

# TÄTIGKEITS RÜCKBLICK

---

03/1998 – 02/2024

# VORWORT

Sehr geehrte Damen und Herren,

vor 26 Jahren wurde ich als Lehrstuhlinhaber für Marketing an die TU Dortmund (damals Universität Dortmund) berufen. Mit Ende Februar 2024 beginnt mein Ruhestand. Der knappe Rückblick, den Sie in den Händen halten, ist aus drei Gründen entstanden:

1. Es war und ist mir immer wichtig, eine interessierte Öffentlichkeit über Aktivitäten des Lehrstuhls zu informieren und damit etwas zur Legitimation des Universitätsbetriebs beizutragen.

2. Die Rückschau dient der persönlichen Psycho-Hygiene, weil es guttut, einen Überblick vor sich zu haben, der meine Bemühungen um forschersische Qualität, Nachwuchsförderung, Internationalisierung und Anwendungsbezug dokumentiert.

Und 3. um danke zu sagen an alle Akteure, die es möglich gemacht haben, eine Fülle an Vorhaben in Lehre, Forschung und Verwaltung zu realisieren. Ganz wesentlicher Dank gebührt all den Mitarbeiter\*innen und Juniorprofessor\*innen, die sich in den 26 Jahren mit den Zielen des Lehrstuhls identifiziert, dabei die eigenen Qualifizierungsziele nicht aus den Augen verloren und zu einem produktiv-fröhlichen Arbeitsklima beigetragen haben. Auch den Studierenden gilt es, zu danken. Viele von ihnen haben sich in inhaltlich und methodisch herausfordernde Aufgabenstellungen hineingewagt, Neuerungen in den Lehrveranstaltungen akzeptiert und mit Engagement studiert. Viele der Absolvent\*innen sind heute noch Freunde des Lehrstuhls.

Professuren können kein großes Rad drehen, wenn das universitäre Umfeld Sand ins Getriebe wirft.. Daher danke ich der Verwaltung der Universität, den Rektoraten und Dekanaten der letzten 26 Jahre für ein Umfeld und Rahmenbedingungen, die es erlaubt haben, zumeist mit Freude den Aufgaben in Lehre, Forschung und Administration nachzugehen. Unendlich dankbar bin ich den Freunden und

Partnern des Lehrstuhls aus der Universität, Wirtschaft, Verwaltung, Institutionen und Vereinen, die sich vielfältig als Gastvortragende, Ideenlieferanten für Lehrinhalte und Forschungsprojekte sowie als Kooperationspartner in der Forschung eingebracht haben.

Nach 26 Jahren in Dortmund und insgesamt 45 Jahren in Lehre und Forschung scheidet ich glücklich und zufrieden aus dem regulären Universitätsbetrieb aus. Ganz bin ich aber zum Glück „aus der Nummer nicht raus“, weil das Rektorat der TU Dortmund mich ab Eintritt in den Ruhestand zum Seniorprofessor bestellt hat. Meine Aufgabe wird sein, ein „Corporate Development Laboratory“ zu entwickeln. Qualifizierte Unternehmen aus der Region werden in diesem Laboratorium auf systematische Weise mit wirtschaftswissenschaftlich orientierten Professuren der TU Dortmund zusammenarbeiten. Viele von Ihnen, geschätzte Freunde und Partner, werden in dem Zusammenhang bald von mir hören.

Viele Grüße und vielen Dank für Ihr Interesse an dem Tätigkeitsrückblick,

Prof. Dr. Hartmut H. Holzmüller



## PUBLIKATIONEN (AUSZUG)

- › **Holzmüller, H. H., Stöttinger, B. (1998):** “Structural Modeling of Success Factors in Exporting: Cross-Validation and Further Development of an Export Performance Model”, *Journal of International Marketing*, 4 (2), S. 29–55.
- › **Stöttinger, B., Holzmüller, H. H. (2000):** “Cross-National Stability of an Export Performance Model – A Comparative Study of Austria and the U.S.”, *Management International Review*, 41 (1), S. 7–28.
- › **Holzmüller, H. H., Sinkovics, R. (2001):** “National Differences in Materialism – Using Alternative Research Strategies to Explore the Construct”, *Journal of International Consumer Marketing*, 13 (2), S. 103–134.
- › **Holzmüller, H. H., Stöttinger, B. (2001):** “International Marketing Managers’ Cultural Sensitivity: Relevance, Training Requirements and a Pragmatic Training Concept”, *International Business Review*, 10 (6), S. 597–614.
- › **Holzmüller, H. H., Schlüchter, J. (2002):** “Delphi study about the future of B2B marketplaces in Germany”, *Electronic Commerce Research and Applications*, 1, S. 2–19.
- › **Souchon, A. L., Diamantopoulos, A., Holzmüller, H. H., Axinn, C. N., Sinkula, J., Simmet, H., Durden, G. R. (2003):** “Export Information Use: A Five-Country Investigation of Key Determinants”, *Journal of International Marketing*, 11 (3), S. 106–127.
- › **Nijssen, E., Singh, J., Sirdeshmukh, D., Holzmüller, H. H. (2003):** “Towards a Dispositional Approach for Investigating Industry Context Effects in Consumer-Firm Relationships”, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 31 (1), S. 46–60.
- › **Diamantopoulos, A., Souchon, A. L., Durden, G. R., Axinn, C. N., Holzmüller, H. H. (2003):** “Towards an understanding of cross-national similarities and differences in export information utilization: A perceptual mapping approach”, *International Marketing Review*, 20, S. 17–43.
- › **Brinkmann, J., Lentz, P. (2006):** “Are Insurance Companies Getting the Customers They Deserve? Outline of an Approach to Understanding Insurance Customer Dishonesty”, *Journal of Business Ethics*, 64.
- › **Lentz, P., Holzmüller, H. H., Schirrmann, E. (2007):** “City of Origin Effects in the German Beer Market: Transferring an International Construct to a Local Context”, *Advances in International Marketing*, 17, S. 251–274.

- › **Woisetschläger, D. (2007):** “Team-Sponsoring in the Formula One – Does it affect Brand Perception? An Empirical Assessment in the German Car Market”, *Advances in Consumer Research*, 34.
- › **Neumann, D., Holzmüller, H. H. (2007):** “Service Delivery Encounters in Business-to-Business Contexts as a Source of Innovation – A Conceptual and Explorative Study”, *Journal of Business Market Management*, 1 (2), S. 105–134.
- › **Woisetschläger, D., Michaelis, M., Backhaus, C. (2008):** “The ‘Dark Side’ of Brand Alliances: How the Exit of Alliance Members Affects Consumer Perceptions”, *Advances in Consumer Research*, 35.
- › **Berentzen, J., Backhaus, C., Michaelis, M., Blut, M., Ahlert, D. (2008):** “Does ‘Made in...’ also Apply to Services? An Empirical Assessment of the Country-of-Origin Effect in Service Settings”, *Journal of Relationship Marketing*, 7 (4), S. 391–405.
- › **Evanschitzky, H., von Wangenheim, F., Woisetschläger, D., Blut, M. (2008):** “Consumer Ethnocentrism in the German Market”, *International Marketing Review*, 25 (1), S. 7–32.
- › **Woisetschläger, D., Hartleb, V., Blut, M. (2008):** “How to Make Brand Communities Work: Antecedents and Consequences of Consumer Participation”, *Journal of Relationship Marketing*, 7 (3), S. 237–256.
- › **Woisetschläger, D., Evanschitzky, H., Holzmüller, H. H. (2008):** “Putting Service Relations to the Test: How Can Negative Consumers Reactions to Price Increases be Reduced?”, *Journal of Relationship Marketing*, 7 (4), S. 377–390.
- › **Salzberger, T., Holzmüller, H. H., Souchon, A. (2009):** “Advancing the Understanding of Construct Validity and Cross-national Comparability: Illustrated by a Five-country Study of Corporate Export Information Usage”, *Advances in International Marketing*, 29, S. 321–360.
- › **Woisetschläger, D. M., Haselhoff, V. (2009):** “The Name Remains the Same for Fans – Why Fans Oppose Naming Right Sponsorships”, *Advances in Consumer Research - North American Conference Proceedings*, 36, S. 775–776.
- › **Woisetschläger, D., Eiting, A., Haselhoff, V., Manuelis, M. (2010):** “Determinants and Consequences of Sponsorship Fit: A Study of Fan Perceptions”, *Journal of Sponsorship*, 3 (2), S. 169–180.

- › **Blut, M., Backhaus, C., Heussler, T., Woisetschläger, D., Evanschitzky, H., Ahlert, D. (2011):** “What to Expect after the Honeymoon: Testing a Lifecycle Theory of Franchise Relationships”, *Journal of Retailing*, 87 (3), S. 306–319.
- › **Mogos Descotes, R., Walliser, B., Holzmüller, H. H., Guo, X. (2011):** “Capturing institutional home country conditions for exporting SEMs”, *Journal of Business Research*, 64 (12), S. 1303–1310.
- › **Singh, J., Lentz, P., Nijssen, E. (2011):** “First- and second-order effects of consumers’ institutional logics on firm-consumer relationships: A cross-market comparative analysis”, *Journal of International Business Studies*, 42 (2), S. 307–333.
- › **Blut, M., Haenraets, U., Scholz, V. (2012):** “The Theory of Planned Behavior: A Meta-Analytic Review on its Applicability During Adolescence”, *Advances in Consumer Research – North American Conference Proceedings*, 39.
- › **Evanschitzky, H., Ramaseshan, B., Woisetschläger, D., Richelsen, V., Blut, M., Backhaus, C. (2012):** “Consequences of Customer Loyalty to the Loyalty Program and to the Company”, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40 (5), S. 625–638.
- › **Huber, F., Köcher, Sö., Vogel, J., Meyer, F. (2012):** “Dazing Diversity: Investigating the Determinants and Consequences of Decision Paralysis”, *Psychology & Marketing*, 29 (6), S. 467–478.
- › **Nagengast, L., Evanschitzky, H., Rudolph, T., Blut, M. (2012):** “New Insights in the Moderation Effect of Switching Costs on the Satisfaction-Loyalty Link”, *Advances in Consumer Research – North American Conference Proceedings*, 39.
- › **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*, 15 (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*, 15 (1), S. 17–36.
- › **Köcher, S., Holzmüller, H. H. (2014):** “Zu viel des Guten? Eine Analyse der Wirkung von Verbraucherschutzinformation”, *Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung*, 66 (4), S. 306–343.

- › Neudecker, N., Esch, F.-R., Schaefers, T., Valussi, S. (2014): "Message Reframing in Advertising", *Psychology & Marketing*, 31 (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*, 48 (9/10), S. 1805–1827.
- › Schamari, J., Schaefers, T. (2015): "Leaving the Home Turf: How Brands Can Use Webcare on Consumer-Generated Platforms to Increase Positive Consumer Engagement", *Journal of Interactive Marketing*, 30 (1), S. 20–33.
- › 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.
- › Schaefers, T., Schamari, J. (2015): "Service Recovery via Social Media: The Social Influence Effects of Virtual Presence", *Journal of Service Research*, 19 (2), S. 192-208.
- › 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*, 69 (2), S. 691–699.
- › 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*, 32 (6), S. 732–761.
- › Carlson, J., Rahman, M. M., Rosenberger III, P. J., Holzmüller, H. H. (2016): "Understanding Communal and Individual Customer Experiences in Group-oriented Event Tourism: An Activity Theory Perspective", *Journal of Marketing Management*, 32 (9–10), S. 900–925.
- › Schaefers, T., Wittkowski, K., Benoit (née Moeller), S., Ferraro, R. (2016): "Contagious Effects of Customer Misbehavior in Access-Based Services", *Journal of Service Research*, 19 (1), S. 3–21.
- › Schaefers, T., Lawson, S., Kukar-Kinney, M. (2016): "How the burdens of ownership promote consumer usage of access-based services", *Marketing Letters*, 27 (3), S. 569–577.
- › 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), S. 313–324.

- › 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), S. 167–183.
- › 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), S. 60–74.
- › Köcher, Sö., Paluch, S. (2019): “My Bad: Investigating Service Failure Effects in Self-Service and Full-Service Settings”, *Journal of Services Marketing*, 33 (2), 181–191.
- › De Keyser, A., Köcher, Sa., Alkire (née Nasr), L., Verbeeck, C., Kandampully, J. (2019): “Frontline Service Technology Infusion: Conceptual Archetypes and Future Research Directions”, *Journal of Service Management*, 30 (1), S. 156–183.
- › Köcher, Sö., Holzmüller, H. H. (2019): “Context-induced placebo effects – An investigation of contrast effects in response expectations and actual product efficacy”, *Journal of Consumer Behaviour*, 18 (3), S. 179–189.
- › Köcher, Sö., Jugovac, M., Jannach, D., Holzmüller, H. H. (2019): “New Hidden Persuaders: An Investigation of Attribute-Level Anchoring Effects of Product Recommendations”, *Journal of Retailing*, 95 (1), S. 24–41.
- › Raufeisen, X., Wulf, L., Köcher, Sö., Faupel, U., Holzmüller, H. H. (2019): “Spillover Effects in Marketing: Integrating Core Research Domains”, *AMS Review*, 9 (3–4), S. 249–267.
- › Rosenthal-von der Pütten, A., Hastall, M., Köcher, Sö., 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, S. 76–86.
- › Alkire, L., O’Connor, G. E., Myrden, S., Köcher, Sö. (2020): “Patient experience in the digital age: An investigation into the effect of generational cohorts”, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 57.
- › Böhm, E., Eggert, A., Terho, H., Ulaga, W., Haas, A. (2020): “Drivers and Outcomes of Salespersons’ Value Opportunity Recognition Competence in Solution Selling”, *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 40 (3), S. 180–197.



- › **Salonen, A., Terho, H., Böhm, E., Virtanen, A., Rajala, R. (2021):** “Engaging a Product-Focused Sales Force in Solution Selling: Interplay of Individual- and Organizational-Level Conditions”, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 49 (1), S. 139–163.
- › **Garnefeld, I., Krahl, T., Böhm, E., Gremler, D. D. (2021):** “Online reviews generated through product testing: Can more favorable reviews be enticed with free products?”, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 49 (4), S. 703–722.
- › **Köcher, Sa., Köcher, Sö. (2021):** “The Mode Heuristic in Service Consumers’ Interpretations of Online Rating Distributions”, *Journal of Service Research*, 24 (4), S. 582–600.
- › **Köcher, Sö., Wilcox, K. (2021):** “I Made It Work’: How Using a Self-Assembled Product Increases Task Performance”, *Journal of Consumer Psychology*, 32 (3), S. 492–499.
- › **O’Connor, G. E., Myrden, S., Alkire, L., Lee, K., Köcher, Sö., Kandampully, J., Williams, J. D. (2021):** “Exploring Customer Experience in the Age of Digital Health Technology”, *Journal of Interactive Marketing*, 56, S. 121–136.
- › **Akalan, R., Böhm, E., Eggert, A. (2022):** “Servitization in the manufacturing industry: Where do we stand? Where do we come from?”, *Journal of Service Management Research*, 6 (3), S. 204–213.
- › **Akalan, R., Eggert, A., Böhm, E. (2022):** “Strategic Emphasis on Service-Based Business Models During the Corona Crisis: Are Customer Solutions a Curse or Blessing for Manufacturing Firms?”, *Journal of Service Management Research*, 6 (1), S. 47–63.
- › **Böhm, E., Eggert, A., Garnefeld, I., Holzmüller, H. H., Schäfers, T., Steinhoff, L., Woisetschlager, D. M. (2022):** “Exploring the Customer Journey of Voice Commerce: A Research Agenda”, *Journal of Service Management Research*, 6 (4), S. 216–231.
- › **Harrmann, L. K., Eggert, A., Böhm, E. (2023):** “Digital technology usage as a driver of servitization paths in manufacturing industries”, *European Journal of Marketing*, 57 (3), S. 834–857.
- › **Köcher, Sö., Wilcox, K. (2022):** “I Made It Work’: How Using a Self Assembled Product Increases Task Performance”, *Journal of Consumer Psychology*, 32 (3), S. 492–499.

- › **Sepehr, S., Holzmüller, H. H., Rosenberger III, P. J. (2023):** “City, Consumption and Interculturalism: How Cities Can Facilitate Consumer Acculturation”, *Australasian Marketing Journal*, 31 (4), S. 303–313.
- › **Alkire, L., Myrden, S., Köcher, Sö., O’Connor, G. E. (2023):** “Cultural Drivers of Health Engagement”, *Journal of International Marketing*, 31 (1), S. 90–105.
- › **Ciuchita, R., Heller, J., Köcher, Sa., Köcher, Sö., Leclercq, T., Sidaoui, K., Stead S. (2023):** “It’s Really Not a Game: An Integrative Review of Gamification for Service Research”, *Journal of Service Research*, 26 (1), S. 3–20.
- › **Grothaus, J., Köcher, Sö., Köcher, Sa., Dieterle, S. (2023):** “#Infertility: How Patients Can Benefit from the Public Discussion of Conversational Taboos on Social Media”, *Journal of Services Marketing*, 37 (7), S. 944–956.

## KONFERENZEN (BEGUTACHTETE BEITRÄTE)

- › **Annual Conference EMAC – European Marketing Academy:** 1998 Stockholm, 1999 Berlin, 2000 Rotterdam, 2001 Washington, 2002 Braga, 2003 Glasgow, 2004 Murcia, 2005 Mailand, 2006 Athen, 2007 Reykjavik, 2008 Brighton, 2009 Nantes, 2010 Copenhagen, 2011 Ljubljana, 2012 Lissabon, 2013 Istanbul, 2014 Valencia, 2015 Leuven, 2016 Oslo, 2019 Hamburg, 2021 online, 2022 Budapest
- › **AMA – American Marketing Association Educators Conferences:** 1998 Boston, 1999 San Francisco, 2000 San Antonio, 2001 Phoenix, 2003 Orlando, 2005 San Antonio, 2006 St. Petersburg (FL, USA), 2007 San Diego, 2008 Austin, 2010 New Orleans, 2010 Boston, 2011 Austin, 2011 San Francisco, 2012 Chicago, 2012 St. Petersburg, 2013 Las Vegas, 2013 Boston, 2014 Orlando, 2014 San Francisco, 2015 San Antonio, 2016 Las Vegas, 2017 Orlando, 2017 San Francisco, 2018 New Orleans, 2019 Austin, 2020 San Diego, 2021 online, 2022 Las Vegas
- › **AMS – Academy of Marketing Science:** 1999 Miami, 1999 Malta, 2002 Valencia, 2008 Vancouver, 2009 Oslo, 2010 Portland, 2011 Coral Gables, 2011 Reims, 2012 New Orleans, 2013 Monterey Bay, 2014 Indianapolis, 2014 Lima, 2015 Denver, 2015 Bari, 2016 Lake Buena Vista, 2017 Coronado Island, 2018 New Orleans, 2019 Vancouver
- › **AOM – Academy of Management:** 2005 Honolulu, 2010 Montréal

- › **CIMaR – Consortium for International Marketing and Research:** 2005 Barcelona, 2010 Oslo, 2015 Wien, 2016 Xi'an, 2018 Atlanta
- › **SERVSIG Conference:** 2016 Maastricht, 2018 Paris, 2022 Glasgow
- › **AMA Global Marketing SIG Conference:** 2017 Havana, 2018 Santorini, 2019 Buenos Aires, 2021 Taormina
- › **AIB – Academy of International Business:** 1998 Wien, 2000 Phoenix, 2001 Phoenix, 2008 Milan, 2009 Glasgow, 2009 San Diego, 2010 Rio de Janeiro, 2011 Nagoya
- › **RARCS – Recent Advancements in Retailing and Customer Service:** 2014 Bucharest, 2015 Montreal, 2019 Tallinn, 2022 Lago Maggiore
- › **Frontiers in Service Conference:** 2004 Miami, 2010 Karlstad, 2012 College Park, 2014 Miami, 2016 Bergen, 2017 New York, 2021 online, 2022 Boston, 2023 Maastricht
- › **ACR – Association for Consumer Research:** 2010 London, 2013 Chicago, 2014 Baltimore
- › **ANZMAC – Australia and New Zealand Marketing Academy Conference:** 2001 Auckland, 2010 Christchurch, 2015 Sydney, 2022 Perth

## DRITTMITTEL-FINANZIERTE FORSCHUNGSPROJEKTE

- › **Interkulturelle Exploration und Messung der Dispositionen von Konsumenten gegenüber Marketingprozessen** (DFG-Projekt HO 2224/1–1) (Holzmüller, H. H., Lammerts, A., Pferdekämper, T.).
- › **Projekt NovaMille – Die Ausbildung innovativer Organisationskulturen und -milieus an der Schnittstelle zwischen technischer Dienstleistung und Kunden** (BMBF-Verbundprojekt) Holzmüller, H. H., Krause, M., Neumann, D.).
- › **ExFeD – Export ferngelenkter Dienstleistungen** (BMBF-Verbundprojekt 01 HQ 0553) (Holzmüller, H. H., Paluch, S.).
- › **Integration der Kundenanforderungen und -wünsche in die kundenorientierte Produktentwicklung von Werkzeugen und Schneidwaren** (AiF-Projekt N05334/04) (Holzmüller, H. H., Haselhoff, V.).

- › Projekt 3K – Globale Strategien von Dienstleistungsunternehmen. Konfiguration. Koordination. Kundenintegration (BMBF-Verbundprojekt 01 HQ 0603) (Holzmüller, H. H., Ingwald, J.).
- › Effiziente Gestaltung der Erhebung von Kundenanforderungen bei der Entwicklung logistischer Anlagen in der Produktion (SFB 696: Forderungsgerechte Auslegung von intralogistischen Systemen – Logistics on Demand) (Holzmüller, H. H., Jockisch, M., Töllner, A.).
- › INTER|DRIVE – Steigerung der Interaktionskompetenz zur erfolgreichen Gestaltung von Märkten, Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen (NRW/Ziel 2-Projekt 290118002) (Holzmüller, H. H., Blut, M., Töllner, A., Ulrich, J.).
- › Präventionsernährung für Kinder in NRW „Previkids NRW – von der Ernährungsforschung zur Unterstützung der Ernährungswirtschaft bei der Entwicklung und Einführung neuer gesunder Nahrungsangebote“ (NRW/EU-Projekt 005-GW01-085D) (Holzmüller, H. H., Haenraets, U., Samulewicz, C.).
- › GLOBAL CHANNELS RESEARCH, Marketing Science Institute und 3 M Corporation (Country Research Assistant) (Pullins, E., Davis, L., Dixon, A., Paluch, S.).
- › 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, Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWI/EU-Projekt 03EGH1NW11) (Holzmüller, H. H., Dotterweich, C.).
- › 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** (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 metropol Ruhr GmbH)) (Holzmüller, H. H., vom Hofe, M.).
- › **INDUSTRIAL-GEMBA: Der Einsatz nutzerorientierter „Go to the Gemba“-Strategien für KMU zur Erhöhung der Kundenorientierung in der Produktentwicklung und -verbesserung in Industriegütermärkten** (AiF-Projekt 19303 N, in Kooperation mit RIF e.V.) (Holzmüller, H. H., Refflinghaus, R.).
- › **Nachhaltige Energiesysteme im Quartier – Modelle und Strategien zwischen lokalen und globalen Herausforderungen** (Forschungsskolleg NRW, Konsortium unter der Leitung der RWTH Aachen) (Holzmüller, H. H., Wesely, K.).
- › **Haben oder Nutzen? Die Auswirkungen zugangsbasierter Dienstleistungen auf den Eigentumserwerb** (MERCUR Anschubförderung, An-2017-0011) (Schäfers, T.).
- › **Führung und Management von Vertriebspartnern in Auslandsmärkten am Beispiel der Werkzeug- und Schneidwarenindustrie** (AiF-Projekt 20851 N, in Kooperation mit RIF e.V.) (Holzmüller, H. H., Ruoss, F.).
- › **Digitale Ansätze zur besseren Aufklärung und Unterstützung von Paaren während der Kinderwunschtherapie** (Projekt in Kooperation mit MVZ Kinderwunschzentrum Dortmund GmbH und RIF e.V.) (Holzmüller H. H., Köcher, Sö., Köcher Sa., Grothaus, J.).
- › **KlimaSicher: Sensibilisieren lokaler Unternehmen hinsichtlich der Gefahren des Klimawandels und Beratung über vorhandene Anpassungsmöglichkeiten** (Forschungsprojekt des Europäischen Fonds für Regionale Entwicklung (EFRE) und des Landes NRW) (Holzmüller, H. H., König, S.).
- › **Strategic Transformation to Value-Centred Business Models** (DFG-Projekt 407478805, in Kooperation mit FU Berlin) (Eggert, A., Böhm, E.).


## AKADEMISCHE KARRIEREN VON JUNIORPROFESSOR\*INNEN UND MITARBEITER\*INNEN

- › Markus Blut, Newcastle University/Aston University/Durham University, UK
- › Eva Böhm, Universität Paderborn
- › Miriam Eberhard-Yom, Hochschule für angewandte Wissenschaften & Künste, Göttingen
- › Vanessa Haselhoff, Hochschule für angewandtes Management, Erding
- › Sarah Köcher, Universität Kiel
- › Arno Lammerts, SRH Hochschule Nordrhein-Westfalen, Hamm
- › Patrick Lentz, Fachhochschule des Mittelstands, Bielefeld
- › Christian Martin, Universität Lausanne/ Maynooth University, Irland
- › Stefanie Paluch, RWTH Aachen
- › Tobias Schäfers, Copenhagen Business School, Dänemark
- › Florian von Wangenheim, TU München/ETH Zürich
- › Claus Wilke, SRH Hochschule Nordrhein-Westfalen, Hamm
- › Thomas Wittkop, TH Ostwestfalen-Lippe, Lemgo
- › David Woisetschläger, TU Braunschweig

## AUSZEICHNUNGEN

- › Schlüchter, J., Holzmüller, H. H.: Best Paper Award bei der „International Conference on Electronic Commerce ICEC 2001“ in Wien, Oktober 2001
- › Lammerts, A., Rosenkranz, K., Stolper, M., Wilke, C.: Finalisten im internationalen Business Plan Wettbewerb: „How to Manage the World Heritage Zollverein?“, Essen, Juni 2003
- › Yom, M., Wilhelm, T., Holzmüller, H. H.: Online-Fokusgruppen als innovative Methode zur nutzerbasierten Beurteilung der Web-Usability, Sonderpreis für einen herausragenden Beitrag zur „Mensch und Computer“, Stuttgart 2003

- › Lentz, P., v. Wangenheim, F.: “Understanding Customer Lifecycle Dynamics: Applications for Customer Risk Segmentation and Lifetime Value Determination“, Best Doctoral Student Paper
- › AMA Direct and Interactive SIG , 2006 AMA Winter Educators‘ Conference, St. Petersburg, FL, USA, Februar 2006
- › Köcher, Sö.: “Finalist of the Mary Kay Dissertation Competition of the Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference“, Denver, Mai 2015
- › Köcher, Sö.: „Aufnahme in die Global Young Faculty der Stiftung Mercator“, Essen, Oktober 2015
- › Köcher, Sö.: Nachwuchsförderpreis Verbraucherforschung der Verbraucherzentrale NRW e.V. (Kategorie: beste Dissertation), Düsseldorf, November 2015
- › 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
- › 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
- › 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
- › 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
- › Köcher, Sa.: “AMA Sheth Foundation Doctoral Consortium Nominee“, University of Leeds, Großbritannien, Juni 2018
- › Cziehso, G. P.: „Gewinner des Dissertationspreis an der Fakultät Wirtschaftswissenschaften der TU Dortmund“, Dortmund, Januar 2019

- › Köcher, Sa.: „Finalistin für den SERVSIG Best Dissertation Award“, QUIS Konferenz, Karlstad, Schweden, Juni 2019
  - › Köcher, Sa.: „Aufnahme in die Global Young Faculty der Stiftung Mercator“, Essen, Oktober 2019  
Köcher, Sa.: „Gewinnerin des Dissertationspreises an der Fakultät Wirtschaftswissenschaften der TU Dortmund“, Dortmund, Dezember 2019
  - › De Keyser, A., Köcher, Sa., Alkire, L., Verbeeck, C., Kandampully, J.: Highly Commended Paper Award für den Artikel „Frontline Service Technology Infusion: Conceptual Archetypes and Future Research Directions“, Journal of Service Management, Literati Awards for Excellence 2020
  - › Garnefeld, I., Krah, T., Böhm, E., Gremler, D.: Best Paper Award für den Artikel „Do Product Testing Programs Lead to more Favorable Online Reviews?“, Advertising, Promotion and Marketing Communications Track, AMA 2020 Winter Academic Conference
- 



## GASTPROFESSUREN H. HOLZMÜLLER

- › Wirtschaftsuniversität Wien, Wien
- › Université Robert Schumann, Strasbourg
- › Universität Wien, Wien
- › Université Nancy II, Nancy
- › University of Newcastle, Australia, Conjoint Professorship

## FORSCHUNGSaufenthalte

- › Lentz, P.: Visiting Scholar: Weatherhead School of Management, Case Western Reserve University, Cleveland, OH, USA, August – Dezember 2003
- › Köcher, Sö.: Visiting Researcher, Florida Atlantic University, Boca Raton, USA, April – Mai 2016
- › Cziehso, G.P.: Visiting Researcher, Robins School of Business, University of Richmond, Richmond, USA, August 2016 – Februar 2017
- › Schäfers, T.: Visiting Researcher, Aalto University School of Business, Helsinki, Finnland, Juli 2017
- › Holzmüller, H.H., Visiting Researcher ERASMUS+ staff mobility, Universidade do Algarve, Faro, Portugal, Mai 2017
- › Holzmüller, H. H., Guest lecturer, “Applied 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, Finnland, Mai/Juni 2015, 2017, 2019, 2021, 2023
- › Heix, S.: Visiting Researcher ERASMUS+ staff mobility, Politechnika Gdanska, Danzig, Polen, März 2018
- › Holzmüller, H. H.: Visiting Researcher ERASMUS+ staff mobility, Universität Perugia, Perugia, Italien, Mai 2018
- › Holzmüller, H. H.: Visiting Researcher ERASMUS+ staff mobility, Ono Academic College, Tel Aviv, Israel, November 2018
- › Heix, S.: Visiting Researcher ERASMUS+ staff mobility, Ono Academic College, Kiryat Ono, Israel, März 2019
- › Heix, S.: Visiting Researcher ERASMUS+ staff mobility, University of Algarve, Faro, Portugal, Oktober 2019

- › Köcher, Sa., Köcher, Sö.: Visiting Researchers, Department of Marketing, Texas State University, San Marcos, USA, Februar 2019
- › Holzmüller, H. H.: Guest lecturer, China International Week, Xidian University, Xi'an, China, April 2019

## **GASTWISSENSCHAFTLER\*INNEN**

- › Dr. Cathrin Axinn (Professor of Marketing, Ohio University, USA), 1998.
- › Prof. Mohan Limaye, Ph.D. (Boise State University, Idaho, US), 2001.
- › Prof. Pieter Pauwels (Maastricht University), 2001.
- › Prof. John W. Sell, Ph.D., James A. Wilson (Professor of Business Economics, The College of Wooster, Wooster/ Ohio), 2003 und 2004.
- › Prof. Dr. Johannes Brinkmann (Norwegian School of Management, Oslo), DAAD-Gastdozent, 2002, 2003 und 2004.
- › Raluca Mogos Descotes (Université Nancy, Nancy, Frankreich), DAAD-Stipendiatin, 2005 und 2006.
- › Prof. Abbie Griffin, Ph.D. (University of Utah, Salt Lake City, Utah, USA), 2007.
- › Dr. Maria Smirnova (St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russland), 2007.
- › Dr. Robert Wilken (ESCP-EAP Europäische Wirtschaftshochschule Berlin), 2008.
- › Dr. Tina Ambos (Wirtschaftsuniversität Wien), 2009.
- › Dr. Jan Kruse (Institut für Soziologie an der Universität Freiburg), 2009.
- › Prof. Alan M. Davis (Department of Marketing, Strategy, and International Business, University of Colorado at Colorado Springs), 2009.
- › Prof. Gary Hunter (Illinois State University, USA), 2011.
- › Prof. Dr. Bodo B. Schlegelmilch (WU Wien), 2011.
- › Abdurahmon Tuychiyev (Andijaner Hochschule für Maschinenbau, Andijan, Usbekistan), DAAD-Stipendiat, 2012.
- › Fatma Hilal Ergen Keles (Research Assistant, Istanbul Technical University, Istanbul, Türkei), 2015.

- › Prof. Joe Cobbs, Ph.D. (Assistant Professor, Northern Kentucky University, Highland Heights, KY, USA), 2015.
- › Prof. Dr. Gopalkrishnan R. Iyer (Professor of Marketing, Florida Atlantic University, Boca Raton, FL, USA), 2015.
- › Dr. Itzhak Gnizy (Lecturer in the Information Systems and Marketing Specializations, Faculty of Business Administration, Ono Academic College, Kiryat Ono, Israel), 2017.
- › Sandra Hernández, M.Sc. (Research Assistant, Pontifical University of Salamanca, Salamanca, Spanien), 2017.
- › Prof. Dr. Edwin Nijssen (Department of Industrial Engineering & Innovation Science, Eindhoven University of Technology, Eindhoven, Niederlande), 2017.
- › Prof. Rosellina Ferraro, Ph.D. (Professor of Marketing, University of Maryland, College Park, MD, USA), 2017.
- › Soroush Sepehr, Ph.D. (Casual Academic, University of Newcastle, Ourimbah, NSW, Australien), DAAD-Stipendiat, 2018.
- › Prof. Andrea Runfola, Ph.D. (Associate Professor of Business Economics and Management, Università degli studi di Perugia, Italien), ERASMUS+ Programm, 2018.
- › Abdurahmon Tuychiev (Andijan Institute of Agricultural, Andijan City, Republik Usbekistan), 2018.
- › Prof. Dr. Linda Alkire (Assistant Professor, Department of Marketing, Texas State University, San Marcos, USA), 2018.
- › Prof. Tsipi Heart, Ph.D. (Ono Academic College, Kiryat Ono, Israel), ERASMUS+ Programm, 2019.
- › Dr. Marcin Komor, Akademia Ekonomiczna, Katowice, Polen, DAAD-Stipendiat, 2005, 2007, 2011, 2016, 2018, 2019.
- › Prof. Claudiu Dimofte, Ph.D. (Associate Professor of Marketing, San Diego State University, San Diego, USA), 2020.
- › Vivian Peuker Sardon Steinhauser (Professor of Marketing and Sales, IAG, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Brasilien), 2021.
- › Dr. Erez Yaakobi (Ono Academic College, Kiryat Ono, Israel), ERASMUS+ Programm, 2019 und 2021.
- › Prof. Ljiljan Veselinović (Universität Sarajevo, Sarajevo, Bosnien und Herzegowina), ERASMUS+ Programm, 2022.
- › Dr. Robert Britton (Principal AirLearn und Adjunct Professor, Georgetown University, Washington, D.C.), 2015, 2022.

- › Dr. Philip Rosenberger III. (Senior Lecturer, University of Newcastle, Ourimbah, NSW, Australien), 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2019, 2020 und 2023.

## **GAMBRINUS FELLOWS**

- › Prof. Adamantios Diamantopoulos, Ph.D. (Business School Loughborough University, GB), 1999.
- › Prof. Jagdip Singh, Ph.D. (Case Western Reserve University, Cleveland, Ohio, USA), 2002.
- › Richard M. Brandt (Lehigh University, Bethlehem, Pennsylvania, USA), 2004.
- › Prof. Michael R. Czinkota, Ph.D. (Georgetown University, USA), 2006.
- › Prof. Saeed Samiee, Ph.D. (University of Tulsa, Oklahoma, USA), 2007.
- › Prof. Guliz Ger, Ph.D. (Bilkent University, Ankara, Türkei), 2008.
- › Prof. Cheryl C. Nakata (University of Illinois, USA), 2009.
- › Prof. Suzanne C. Beckmann (Copenhagen Business School, Copenhagen, Dänemark), 2011.
- › Dr. Attila Yaprak (Wayne State University, Detroit, MI, USA), 2013.
- › Yasmin Zafar (Institute of Business Administration, Karachi, Pakistan), 2015.
- › Prof. Dr. Gopalkrishnan R. Iyer (Florida Atlantic University, Boca Raton, FL, USA), 2015.
- › Prof. Monika Kukar-Kinney, Ph.D. (University of Richmond, USA), 2016.
- › Prof. Dionysios Skarmeeas, Ph.D. (Athens University of Business and Economics, Griechenland), 2017.
- › Prof. Constantine S. Katsikeas, Ph.D. (Leeds University Business School, Leeds, UK), 2017.
- › Prof. Keith Wilcox, Ph.D. (Columbia University, New York, USA), 2018.
- › Prof. Moty Amar, Ph.D. (Ono Academic College, Kiryat Ono, Israel), 2019.
- › Prof. Robert Ciuchita, Ph.D. (Hanken School of Management, Helsinki, Finnland), 2023.

## LEHRLEISTUNGEN (SCHÄTZUNGEN)

- › Benotung von durchschnittlich 1.700 Klausuren/Jahr
- › Betreuung von mehr als 600 Abschlussarbeiten (Diplomarbeiten, Master- und Bachelorarbeiten)
- › Betreuung von ca. 40 Promotionsverfahren

## PROJEKTSEMINARE „LEARNING BY CONSULTING“

Adesso GmbH • Advansa GmbH • Atlas Copco MCT GmbH • Borussia Dortmund GmbH & Co. KgaA • Bofrost Dienstleistungs GmbH & Co. KG • Christliche Jugenddorfwerk Deutschland e.V. • City-Ring Dortmund e.V. • DFB-Stiftung Deutsches Fußballmuseum gGmbH • Dolezych GmbH & Co. KG • Dortmunder Museen • Dr. Materna GmbH • Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG • Dortmunder Volksbank • Evonik Industries AG • GREEN IT Das Systemhaus GmbH • Hej Organic GmbH • Hellweg – Die Profibaumärkte GmbH & Co. KG • Innogy SE • IVA Schmetz GmbH • Kinderwunschzentrum Dortmund • L'Oréal Deutschland GmbH • Materna GmbH • Medienhaus Lensing-Wolff • Otto Vollmann GmbH & Co. KG • Radio 91.2 • REWE DORTMUND Großhandel eG • Rotkäppchen Peter Jülich GmbH & Co. • roTeg AG • Sparkasse Dortmund • Sparkassenakademie NRW • Stadt-Parfümerie Pieper GmbH • Stadt Lünen • Stadt Datteln • Stadt Dortmund • Stadt Waltrop • SuperBioMarkt • Theater- und Konzertfreunde Dortmund e. V. • Theater Dortmund • Vossloh AG • Vossloh Fastening Systems GmbH • WDD3C GmbH & Co. KG • Weinhaus H. Hilgering GmbH & Co. KG • Wilhelm Humpert GmbH & Co. KG • WILO SE • Zoo Dortmund • Zurbrüggen Wohn-Zentrum GmbH

## GASTVORTRÄGE

ABInBev • Adesso GmbH • Advansa GmbH • Aloys F. Dornbracht GmbH & Co. KG • Aral AG • Atlas Copco MCT GmbH • Austrian Airlines • AVU AG • babymarkt.de GmbH • BackWerk Service GmbH • Bahlsen GmbH & Co. KG • Batten & Company GmbH • BAUHAUS GmbH & Co • Bertelsmann mediaSystems GmbH • Borussia Dortmund GmbH & Co. KgaA • Bofrost Dienstleistungs GmbH & Co. KG • Busche Verlagsgesellschaft mbH • Caterpillar Inc. • CHRIST-Douglas Holding • Christliche Jugenddorfwerk Deutschland e.V. • City-Ring Dortmund e.V. • CLAAS Vertriebsgesellschaft mbH • Coca-Cola GmbH Deutschland • Deutsche Post AG • DFB-Stiftung Deutsches Fußballmuseum gGmbH • Dolezych GmbH & Co. KG • Douglas Holding • Dr. Materna GmbH • Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG • Dortmunder Volksbank • Eurowings Luftverkehr AG • Evonik Industries AG • Flughafen Dortmund GmbH • Friedrich Grohe AG • Gelsenwasser AG • Gerber Architekten • Germanwings GmbH • GREEN IT Das Systemhaus GmbH • Handwerkskammer Dortmund • Hej Organic GmbH • Hellweg – Die Profibaumärkte GmbH & Co. KG • Henkel AG & Co. KGaA • Innogy SE • IVA Schmetz GmbH • Jungheinrich AG • Jung von Matt AG • Kik Textilien und Non-Food GmbH • KHS AG • Konzerthaus Dortmund GmbH • Krupp Uhde GmbH • LIMO Lissotschenko Mikrooptik • L'Oréal Deutschland GmbH • Marks & Spencer Deutschland AG • Materna GmbH • McDonald's Deutschland GmbH • McKinsey & Company, Inc. • Medienhaus Lensing-Wolff • Mercedes-Benz AG • Merck KgaA • Metro AG • Miele & Cie. • Otto Vollmann GmbH & Co. KG • Radio 91.2 • Murtfeldt Kunststoffe GmbH & Co. KG. • REWE DORTMUND Großhandel eG • Remondis SE & Co. KG • Roland Berger & Partner GmbH • Rotkäppchen Peter Jülich GmbH & Co. • roTeg AG • Signal Iduna Gruppe • Sparkasse Dortmund • Sparkassenakademie NRW • Stadt-Parfümerie Pieper GmbH • SuperBioMarkt • TEDi GmbH & Co. KG • ThyssenKrupp Industrial Solutions AG • Vaillant Deutschland GmbH & Co. KG • Vodafone GmbH • Volkswagen AG • VOLKSWOHL BUND Versicherungen • Vorwerk Deutschland Stiftung & Co. KG • Vossloh AG • Vossloh Fastening Systems GmbH • Warner Bros. Movie World GmbH & Co. KG • WDD3C GmbH & Co. KG • Wilhelm Humpert GmbH & Co. KG • WILO SE

## TITEL-LIEBLINGE BEI VORTRÄGEN

- › Singh, J., Nijssen, E., Holzmueller, H. H., "Of Dinosaurs, Elephants, and Ugly Ducklings: Fundamental Issues and New Directions for Conducting Cross-National Research in the Global Marketplace", Marketing Science Institute Global Marketing Conference, Noordwijk, The Netherlands June 2003.
- › Singh, J., Holz Müller, H. H. Nijssen, E. "Bringing the Camel into the Tent: A Case for Multicentric Cross-Cultural Research", 32nd EMAC Conference, Marketing, Glasgow, Scotland, May 2003.
- › Holz Müller, H. H.: „Schlagloch-Management – Der Umgang mit abrupt wechselnden Marktbedingungen“, Vortrag am 40. Dortmunder Unternehmerfrühstück, Dortmund, März 2009.
- › Holz Müller, H. H.: „Kommt endlich in die Puschen! – Einblicke in die Markt- und Kundenorientierung im Mittelstand“, Vortrag an der IHK zu Dortmund, August 2009.
- › Holz Müller, H. H.: „Sind wir alle kleine Konsumäffchen?“ Rede anlässlich des Reinoldmahls, Reinoldigilde Dortmund, Mai 2010.
- › Holz Müller, H. H.: „Der Steinzeitmensch im Supermarkt?“, Vortrag beim Rotary Club Dortmund-Hörde, Dortmund, September 2011.
- › Köcher, Sö.: „Sollten wir nach den Sternen greifen? Wie verlässlich sind Produkt-Bewertungen im Onlineshop“, Vortrag bei der IHK zu Dortmund, Oktober 2021.
- › Köcher, Sö.: „Ins Netz gegangen – Worauf wir beim Online-Shopping achten sollten“, Vortrag am Tag der offenen Tür der TU Dortmund, Oktober 2023.

## SPIN-OFFS DES LEHRSTUHLS

- › DOMAIN e.V. – Dortmunder Marketing Initiative, Studentische Marketingberatung (1998 – 2013)
- › alumni-Club der WiWi Fakultät e. V. (seit 2002)
- › CEFU e.V. – Centrum für Unternehmensentwicklung (seit 2003)
- › Club of Excellence – Programm für ausgezeichnete Studierende der Fakultät (2008 – 2014)
- › IMB – Institut für Marketingberatung GmbH Dortmund (seit 2010)

## › KONTAKT

Lehrstuhl für Marketing  
Technische Universität Dortmund  
Gebäude Mathematik VP87  
Vogelpothsweg 87 | 44227 Dortmund

**Tel.:** +49 231 755-32 70 | **Fax:** 02 31 755-32 71

**E-Mail:** [marketing.wiwi@tu-dortmund.de](mailto:marketing.wiwi@tu-dortmund.de)

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

**Facebook:** [www.facebook.com/lsm.tu.dortmund](http://www.facebook.com/lsm.tu.dortmund)

**Instagram:** [lsm.tudortmund](https://www.instagram.com/lsm.tudortmund)

Gedruckt mit freundlicher Unterstützung

 Institut für  
Marketingberatung

[www.imb-do.de](http://www.imb-do.de)