produktbeschreibungen (Heix, S.)

- › Tag der offenen Tür der TU Dortmund, November 2017: Experimente und Vorträge zur Konsumentenforschung

Die Qual der Wahl: Wie leicht wir uns bei Kaufentscheidungen beeinflussen lassen (Köcher, Sö.)

Wohin das Auge fällt - Eyetracking Experiment zu zweisprachigen Produktbeschreibungen (Heix, S.)

WEITERBILDUNGSAKTIVITÄTEN

- › Ahl-Selbstaedt, N.: „LPVG-Beteiligungsrechte und Initiativrechte“ DGB NRW Bildungswerk, Sundern, April 2017
- › Ahl-Selbstaedt, N.: „Überzeugend auftreten“, Hochschulübergreifende Fortbildung NRW, Hagen, Mai 2017
- › Ahl-Selbstaedt, N.: „Moderations- und Präsentationstechniken“, Hochschulübergreifende Fortbildung NRW, Hagen, Mai 2017
- › Ahl-Selbstaedt, N.: „Einführung in des Eingruppierungsrecht, Akademie Mont-Cenis, Herne, Mai 2017
- › Ahl-Selbstaedt, N.: „Aktuelle Rechtsprechung und Entwicklungen in der Gesetzgebung zu Entfristung, Teilzeit, Leiharbeit“, Fachanwälte für Arbeitsrecht Welkoborsky & Partner, Bochum, Oktober 2017
- › Heix, S.: Teilnahme am zertifizierten Weiterbildungsprogramm „Professionelle Lehrkompetenz für die Hochschule in Nordrhein-Westfalen“, ZHB TU Dortmund, Dortmund
- › vom Hofe, M.: Teilnahme am zertifizierten Weiterbildungsprogramm „Professionelle Lehrkompetenz für die Hochschule in Nordrhein-Westfalen“, ZHB TU Dortmund, Dortmund
- › Holzmüller, H. H.: Teilnahme am Annual Meeting von “EPIC - Ethnographic Praxis in Industry Community”, Montreal, Kanada, Oktober 2017
- › Köcher, Sa.: 6th edition of Let’s Talk About Service Workshop, Antwerpen, Belgien, Dezember 2017
- › Schäfers, T.: Longitudinal Data Analysis Using Stata, Statistical Horizons, Fort Myers, USA, Februar 2018

KONTAKT

Lehrstuhl für Marketing
Technische Universität Dortmund
44221 Dortmund

Tel.: (0231) 755 - 32 70 | Fax: (0231) 755 - 32 71

E-Mail: marketing.wiwi@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

 Institut für
Marketingberatung
www.imb-do.de

