

TÄTIGKEITS BERICHT

03/2018 – 02/2019

VORWORT

Sehr geehrte Damen und Herren,

es freut mich, Ihnen unseren aktuellen Tätigkeitsbericht zu überreichen. Zielsetzung ist es, Sie in knapper Form über die Aktivitäten in Lehre, Forschung und Administration in den angesprochenen 12 Monaten zu informieren.

Besonders einschneidend, zugleich aber auch erfreulich, war, dass Herr JProf. Dr. Tobias Schäfers Anfang September einen Ruf an die renommierte Copenhagen Business School angenommen hat. Unser Team wünscht ihm viel Glück und Erfolg in dieser herausfordernden Position. Rückblickend hat sich die Einrichtung der Juniorprofessur für Marketing vor 15 Jahren als Erfolgsmodell und großartiges Sprungbrett für akademische Karrieren herausgestellt. Personen, die die Stelle an unserer Fakultät innehatten, haben heute Professuren an der ETH Zürich, der TU Braunschweig, der Aston University und der RWTH Aachen inne. Zudem sind frühere Mitarbeiter der Juniorprofessur heute Professoren an den Universitäten in Passau, Paderborn und Aston. Ich werte das als Indikator für das positive Forschungsumfeld an der Fakultät Wirtschaftswissenschaften.

Unser kurzer Bericht dokumentiert die vielfältigen wissenschaftlichen Aktivitäten, die von unserem Team realisiert wurden. Der Lehrstuhl hat deutlich zur internationalen Sichtbarkeit der TU Dortmund beigetragen und unsere Absolventinnen und Absolventen sind in und außerhalb der Region stark nachgefragt.

Wie immer bedanke ich mich stellvertretend für das Team an dieser Stelle ganz herzlich bei den Partnern und Freunden des Lehrstuhls aus Wirtschaft, Wissenschaft sowie Verwaltung. Gerne lade ich Sie ein, einen Blick in den Tätigkeitsbericht zu werfen. Vielleicht stimuliert das neue Ideen für den Gedankenaustausch, gemeinsame Projekte und die Zusammenarbeit mit unserem Team.

Vielen Dank für Ihr Interesse!

Prof. Dr. Hartmut H. Holzmüller



PUBLIKATIONEN

- › **Albrecht, A. K., Schaefers, T., Walsh, G., Beatty, S. E. (2019):** “The Effect of Compensation Size on Recovery Satisfaction after Group Service Failures: The Role of Group Versus Individual Service Recovery”, *Journal of Service Research*, 22(1), 60-74.
- › **De Keyser, A., Köcher, Sa., Alkire (née Nasr), L., Verbeeck, C., and Kandampully, J. (2019):** “Frontline Service Technology Infusion: Conceptual Archetypes and Future Research Directions”, *Journal of Service Management*, 30(1), 156-183.
- › **Fritze, M., Urmetze, F., Khan, G. F., Sarstedt, M., Neely, A., Schaefers, T. (2018):** “From Goods to Services Consumption: A Social Network Analysis on Sharing Economy and Servitization Research”, *Journal of Service Management Research*, 2(3), 3-16.
- › **Köcher, Sö., Holzmüller, H. H.:** “Context-induced placebo effects – An investigation of contrast effects in response expectations and actual product efficacy”, *Journal of Consumer Behaviour* (forthcoming).
- › **Köcher, Sö., Jugovac, M., Jannach, D., Holzmüller, H. H.:** “New Hidden Persuaders: An Investigation of Attribute-Level Anchoring Effects of Product Recommendations”, *Journal of Retailing* (forthcoming).
- › **Köcher, Sö., Paluch, S.:** “‘My Bad’: Investigating Service Failure Effects in Self-Service and Full-Service Settings”, *Journal of Services Marketing* (forthcoming).
- › **Köcher, Sa. (2018):** “Reaching for the Stars: Consumers’ Interpretations of Online Rating Distributions and Their Validity as an Indicator of Product Quality”, *Dissertationsschrift* (<http://dx.doi.org/10.17877/DE290R-19111>).
- › **Köcher, Sa., Köcher, Sö. (2018):** “Should We Reach for the Stars? Examining the Convergence between Online Product Ratings and Objective Product Quality and Their Impacts on Sales Performance”, *Journal of Marketing Behavior*, 3(2), 167-183.
- › **Kopshoff, F. (2018):** „Organisationale Kundenkompetenz im Projektgeschäft: Konzeptualisierung, Messung, Validierung“, *Dissertationsschrift*, Springer Gabler, Wiesbaden.
- › **Refflinghaus, R., Klute-Wenig, S., Rebsch, S., Holzmüller, H. H. (2018):** “How to Find a Suitable Distribution Partner. A Systematic, QFD-Based Approach”, *Proceedings of 21st QMOD-ICQSS Conference, Wales*, 1084-1090.

- › **Rosenthal-von der Pütten, A. M., Hastall, M., Köcher, S., Meske, C., Heinrich, T., Labrenz, F., Ocklenburg, S. (2019):** “Likes’ as Social Rewards: Their Role in Online Social Comparison and Decisions to Like Other People’s Selfies”, *Computers in Human Behavior*, 92, 76-86.
- › **Ruffer, S. (2018):** „Vertriebsseitige Herausforderungen bei industriellen Betreibermodellen: Eine integrierte Betrachtung der Anbieter- und Nachfragerperspektive“, *Dissertationschrift* (<http://dx.doi.org/10.17877/DE290R-19194>).
- › **Schaefers, T., Moser, R., Narayanamurthy, G. (2018):** “Access-Based Services for the Base of the Pyramid”, *Journal of Service Research*, 21(4), 421-437.
- › **vom Hofe, M. (2018):** „Energetische Sanierung von Einfamilienhäusern: Drei Essays über Motive, Entscheidungsprozesse und Aktivierungsmöglichkeiten im Kontext von Privateigentum“, *Dissertationsschrift* (<http://dx.doi.org/10.17877/DE290R-19110>).
- › **Wulf, L. (2018):** “Three essays on spillover effects of product certifications on non-certified bystander products”, *Dissertationsschrift* (<http://dx.doi.org/10.17877/DE290R-18946>).

AUSZEICHNUNGEN

- › **Cziehso, G. P.:** “Finalist of the Mary Kay Dissertation Competition of the Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference”, New Orleans, Mai 2018
- › **Cziehso, G. P.:** „Nominierung zum Nachwuchsforscherpreis 2018 des Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V., Hamburg, Mai 2018
- › **Cziehso, G. P.:** „Gewinner des Dissertationspreis an der Fakultät Wirtschaftswissenschaften der TU Dortmund“, Dortmund, Januar 2019
- › **Köcher, Sa.:** “AMA Sheth Foundation Doctoral Consortium Nominee”, University of Leeds, Großbritannien, Juni 2018

FORSCHUNGSPROJEKTE

- › **Energieeffizienz im Quartier – Clever versorgen.umbauen.aktivieren**
 Das vom Ministerium für Kultur und Wissenschaft des Landes Nordrhein-Westfalen geförderte 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 Strategien abgeleitet, mit denen bundesweit Immobilienbesitzer zum Energiesparen aktiviert werden können.

Fortschrittsskolleg NRW, Konsortium unter der Leitung der TU Dortmund, ausgelaufen zum 30. September 2018. (Konsortialpartner: Universität Duisburg-Essen, Universität Bochum, Hochschule Bochum, Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie GmbH und Wirtschaftsförderung metropolerouhr GmbH) (Holzmüller, H. H., vom Hofe, M.)

› **Nachhaltige Energiesysteme im Quartier – Modelle und Strategien zwischen lokalen und globalen Herausforderungen**

Das inter- und transdisziplinäre Forschungskolleg knüpft an die Ergebnisse des 2018 abgeschlossenen Fortschrittsskolleg „Energieeffizienz im Quartier“ an. Dabei fokussiert das Projekt die Überwindung identifizierter Hemmnissen zur konkreten praktischen Umsetzung von Energieeffizienzmaßnahmen im Quartier. Es werden am Beispiel von Siedlungen und Quartieren in städtischen Vororten Transformationsstrategien und Modelle erarbeitet, die die Umsetzung von Energieeffizienzmaßnahmen bundesweit fördern sollen.

Forschungskolleg NRW, Konsortium unter der Leitung der RWTH Aachen. (Konsortialpartner: Technische Universität Dortmund, Universität Duisburg-Essen, Universität Bochum, Hochschule Bochum, Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie GmbH und Wirtschaftsförderung metropolerouhr GmbH) (Holzmüller, H. H., Wesely, K.)

› **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.

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

› **Effekte zweisprachiger Produktbeschriftungen auf die Wahrnehmung von Produkten im internationalen Vergleich**

In einem internationalen Forschungsprojekt führen Wissenschaftler des Lehrstuhls für Marketing der TU Dortmund, der University of Newcastle (Australien), der Xi'an Jiaotong University (China), der University of Florence sowie der University of Perugia (Italien), Experimente zur Wirkung zweisprachiger Produktbeschriftungen durch. Geprüft wird, ob und inwiefern Produkte mit einer doppelten Beschriftung (Landessprache + Fremdsprache) von Konsumenten besser wahrgenommen werden. Die Idee zu diesem Forschungsprojekt entstammt aus der Praxis, in der beobachtet wurde, dass national tätige Unternehmen doppelte Beschriftungen nutzen ohne sich über potenzielle Folgen bewusst zu sein. Der Ländervergleich wird Aufschluss über mögliche Gemeinsamkeiten und Unterschiede bei der Wahrnehmung doppelter Produktbeschriftungen geben sowie einen Beitrag für die Praxis leisten.

Forschungsinitiative des Lehrstuhls für Marketing (Holzmüller, H. H., Heix, S., Guercini, S., Rosenberger III., P. J., Runfola, A., Shu, C.)

› **Haben oder Nutzen? Die Auswirkungen zugangsbasierter Dienstleistungen auf den Eigentumserwerb**

Zugangsbasierte Dienstleistungen, die einen zeitlich begrenzten Zugang zu Produkten ohne Eigentumsübergang bieten, werden überwiegend als Alternative zum Eigentum aufgefasst. So wird unterstellt, dass etwa das Carsharing zu einem Rückgang der Privat-PKWs führt. Zwar liefern existierende Studien Anhaltspunkte für eine Reduktionswirkung, diese basieren jedoch auf Querschnittsanalysen von Befragungsdaten. Das Forschungsvorhaben untersucht, ob die Verfügbarkeit zugangsbasierter Dienstleistungen den Eigentumserwerb vergleichbarer Güter im Zeitverlauf reduziert oder stimuliert.

MERCUR Anschubförderung, An-2017-0011 (Schäfers, T.)

DISSERTATIONSPROJEKTE

- › **Autmaring, T.:** Der Einsatz nutzerbezogener „Go to the Gemba“ – Strategien für KMU zur Erhöhung der Kundenorientierung in der Produktentwicklung und -verbesserung in Industriegütermärkten
- › **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 double language labeling: A multi-methods approach
- › **Raufeisen, X.:** Handling customer complaints on social media

FORSCHUNGSAUFENTHALTE

- › **Heix, S.:** Visiting Researcher im Rahmen der ERASMUS+ staff mobility, Politechnika Gdanska, Danzig, Polen, März 2018
- › **Holzmüller, H. H.:** Visiting Researcher im Rahmen der ERASMUS+ staff mobility, Ono Academic College, Tel Aviv, Israel, November 2018
- › **Köcher, Sa., Köcher, Sö.:** Visiting Research Scholars, Department of Marketing, McCoy College of Business at Texas State University, Februar 2019

KONFERENZEN

- › **De Keyser, A., Köcher, Sa., Alkire (née Nasr) L.:** “Frontline Technology Infusion: Conceptual Archetypes and a Future Research Agenda”, Organizational Frontline Research (OFR) Symposium, Austin, USA, Februar 2019
- › **Köcher, Sö., Köcher, Sa., Alkire (née Nasr), L.:** “#followme: Developing and Testing a Life-Cycle Model of Influencer-Follower Relationships”, AMA Winter Academic Conference, Austin, USA, February 2019
- › **Rebsch, S., Holzmüller, H. H.:** “Beware of Love at First Sight – Towards a Systematic Selection of Sales Agents in Export Markets”, Winter Global Business Conference, Tignes, Frankreich, Januar 2019
- › **Ruffer, S., Schaefers, T., Eggert, A., Holzmüller, H. H.:** “Outcome-Based Contracting from the Customers’ Perspective: A Means-End Chain Analytical Exploration”, Industrial Marketing Management Inaugural Summit, Kopenhagen, Dänemark, Januar 2019
- › **Autmaring, T., Holzmüller, H. H.:** “Using Ethnography as a Tool for User-Driven Product Enhancement”, International Conference for Marketing and Design, Faro, Portugal, Oktober 2018
- › **Refflinghaus, R., Klute-Wenig, S., Rebsch, S., Holzmüller, H. H.:** “How to Find a Suitable Distribution Partner. A Systematic, QFD-Based Approach”, 21st QMOD Conference, Wales, Großbritannien, Oktober 2018
- › **Heix, S., Holzmüller, H. H.:** “‘To catch one’s eye isn’t always best?!’ Exploring effects of dual language labeling: an eye-tracking approach”, 27th Consortium for International Marketing Research, Atlanta, USA, September 2018
- › **Cziehso, G. P., Kukar-Kinney, M., Mier, J., Tann, D.:** “Why we share it – An investigation about reasons for account sharing of online content providers”, Global Marketing Conference, Tokio, Japan, Juli 2018

- › **Kessenbrock, A., Cziehso, G. P.:** “Different External Information Sources at Physical Stores and the Influence on the Customer Buying Decision Process”, Global Marketing Conference, Tokio, Japan, Juli 2018
- › **Ruffer, S., Schaefers, T.:** “Customer-oriented selling of performance-based contracts – A means-end chain analysis”, Global Marketing Conference, Tokio, Japan, Juli 2018
- › **De Keyser, A., Köcher, Sa., Nasr, L., Kandampully, J.:** “Front-line Technology Infusion: Conceptual Archetypes and a Future Research Agenda”, SERVSIG Conference, Paris, Frankreich, Juni 2018
- › **Sepehr, S., Holzmüller, H. H, Rosenberger III, P. J.:** “Discourse of anti-immigration and neoliberal marketization of ethnicity: an investigation of immigrant consumer vulnerability”, 18th Consumer Culture Theory Conference, Odense, Dänemark, Juni 2018
- › **Autmaring, T., Cziehso, G. P., Griese, I., Holzmüller, H. H.:** “Just a Mental Problem? Acceptance and Barriers of Using Ethnographic Methods for Product Innovations for SMEs in B2B Markets”, 46th Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference, New Orleans, USA, Mai 2018
- › **Brinkhoff, S., Schaefers, T.:** “Mobile in – Store Advertising: Exploring the Effects of Location-Based Mobile Promotions on Shopping Behavior”, 46th Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference, New Orleans, USA, Mai 2018
- › **Cziehso, G. P., Wobker, A., Kessenbrock, A.:** “You Get What You Pay For – Physical Placebo Effects of Price Discounts”, 47th Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference, New Orleans, USA, Mai 2018
- › **Kessenbrock, A., Cziehso, G. P.:** “How to Simplify Consumers’ Product Choice: An Exploration of Different Information Sources at The Point of Sale”, 46th Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference, New Orleans, USA, Mai 2018
- › **Köcher, Sö., Blut, M., Iyer, G. R.:** “Perceptions of Fairness of Self-Service Technologies in Service Delivery”, 46th Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference, New Orleans, USA, Mai 2018
- › **Zmich, L., Groza, M., Schaefers, T., Groza, M.:** “Abstract Thinking and Salesperson Entrepreneurial Orientation”, 46th Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference, New Orleans, USA, Mai 2018
- › **Heix, S., Holzmüller, H. H.:** “Is it really better to take two? Effects of dual language labeling in a national and cross-cultural setting”, AMA Global Marketing SIG Conference, Santorini, Griechenland, Mai 2018

GASTAUFENTHALTE

- › **Soroush Sepehr, Ph.D.** (Casual Academic, University of Newcastle, Ourimbah, NSW, Australien), März-November 2018 (Gastaufenthalt als DAAD-Stipendiat)
- › **Prof. Andrea Runfola, Ph.D.** (Associate Professor of Business Economics and Management, Università degli studi di Perugia, Italien), April 2018 (Gastaufenthalt im Rahmen des ERASMUS+ Programm)
- › **Dr. Marcin Komor** (Akademia Ekonomiczna, Katowice, Polen), Juni 2018
- › **Abdurahmon Tuychiev** (Andijan Institute of Agricultural, Andijan City, Republik Usbekistan), Juli 2018
- › **Prof. Keith Wilcox, Ph.D.** (Barbara and Meyer Feldberg Associate Professor of Business, Columbia University, New York, USA), Dezember 2018 (Gambrinus Fellowship der Dortmunder Volksbank)
- › **Prof. Dr. Linda Alkire** (Assistant Professor, Department of Marketing, Texas State University, San Marcos, USA), Dezember 2018

REVIEW TÄTIGKEIT

- › Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference
- › Academy of Marketing Science (AMS) World Marketing Congress
- › American Marketing Association (AMA) Global Marketing Sig
- › Consortium for International Marketing Research
- › European Journal of Marketing
- › Industrial Marketing Management
- › Journal of Business Research
- › Journal of Interactive Marketing
- › Journal of Service Management
- › Journal of Service Marketing
- › Journal of Service Research
- › Journal of Services Marketing
- › Transportation Research Part A
- › Transportation Research Part C

PROJEKTLEHRVERANSTALTUNGEN „LEARNING BY CONSULTING“

- › „**Marktorientiertes Review und Weiterentwicklung des Marketingmanagements**“ (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)
- › „**Stiftungsarbeit im Fokus: Eine empirische Analyse zu Spendenakquisemöglichkeiten und zur Gewinnung neuer Spenderzielgruppen**“ (in Kooperation mit Dortmund Stiftung und Donatia e.V., SS 18)
- › „**Akzeptanz neuer Mobilitätskonzepte für Dortmund**“ (in Kooperation mit Hülpert GmbH, SS 18)
- › „**Konsumentenwahrnehmung dreidimensionaler Drucklösungen**“ (in Kooperation mit 3D GENERATION GmbH, SS 18)
- › „**Weiterentwicklung des Employer Branding**“ (in Kooperation mit Remondis SE & Co. KG, WS18/19)
- › „**Entwicklung von strategischen Planungsmodellen für das Stadtmarketing**“ (in Kooperation mit der Stadt Datteln, WS18/19)
- › „**Die Digitalisierung von Marketing- und Vertriebsprozessen im Projektgeschäft**“ (in Kooperation mit Vossloh AG, WS18/19)

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

- › 3D GENERATION GmbH
- › ABB Automation GmbH
- › DMT GmbH & Co KG
- › Dolezych GmbH & Co. KG
- › GEA Farm Technologies GmbH
- › KHS GmbH
- › Kinderwunschzentrum Dortmund
- › OBO Bettermann Holding GmbH & Co. KG
- › SCHAEFFLER Engineering GmbH
- › top itservices AG

ABSOLVENTEN WURDEN U. A. EINGESTELLT VON

- › ALDI Einkauf GmbH & Co. OHG
- › Brockhaus AG
- › Dolezych GmbH & Co. KG
- › Innogy SE
- › OBO Bettermann Holding GmbH & Co. KG
- › Renault Deutschland AG
- › Saria SE & Co. KG
- › SIGNAL IDUNA Allgemeine AG

DISTINGUISHED GUEST SPEAKER SERIES

- › **Markus Seliger, Senior Consultant, zeb.rolfes.schierenbeck. associates gmbh:** „Präsentationstechniken – Erfahrungen aus der Unternehmensberatung“, Mai 2018
- › **Katrin ten Voorde, Marketing Communications Manager, Vossloh AG:** „Transformation of B2B marketing communication at Vossloh“, Mai 2018
- › **Maren Haimhof, Senior Expert People Development im Bereich Human Resources Strategy, thyssenkrupp AG:** „Mein Verhalten bei einem Vorstellungsgespräch“, Juni 2018
- › **Dr. Richard Saure, Head of Operating Unit Nitrates and Phosphates, thyssenkrupp Industrial Solutions:** „Marketing and Sales in the Projects Business“, Juni 2018
- › **Oliver Geisselhart, Professioneller Speaker bei Team Geisselhart GmbH:** „Wie Sie überzeugend präsentieren und durch Vorträge 100mal mehr Menschen erreichen!“, Juli 2018
- › **Robert Wilhelm, Vertriebstainer bei RW Trainings:** „Präsentationstechniken im Verkauf“, Juni 2018
- › **Thomas Szabo, act&react Werbeagentur GmbH:** „Ethics on the Train – Digital Excellence Ethics im Design von digitalen Unternehmen“, Juli 2018
- › **Dr. Robert Britton, Principal, AirLearn Inc.:** „Airline Revenue Management – An Inside View“, Dezember 2019
- › **Georg Niemeyer, Leiter Data Management & Technology, Otto Group Business Intelligence:** „Big Data und Machine Learning zur Schaffung begeisternder Kundenerlebnisse“, Januar 2019
- › **Prof. Dr. Robert Refflinghaus, Universität Kassel:** „Quality Function Deployment“, Januar 2019

DORTMUNDER METHODENWERKSTATT

- › **Regionale Dissertantenwerkstatt**, Universität Paderborn, April 2018 (in Kooperation mit Bergische Universität Wuppertal, Technische Universität Braunschweig, Universität Paderborn).
- › **Prof. Andrea Runfola, Associate Professor of Business Economics and Management**: “Entrepreneurship Born from Passionate Consumption”, April 2018
- › **Prof. Andrea Runfola, Associate Professor of Business Economics and Management**: “Local Authenticity as Driver of Internationalization: Case Studies from Italian Firms”, April 2018
- › **Regionale Dissertantenwerkstatt**, Bergische Universität Wuppertal, Oktober 2018 (in Kooperation mit: Bergische Universität Wuppertal, Technische Universität Braunschweig, Universität Paderborn).
- › **Prof. Keith Wilcox, Professor of Business**: “The Psychological Drivers and Outcomes of Social Media Use”, Dezember 2018

TRANSFERAKTIVITÄTEN (AUSZUG)

- › **Holzmüller, H. H.:** „60 Jahre Marketing – Time flies, when you are having fun!“, Jubiläumsempfang 60 Jahre Marketingclub Dortmund, Dortmund, März 2018
- › **Holzmüller, H. H.:** „Transdisziplinäre Forschung – Arbeiten im Dialog zwischen Praxis und Wissenschaft“, Tagung Energieeffizienz im Quartier – Ergebnisse und Perspektiven, Dortmund, Mai 2018
- › **Holzmüller, H. H.:** “Nothing is as Practical as a Good Theory! The Case of University-Industry Collaboration a TU Dortmund University”, University of Perugia, Perugia, Italien, Juni 2018
- › **Köcher, Sa.:** “Influencer Marketing – New Trends in Online Marketing and Differences to Traditional Marketing”, Rotary Club Dortmund, Dortmund, August 2018
- › **Holzmüller, H. H., Autmaring, T.:** „Joint Australian-German Symposium on Fan Engagement in Professional Soccer“, Newcastle Jets @ Borussia Dortmund, Oktober 2018
- › **Holzmüller, H. H.:** “Towards a Systematic Approach for Sales Agent Selection in Export Markets”, La Fabrique de l’Exportation, Paris, Frankreich, Oktober 2018
- › **Ruffer, S.:** „Eine Bauanleitung für Dein Marketingkonzept“, Centrum für Entrepreneurship & Transfer der TU Dortmund, Dortmund, November 2018

SONSTIGE LEHRTÄTGKEIT

- › **Cziehso, G. P.:** „Marktforschung“, FOM Hochschule für Oekonomie & Management, Münster
 - › **Heix, S.:** „Hochschuldidaktische Workshops für Lehrende“, ZHB TU Dortmund, Dortmund
 - › **vom Hofe, M.:** „Konsumentenverhalten mit interkulturellen Aspekten“, Hochschule Ruhr West, Mülheim an der Ruhr
 - › **Holz Müller, H. H.:** “Cultural Competency in Dealings with Foreign Customers”, Universität Perugia, Perugia, Italien
 - › **Holz Müller, H. H.:** “Spillover Effects in Marketing – Theories, Empirical Studies, and Implications”, Universität Perugia, Perugia, Italien
 - › **Holz Müller, H. H.:** “Research Topics at Department of Marketing”, Ono Academic College, Tel Aviv, Israel
 - › **Köcher, Sa.:** „Forschungsmethoden und angewandte Statistik“, Hochschule für angewandtes Management HAM, Unna
 - › **Köcher, Sö.:** „Forschungsmethoden und angewandte Statistik“, Hochschule für angewandtes Management HAM, Unna
 - › **Ruffer, S.:** „Qualitative Forschungsmethoden für Wirtschaftspsychologen“, FOM Hochschule für Oekonomie & Management, Dortmund/Münster
 - › **Schäfers, T.:** „Automotive Marketing & Distribution Management“, EBS Universität für Wirtschaft und Recht, Wiesbaden
 - › **Schäfers, T.:** „Retail Marketing“, EBS Universität für Wirtschaft und Recht, Wiesbaden
- 

GUTACHTERTÄTIGKEIT

- › Alexander von Humboldt Stiftung, Berlin
- › Deutsche Forschungsgemeinschaft, Bonn
- › Universität Kassel
- › Universität Paderborn
- › University of Technology, Sydney
- › University of Liverpool Management School

MARKETING ERLEBEN

- › **WissensNacht Ruhr 2018, September 2018:**
Experimente zur Konsumentenforschung
„Wohin das Auge blickt: Eyetracking Studie“ (Heix, S.)
- › **DORTBUNT! Stadtfest der Stadt Dortmund, Mai 2017:**
Experimente zur Konsumentenforschung
„Wirkung zweisprachiger Produktbeschriftungen“ (Heix, S.)
- › **Tag der offenen Tür der TU Dortmund, November 2018:**
Vorträge zur Konsumentenforschung
„#followme – Wie Influencer unser Kaufverhalten beeinflussen“ (Köcher, Sa.)
„Die geheimen Verführer – Wie leicht wir uns bei Kaufentscheidungen beeinflussen lassen“ (Köcher, Sö.)

DER LEHRSTUHL FÜR MARKETING IN DER PRESSE (AUSZUG)

- › „**Influencer: Die neuen Werbeikonen**“, Ruhrnachrichten, März 2018
- › „**Mein Kind im Netz**“, Rheinische Post, Dezember 2018.
- › „**Kundenbewertungen in Onlineshops täuschen Verbraucher**“, Sarah Köcher als Studiogast bei der WDR Lokalzeit aus Dortmund, Januar 2019
- › „**Nur bedingt hilfreiche: Kundenbewertungen im Netz**“, Sarah Köcher und Sören Köcher als Studiogäste bei Radio 91.2, Januar 2019
- › „**Sterne sagen wenig über die Qualität**“, Ruhrnachrichten und Westfälische Rundschau, Januar 2019
- › „**Studie zeigt: Amazon-Bewertungen widersprechen den Noten der Stiftung Warentest**“, Stern online, Januar 2019
- › „**Warum Sie sich nicht auf fünf Sterne verlassen sollten**“, Welt, Januar 2019

- › „Was taugen Kundenbewertungen bei Amazon?“, Spiegel online, Februar 2019
- › „Fünf Sterne für diesen Text. Mindestens!“, Süddeutsche Zeitung, Februar 2019
- › „Vorsicht bei Kundenbewertungen“, Frankfurter Allgemeine, Februar 2019
- › „Kundenbewertungen vs. Testurteile: Wie aussagekräftig sind Amazons Sterne?“, test, Februar 2019
- › „Stiftung Warentest warnt: Vertrauen Sie beim Kauf nicht den Sternen bei Amazon“, Focus online, Februar 2019

WEITERBILDUNGSAKTIVITÄTEN

- › **Ahl-Selbstaedt, N.:** „Mitarbeitermotivation – ein Mythos?“, Hochschulübergreifende Fortbildung NRW, Hagen, September 2018
- › **Ahl-Selbstaedt, N.:** „Gesundheit als Führungsaufgabe“, Hochschulübergreifende Fortbildung NRW, Hagen, Mai 2018
- › **Heix, S.:** „Professionelle Lehrkompetenz für die Hochschule“ (Zertifikatsabschluss), ZHB TU Dortmund, November 2018
- › **vom Hofe, M.:** „Professionelle Lehrkompetenz für die Hochschule“ (Zertifikatsabschluss), ZHB TU Dortmund, November 2018
- › **Köcher, Sa.:** “Smart use of the extant literature”, “Let’s talk about Service” Workshop, Gent, Belgien, Dezember 2018
- › **Raufeisen, X.:** „Strukturgleichungsmodelle mit latenten Variablen“, 16. Paderborner Marketing Bootcamp, Universität Paderborn, Februar 2019



KONTAKT

Lehrstuhl für Marketing
Technische Universität Dortmund
Gebäude Chemie C1-06-731
Otto-Hahn-Straße 6 | 44221 Dortmund

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

E-Mail: marketing.wiwi@tu-dortmund.de

Web: <http://www.wiwi.tu-dortmund.de/m>

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

Gedruckt mit freundlicher Unterstützung

 Institut für
Marketingberatung

www.imb-do.de