

- Zafer Seplin, Westfalia Werkzeugco. GmbH & Co. KG: „Global Sourcing als Erfolgsfaktor im spezialisierten Versandhandel“, Dezember 2006.
- Andreas Richter, Rotkäppchen Peter Jülich GmbH: „Rotkäppchen wach geküsst – Marktforschung und Repositionierung für eine Traditionsmarke“, Dezember 2006.
- Rainer Pott, Pott's Brauerei: „Mit alten Werten innovativ werben - die Erfolgsstory der Pott's Brauerei“, Februar 2007.

Projektlehrveranstaltungen

- „Marktforschung zur Fundierung der strategischen Planung des Dortmund Airport“ (SS 2006, Partner: Flughafen Dortmund GmbH).
- „Review und Weiterentwicklung des Marketing von Borussia Dortmund“ (WS 2006/07, Partner: Borussia Dortmund KGaA).

Transferaktivitäten (Auszug)

- Holzmüller, H.H.: „Professionelles Marketing in Industrieunternehmen“, Vortrag an der IHK zu Dortmund, März 2006.
- Holzmüller, H.H.: „Erfolgreicher Umgang mit Geschäftspartnern im englisch- und französischsprachigen Ausland“, HANIEL Akademie, Duisburg, März 2006.
- Neumann, D.: „Boundary Spanning als Instrument der Unternehmensführung“, NovaMille Öffentlicher Workshop: Determinanten innovativer Unternehmen, Bochum, Mai 2006.
- Holzmüller, H.H.: „Werkstattgespräch: Marketing von städtebaulichen Projekten“, Vortrag an der Fakultät Raumplanung, Universität Dortmund, Juni 2006.
- Holzmüller, H.H.: „Serviceorientierung und interkulturelle Kompetenz als Wettbewerbsfaktor“, Lions-Club Unna, Oktober 2006.
- Holzmüller, H.H., Hessenkamp, V.: „Neue Filialisten in der Stadt - Marktuntersuchung am Beispiel Lübbecke“, Verbandstag Augenoptiker Handwerk Westfalen, Münster, November 2006.
- Holzmüller, H.H.: „IT wach küssen - Professionalisierung mit Marketing“, networker westfalen e.V., Universität Dortmund, November 2006.
- Jockisch, M.: „Angewandte Marktforschung: Die Akzeptanz von Intranetlösungen in Kundenorganisationen“, networker westfalen e.V., Universität Dortmund, November 2006.
- Holzmüller, H.H.: „Marketing Makes the World Go Round - Mehr Mut zur Marktorientierung im Mittelstand“, Festvortrag zur Verleihung des Lünen Gründerpreises, Lünen, Februar 2007.

Externe Lehrtätigkeit

- Hessenkamp, V.: „Marketingmanagement“ und „Sektorales Marketing“ an der Fachhochschule des Mittelstands, Bielefeld.
- Holzmüller, H.H.: „International Marketing/B2C-Marketing“ im Rahmen des MBA-Programms „Management and Marketing for Central and Eastern Europe“ an der Europa Universität Viadrina, Frankfurt/Oder.
- Holzmüller, H.H., Neumann, D.: „International Marketing Management“ an der Sino-German-School of Governance, Universität Witten-Herdecke, Herdecke.
- Keller, N., Neumann, D.: „Marketing“ im Rahmen des MBA-Programms „Master in Internationalem Management“ am Institut für Deutschlandstudien, Minsk, Weißrussland.

- Stolper, M.: „Vertrieb und Werbung“ an der Fachhochschule des Mittelstands, Bielefeld.
- Stolper, M.: „Marketing“ an der Fachhochschule für Ökonomie & Management, Essen.
- Stolper, M.: „Marketing-Fallstudien“ an der BITS, Iserlohn.

Sonstiges

Weiterbildungsaktivitäten

- Hessenkamp, V., Neumann, D.: „Grounded Theory Workshop“, Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen, Mannheim, Mai 2006.
- Neumann, D.: „Kundenkontaktsituationen im Business-to-Business-Bereich als Quelle für Innovation“, 6. Workshop Qualitative Inhaltsanalyse, Klagenfurt, Österreich, Juni 2006.
- Jockisch, M.: „Qualitative Interviews führen“, Workshop des Instituts für Soziologie, Freiburg, Januar 2007.
- Hessenkamp, V., Jockisch, M.: „Strukturgleichungsmodelle mit latenten Variablen“, 4. Paderborner Marketing Bootcamp, Universität Paderborn, Paderborn, Februar 2007.

Gutachtertätigkeit

- Alexander von Humboldt-Stiftung, Bonn.
- Bayerisches Staatsministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst, München.
- Deutsche Forschungsgemeinschaft, Bonn.
- Jubiläumsfonds der Oesterreichischen Nationalbank, Wien.

Veranstaltungen

- 1. Dortmunder Marketing Pow-Wow, Ehemaligentreffen des Lehrstuhls für Marketing.
- 2nd International Conference on Cultural and Cross-National Marketing Research.

Absolventen haben u. a. eingestellt

Alfa Sales & More GmbH • Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG
 • Germanwings GmbH • Griesson - de Beukelaer GmbH & Co. KG
 • Hellweg - Die Profi-Baumärkte GmbH & Co. KG • Porsche Consulting GmbH
 • Reckitt Benckiser Deutschland GmbH • TNT Post Holding GmbH • TruckScout24 GmbH.

Kontakt

Lehrstuhl für Marketing
 Universität Dortmund • Gebäude Chemie C1-06-731
 Otto-Hahn-Straße 6 • 44227 Dortmund
 Tel.: (0231) 755 - 32 70 • Fax: (0231) 755 - 32 71
 e-mail: m@wiso.uni-dortmund.de
 http://www.marketing-unido.de



Mit freundlicher Unterstützung von:



Lehrstuhl für Marketing



Für das Lehrstuhlteam ist die Forschung, die über Drittmittel finanziert wird, besonders attraktiv, weil es sich um begutachtete Forschung handelt, die typischerweise hohen methodischen und inhaltlichen Ansprüchen gerecht werden muss. Mit großer Freude informiere ich Sie darüber, dass der Lehrstuhl im Sonderforschungsbereich 696 „Forderungsgerechte Auslegung von intralogistischen Systemen – Logistics on Demand“ mit dem Projekt „A 2 – Effiziente Gestaltung der Erhebung von Kundenanforderungen bei der Entwicklung logistischer Anlagen in der Produktion“ mitwirkt. Wir konnten damit die Teamgröße ausbauen und infolgedessen noch bessere Voraussetzungen für Forschungsarbeit mit thematischem Tiefgang und methodischer Kompetenz schaffen. Wie in den letzten Jahren haben wir auch versucht, möglichst aktiv an renommierten wissenschaftlichen Tagungen teilzunehmen.

Die Kooperation mit der Praxis in Lehre und Forschung konnte weiter intensiviert werden. Alle Diplomarbeiten und Dissertationen werden mit Kooperationspartnern aus Industrie, Handel, Dienstleistung und Gewerbe abgefasst. Die projektbezogene Ausbildung im Marketing hilft unseren Absolventen, attraktive Jobs zu finden. Arbeitgeber, die Absolventen des Lehrstuhls eingestellt haben, bescheinigen diesen ausgezeichnetes Fachwissen und hohe Problemlösungskapazität.

Der vorliegende Folder soll unsere Partner in Wirtschaft und Verwaltung sowie an Universitäten über unsere Tätigkeit in Lehre und Forschung informieren. Wir hoffen damit, die Zusammenarbeit mit unserem Team weiter stimulieren zu können.

Kontaktieren Sie mich, wenn Sie zu einzelnen Aktivitäten mehr wissen wollen oder an einer engeren Zusammenarbeit interessiert sind.

Prof. Dr. Hartmut H. Holzmüller
 hartmut.holzmueller@udo.edu

Tätigkeitsbericht
 3/2006 - 2/2007

Forschung

Publikationen

- Brinkmann, J., Lentz, P.: „Understanding Insurance Customer Dishonesty: Outline of a Moral-Sociological Approach“, Journal of Business Ethics, Volume 66 (2-3), 2006, S.177-195.
- Holzmüller, H.H., Hessenkamp, V., Wilke, C.: „Das Vertrauen von Konsumenten in eine Branche - Konzeptualisierung und Operationalisierung“, in: Bauer, H.H., Neumann, M., Schüle, A. (Hrsg.): Konsumentenvertrauen - Konzepte und Anwendungen für ein nachhaltiges Kundenbindungsmanagement, Vahlen, München, 2006, S.409-424.
- Neumann, D., Holzmüller, H.H.: „Boundary Spanner als Akteure in der Innovationspolitik von Unternehmen“, in: Carell, A., Herrmann, T., Kleinbeck, U. (Hrsg.): Innovationen an der Schnittstelle zwischen technischer Dienstleistung und Kunden, Physica-Verlag, Heidelberg, 2006, S.85-100.
- Neumann, D., Joraschkewitz, I., Krause, M.: „Innovationsförderliche Klimata an der Anbieter-Kundenschnittstelle“, in: Carell, A., Herrmann, T., Kleinbeck, U. (Hrsg.): Innovationen an der Schnittstelle zwischen technischer Dienstleistung und Kunden, Physica-Verlag, Heidelberg, 2006, S.101-116.
- Stolper, M.: „Von Market Driven zu Market Driving: Zum Stand der Forschung über markttreibendes Verhalten“, in: Carell, A., Herrmann, T., Kleinbeck, U. (Hrsg.): Innovationen an der Schnittstelle zwischen technischer Dienstleistung und Kunden, Physica-Verlag, Heidelberg, 2006, S.35-50.
- Lentz, P., Holzmüller, H.H., Schirrmann, E.: „City of Origin Effects in the German Beer Market: Transferring an International Construct to a Local Context“, Advances in International Marketing, Vol.17, 2007, S.251-274.
- Wilke, C.: „Informationssuche und Konsumentenvertrauen am Beispiel der Versicherungswirtschaft - Eine empirische Untersuchung“, Dissertation, Verlag Dr. Kovac, Hamburg, 2007.
- Woisetschläger, D.: „Team-Sponsoring in the Formula One - Does it affect Brand Perception? An Empirical Assessment in the German Car Market“, Advances in Consumer Research, Vol. 34, 2007.
- Holzmüller, H.H., Jockisch, M., Matijevic, M.: „Herausforderungen bei der Erhebung von Kundenanforderungen an intralogistische Systeme“, in: Crostack, H.-A., ten Hompel, M. (Hrsg.): Forderungsgerechte Auslegung von intralogistischen Systemen - Logistics on Demand, Verlag Praxiswissen, Dortmund, 2007, S. 27-47.

Arbeitspapiere

- Keller, N., Schumann, J., v. Wangenheim, F., Holzmüller, H.H.: „Die betriebswirtschaftliche Seite von ferngesteuerten Dienstleistungen - ein Problemaufriss“, Arbeitspapier Nr. 16, Mai 2006.
- Wilke, C., Holzmüller, H.H.: „Der Einfluss des Konsumentenvertrauens in eine Branche auf die Kundenbeziehungsqualität - Eine quantitative Untersuchung in der Versicherungswirtschaft“, Arbeitspapier Nr.17, September 2006.

Konferenzteilnahmen

- Neumann, D., Holzmüller, H.H., Krause, M.: „Service Delivery Encounters in Business-to-Business Contexts as a Source of Innovation – A Conceptual and Explorative Study“, International Conference on Business Market Management, Berlin, Deutschland, März 2006.

- Neumann, D., Krause, M.: „Vorstellung des Verbundprojekts NovaMille und Poster zu den ersten Ergebnissen“, 6. Dienstleistungstagung, Berlin, Deutschland, März 2006.
- Wilke, C., Lentz, P., Kolbe, C.: „Media and Marketing Communications - An Empirical Study to Measure Its Level of Integration and Its Relevance“, General Online Research, Bielefeld, Deutschland, März 2006.
- Sirdeshmukh, D., Lentz, P., Nijssen, E., Singh, J., Holzmüller, H.H.: „Assessing the Institutional Environment of Market Exchanges“, 35th Annual EMAC Conference, Athen, Griechenland, Mai 2006.
- Holzmüller, H.H., Nijssen, E.: „Steppingstones Towards More Procedural Quality in Cross-Cultural Marketing Research“, 2nd International Conference on Cultural and Cross-National Research, Dortmund, Deutschland, September 2006.
- Nijssen, E., Lentz, P.: „Dominant Market Logics and Firm-Customer Exchanges“, 2nd International Conference on Cultural and Cross-National Research, Dortmund, Deutschland, September 2006.
- Woisetschläger, D., Evanschitzky, H.: „The Role of Psychological Distance for Export Market Selection of Small and Medium-Sized Enterprises“, 2nd International Conference on Cultural and Cross-National Research, Dortmund, Deutschland, September 2006.
- Schumann, J.H., Keller, N., v. Wangenheim, F., Holzmüller, H.H.: „Technology Mediation in Service Delivery: A New Typology and an Agenda for Managers and Academics“, AMA Winter Educators' Conference, San Diego, USA, Februar 2007.

Laufende Forschungsprojekte

- 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.).
- Projekt NovaMille - Die Ausbildung innovativer Organisationskulturen und -milieus an der Schnittstelle zwischen technischer Dienstleistung und Kunden (BMBF-Verbundprojekt 01 HY 0363) (Holzmüller, H.H., Neumann, D., Hessenkamp, V.).
- ExFeD - Export ferngelenkter Dienstleistungen (BMBF-Verbundprojekt 01 HQ 0553) (Holzmüller, H.H., Woisetschläger, D.).
- Projekt 3K - Globale Strategien von Dienstleistungsunternehmungen. Konfiguration. Koordination. Kundenintegration (BMBF-Verbundprojekt 01 HQ 0603) (Holzmüller, H.H., Ingwald, J.).
- Integration der Kundenanforderungen und -wünsche in die kundenorientierte Produktentwicklung von Werkzeugen und Schneidwaren (AIF-Projekt N05334/04) (Holzmüller, H.H., Hessenkamp, V.).

Gastaufenthalte

- Gambrinus-Fellow, Prof. Michael R. Czinkota, Ph.D., Georgetown University, USA.
- DAAD-Stipendiat, Raluca Mogos Descotes, Université Nancy, Nancy, Frankreich.

Review Tätigkeit

- AMS Conference 2007
- Der Markt
- European Association of Education and Research in Commercial Distribution, 14th Conference
- European Marketing Academy Conference 2007
- Industrial Marketing Management
- Institute for Commerce & International Marketing
- International Marketing Review
- Journal of Business Ethics
- Journal of Business Research
- Journal of Euromarketing, Editorial Board
- Journal of International Marketing, Editorial Board
- Management International Review
- Zeitschrift für Betriebswirtschaft

Research Workshop Series

- Prof. Dr. Manfred Krafft, Direktor des Instituts für Marketing, Westfälische Wilhelms Universität Münster: „CRM and New Product Development“, Juni 2006.
- Dr. Michaela Pfadenhauer, Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Fakultät, Universität Dortmund: „Reklamationskompetenz von Online-Shoppern. Darstellung eines Forschungsdesigns“, Juli 2006.
- Vanessa Hessenkamp, Debra Neumann, Lehrstuhl für Marketing, Universität Dortmund: „Grounded Theory in der Marketingforschung - Einführung und praktische Anwendung“, Oktober 2006.
- Dr. Heiner Evanschitzky, Westfälische Wilhelms Universität Münster: „Integriertes Beziehungsmarketing im Service Profit Chain“, Januar 2007.

Studentische Forschung

Kooperationspartner bei Diplomarbeiten und Dissertationen im Berichtszeitraum:

Bäckermeister Grobe GmbH & Co. KG • Borussia Dortmund KGaA • City-Werbering Unna e.V. • DEW GmbH • Dolezych GmbH & Co. KG • Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG • Flughafen Dortmund GmbH • Fraunhofer IML • Heinrich Deichmann-Schuhe GmbH & Co. KG • Hellweg - Die Profi-Baumärkte GmbH & Co. KG • Krämer Gestaltung, Druck & Service GmbH • Materna GmbH • RGW Consulting GmbH • RWE Westfalen-Weser-Ems AG • Signal Iduna AG • Sparkasse Dortmund • Stromag AG • Verlag Lensing-Wolff GmbH & Co. KG • Volkswagen AG • Weckbacher GmbH • Xionet empowering technologies AG.

Lehre

Distinguished Guest Speaker Series

- Florian Gniech, T-Mobile Deutschland GmbH: „Maßnahmen zur Aktivierung des FIFA WM 2006 Sponsorships bei T-Mobile Deutschland“, Mai 2006.
- Prof. Michael R. Czinkota, Georgetown University / USA: „The Borderless Classroom - Freedom of Higher Education“, Juni 2006.
- Oliver Lotti, Junior Product Manager der L'ORÉAL Deutschland GmbH: „To build beauty we need talent“, Juni 2006.