



Sehr geehrte Damen und Herren,

es freut uns, Ihnen den Tätigkeitsbericht für die vergangenen zwei Semester vorlegen zu können. Erfreulicherweise hat das Marketing-Team im Berichtszeitraum deutliche Verstärkung erfahren. Herr Dr. Markus Blut wurde zum Juniorprofessor für Marketing berufen. Damit sind wir in einer sehr guten Ausgangslage, um unsere Arbeit in Lehre und Forschung weiter zu intensivieren.

Alle geförderten Forschungsprojekte sind in der Phase, in der die zentralen Arbeitsschritte erfolgen. Im Publikations- und Konferenzbereich sind wir fast ausschließlich international orientiert und bemüht, die Wahrnehmung des Labels „Made at TU Dortmund University“ weiter voranzutreiben. In der studentischen Ausbildung sind wir trotz höherer Studierendenzahlen von der Kleingruppenbetreuung in den Seminaren und der engen Zusammenarbeit mit der Wirtschaft bei Bachelor- und Masterarbeiten nicht abgegangen. Das Marketingstudium in Dortmund ist nach wie vor vom Motto „high tech, high touch“ geprägt.

Mit diesem spartanischen Flyer wollen wir Freunde und Partner des Marketing-Teams über unsere Arbeit informieren. Zudem hoffen wir, damit weitere Kooperationsvorhaben mit der Wirtschaft in Lehre, Forschung und Beratung anzuregen. Kontaktieren Sie uns bitte, wenn Sie zu einzelnen Tätigkeitsfeldern mehr erfahren wollen oder an einer Zusammenarbeit interessiert sind.

Mit vielem Dank für Ihr Interesse

JProf. Dr. Markus Blut  
Prof. Dr. Hartmut H. Holzmüller

## DISTINGUISHED GUEST SPEAKER SERIES

- Markus Rejek, Leiter Marketing der Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA und Dennis Thom, Marketing der Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA: „Echte Liebe – Die Markenidentität von Borussia Dortmund“, Juni 2011.
- JProf. Dr. Christian Brock, Otto Group-Juniorprofessur für Service Marketing und Distanzhandel und Anja Herter, Leiterin Spezialprojekte der Otto Group Consulting: „Herausforderungen und Strategien des Multi-Channel Management“, Juni 2011.
- Peter J. Bachmann, Signum Forte: „Nachhaltige Markenführung: Notwendig oder nur ein kurzfristiger Trend?“, Juni 2011.
- Prof. Gary Hunter, Illinois State University, USA: „USA Retailing“, Juli 2011.
- Dr. Ulrich Segerer, Abteilungsleiter Kundenselektion in der Witt-Gruppe: „Analytisches CRM bei Witt“, November 2011.
- JProf. Doreen Pick, Freie Universität Berlin: „References and Reference Marketing of B2B-Firms“, Dezember 2011.
- Dr. Laura Faltz, Geschäftsführerin WDD3C GmbH & Co. KG: „Eine Idee – effizient kommuniziert“, Dezember 2011.
- Tim Nixdorff & Rebecca Koenitzer, Batten & Company: „Strategische Markenpositionierung zur nachhaltigen Differenzierung vom Wettbewerb“, Dezember 2011.

## DORTMUNDER METHODENWERKSTATT

- Prof. Dr. Bodo B. Schlegelmilch, WU Wien: „Controversial Product Endorsements: When a Halal Seal might not be quite Kosher“, März 2011.
- Dr. Robert Freund, Moderator der Wissensbilanz: „Wie kann man Kundeninteraktion mit Hilfe des Konzepts der multiplen Kompetenzen verbessern?“, Juli 2011.
- Till Haumann, Ruhr-Universität Bochum: „Mehrebenenanalyse mit HLM und MPlus“, Juli 2011.
- Prof. Suzanne C. Beckmann, Copenhagen Business School: „Exploring Sound Logos – Conceptual Considerations and first results“, November 2011.

## TRANSFERAKTIVITÄTEN (AUSZUG)

- Holzmüller, H. H.: „Neue Strategien braucht das Land – Vom Market Driven zum Market Driving als Form der innovativen Unternehmensführung“, Vortrag beim Industrieclub Dortmund, Dortmund, April 2011.
- Hanning, D.: „Einblicke in Methoden der qualitativen Marktforschung“, Mentoring<sup>3</sup>, Duisburg, Mai 2011.
- Holzmüller, H. H.: „Den Kunden zum Fan machen – Kundenbindung durch Begeisterungsmanagement“, Lensing Akademie, Signal Iduna Park, Dortmund, Juli 2011.
- Holzmüller, H. H.: „Nichts ist so praktisch wie eine gute Theorie! Können Schulen vom wirtschaftlichen Anwendungsbezug in der universitären Ausbildung lernen?“, Vortrag beim Zukunftsworkshop „Wirtschaft und Schule“, Signal Iduna Gruppe, Dortmund, Juli 2011.
- Holzmüller, H. H.: „Interkulturelle Kompetenz im Umgang mit fremdkulturellen Geschäftspartnern“, Vortrag beim 2. Dortmunder Forum für Führung und Organisation, Dortmund, September 2011.
- Holzmüller, H. H.: „Der Steinzeitmensch im Supermarkt?“, Vortrag beim Rotary Club Dortmund-Hörde, Dortmund, September 2011.
- Holzmüller, H. H.: Jurymitglied bei der Verleihung des Handelspreises FAIR 2011, Dortmund, September 2011.

- Holzmüller, H. H.: „Ethnomarketing – Chancen und Fallstricke“, Vortrag bei der Veranstaltung „Durchblick für alle“, Verbraucherbildung Hessen, Gießen, November 2011.
- Holzmüller, H. H.: „Marketing für die Kirche – Optionen und Limitationen“, Tagung zum 50-jährigen Jubiläum der Einberufung des Zweiten Vatikanischen Konzils, Ruhr-Universität Bochum, Bochum, Januar 2012.

## EXTERNE LEHRTÄTIGKEIT

- Blut, M.: „International Retailing Management“, Aston Business School, Birmingham; „Retailing Management“ und „International Marketing“, Ramkhamhaeng University, Bangkok, Thailand.
- Holzmüller, H. H.: „Challenges in Cross-cultural Marketing“, Russian State University for the Humanities; „Recent Developments in Marketing High-tech Products and Services“, Moscow State University of Railway Engineering, Oktober 2011.

## SONSTIGES

## WEITERBILDUNGSAKTIVITÄTEN

- Dotterweich, C., Haenraets, U., Samulewicz, C.: „Qualitative Interviewforschung“, Bochumer Winter School 2012, Bochum, Februar 2012.
- Haenraets, U.: „Summer School on Experimental Research“, SDI-PA, Cosenza, Italien, Juli 2011.
- Hanning, D.: „Modernes Fakultätsmanagement“, CHE Centrum für Hochschulentwicklung, Bielefeld, März 2011.
- Paluch, S.: „Annual JIBS/AIB Paper Development Workshop (PDW)“, AIB Nagoya, Japan, Juni 2011.
- Paluch, S.: „HBS Case Study Seminar: The Art and Craft of Discussion Leadership Part II“, Harvard Business School, Boston, MA, USA, Juni 2011.

## GUTACHTERTÄTIGKEIT

- Alexander von Humboldt Stiftung, Bonn
- Deutscher Akademischer Austausch Dienst, Bonn
- Deutsche Forschungsgemeinschaft, Bonn

## ABSOLVENTEN HABEN U. A. EINGESTELLT

Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG • HELLWEG - Die Profi-Baumärkte GmbH & Co. KG • Lindt Sprüngli AG • Thalia-Gruppe.

## KONTAKT

Lehrstuhl für Marketing  
Technische 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: marketing.wiso@tu-dortmund.de  
http://www.marketing-tudo.de

Gedruckt mit freundlicher Unterstützung

Institut für  
Marketingberatung  
www.imb-do.de

**TÄTIGKEITSBERICHT**  
3/2011 - 2/2012



## FORSCHUNG

### PUBLIKATIONEN

- Blut, M., Backhaus, C., Heussler, T., Woisetschlager, D., Evanschitzky, H., Ahlert, D. (2011): "What to Expect after the Honeymoon: Testing a Lifecycle Theory of Franchise Relationships", in: Journal of Retailing, Volume 87, Issue 3, S. 306-319.
- Brock, C., Blut, M., Evanschitzky, H., Kenning, P., Ahlert, M. (2011): „Kundenbindung und Motive von Noncomplainers: Neue Aspekte des Beschwerdemanagement“, in: Zeitschrift für Betriebswirtschaft, 81. Jg., S. 57-76.
- Ingwald, J.: „Koordination der internationalen Vermarktung von Dienstleistungen: Eine fallbasierte Analyse“, Verlag Dr. Kovac, Hamburg, 2011.
- Ingwald, J., Holzmüller, H. H., Köpke, M.: "Coordination of the International Service Delivery at Materna GmbH", in: Zentes, J., Swo-boda, B., Morschett, D. (Hrsg.): „Fallstudien zum Internationalen Management“, Gabler Verlag, Wiesbaden, 2011, S. 787-799.
- Mogos Descotes, R., Walliser, B., Holzmüller, H. H., Guo, X. (2011): "Capturing institutional home country conditions for exporting SEMs", Journal of Business Research, Volume 64, Issue 12, S. 1303-1310.
- Paluch, S.: "Remote Service Technology Perception and its Impact on Customer- Provider Relationships. An Empirical Exploratory Study in a B2B-setting", Gabler Verlag, Wiesbaden, 2011.
- 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, Volume 42, Issue 2, S. 307-333.
- Töllner, A., Blut, M., Holzmüller, H. H. (2011): "Customer solutions in the capital goods industry: Examining the impact of the buying center", Industrial Marketing Management, Volume 40, Issue 5, S. 712-722.
- Wunderlich, N. V., Schumann, J. H., von Wangenheim, F., Holzmüller, H. H. (2011): „Management und Marketing ferngesteuerter Dienstleistungen: Konzeptionelle Verortung, betriebswirtschaftliche Herausforderungen und künftige Forschungsaufgaben“, Zeitschrift für Betriebswirtschaft, 81. Jg., Nr. 9, S. 977-1001.

### ARBEITSPAPIERE

- Blut, M., Martin, C., Schnöring, M., Schulte, V., Woisetschlager, D. (2011): "Success in Buyer-Seller-Interactions: Developing a Conceptual Framework of a Salesperson's Interaction Competence", Working Paper No. 1, Projekt InterDrive, Lehrstuhl für Marketing, Technische Universität Dortmund.
- Blut, M., Töllner, A., Kes, I., Schulte, V., Ulrich, J. (2011): "Preliminary Development of a Scale of Interaction Competence: Results of a Qualitative Study", Working Paper No. 2, Projekt InterDrive, Lehrstuhl für Marketing, Technische Universität Dortmund.
- Haenraets, U., Ingwald, J., Haselhoff, V., Holzmüller, H. H.: „Zum Stand der Forschung der Wirkungsbeziehungen im Kontext von Gütezeichen“, Arbeitspapier Nr. 1, Projekt PreviKids, Lehrstuhl für Marketing, Technische Universität Dortmund.

### KONFERENZTEILNAHMEN

- Blut, M., Brock, C., Evanschitzky, H.: "The Forgetful Customer: Regeneration of Sales after Service Failure", Academy of Marketing Science Annual Conference, Coral Gables, FL, USA, Mai 2011.
- Paluch, S.: "Remote Service Technologies - a Framework and Factors influencing Adoption in B2B Relationships", Academy of Marketing Sciences Annual Conference, Coral Gables, FL, USA, Mai 2011.

- Paluch, S., Holzmüller, H. H.: "Internationalization of Remote Service Technologies - a three country study on Perception, Adaption and Relationship Marketing", Academy of Marketing Sciences Annual Conference, Coral Gables, FL, USA, Mai 2011.
- Blut, M., Beatty, S., Evanschitzky, H., Brock, C.: "Testing the Interrelationship between Service Characteristics and Switching Costs", 40th EMAC Conference, Ljubljana, Slovenia, Mai 2011.
- Haselhoff, V., Töllner, A., Holzmüller, H. H.: "The Digital Revolution - An Exploratory Analysis of the Changing Buying Process in the Digital Age", 40th EMAC Conference, Ljubljana, Slovenia, Mai 2011.
- Paluch, S., Holzmüller, H. H.: "A picture is worth a thousand words: Technology perception in remote service encounters based on Metaphors", 40th EMAC Conference, Ljubljana, Slovenia, Mai 2011.
- Paluch, S., Holzmüller, H. H.: "A Picture is worth a thousand Words - Metaphor Analysis in international Research Settings", Academy of International Business Annual Conference, Nagoya, Japan, Juni 2011.
- Backhaus, C., Blut, M., Heussler, T.: "Shifting the Standardisation/Adaptation Debate to National Franchising: Empirical Evidence from Germany", Academy of Marketing Science World Marketing Congress, Reims, France, Juli 2011.
- Evanschitzky, H., Backhaus, C., Blut, M., Woisetschlager, D.: "Efficacy of Franchisee Autonomy: An Examination of Boundary Conditions", Academy of Marketing Science World Marketing Congress, Reims, France, Juli 2011.
- Paluch, S., Blut, M.: "Remote Service Satisfaction - An initial Investigation", American Marketing Association Summer Educators' Conference, San Francisco, CA, USA, August 2011.
- Blut, M., Töllner, A., Kes, I., Schulte, V., Ulrich, J.: „Assessing the Frontline Employees' Interaction Competence: Development of the FEIC-Scale“, XXI. International RESER-Conference, Hamburg, Germany, September 2011.
- Blut, M., Martin, C., Schnöring, M., Schulte, V., Woisetschlager, D.: „Determinants of Successful Buyer-Seller-Interactions: A Conceptual Framework of a Salesperson's Interaction Competence“, XXI. International RESER-Conference, Hamburg, Germany, September 2011.
- Haselhoff, V., Holzmüller, H. H., Lentz, P.: „Seniores Informations- und Kaufverhalten und Implikationen für das Marketing“, 1. Wirtschaftswissenschaftliches Forum Essen, Germany, September 2011.
- Brock, C., Blut, M., Linzmayer, M., Zimmer, B.: "F-commerce and the Crucial Role of Trust", International Conference on Information Systems, Shanghai, China, Dezember 2011.
- Paluch, S., Blut, M.: "Remote Services-Satisfaction: An Initial Examination", International Conference on Information Systems, Shanghai, China, Dezember 2011.
- Blut, M., Ulrich, J., Brock, C.: „Complaint Handling in B2B-Industries: Determinants of Customer Loyalty after a Negative Incident“, American Marketing Association Winter Educators' Conference, St. Petersburg, FL, USA, Februar 2012.

### GASTAUFENTHALTE

- DAAD-Stipendiat, Dr. Marcin Komor, Akademia Ekonomiczna, Katowice, Polen.
- Gambrinus Fellow, Prof. Suzanne C. Beckmann, Copenhagen Business School, Copenhagen, Dänemark.

## REVIEW TÄTIGKEIT

- Academy of International Business (AIB)
- Academy of Marketing Science (AMS)
- Consortium for International Marketing Research (CIMaR)
- European Marketing Academy (EMAC)
- International Conference on Information Systems
- International Journal of Hospitality Management
- International Journal of Management Science and Engineering Management
- International Marketing Review
- Marketing ZFP

## LAUFENDE FORSCHUNGSPROJEKTE

- EXIST-Gründungskultur – Die Gründerhochschule: tu//startup, Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMW / EU-Projekt 03EGH1NW11) (Holzmüller, H. H., Dotterweich, C.).
- INTERIDRIVE – 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.).

## STUDENTISCHE FORSCHUNG

Kooperationspartner bei Abschlussarbeiten und Dissertationen im Berichtszeitraum:  
Busch GmbH & Co. KG • DEW Witten GmbH • Dolezych GmbH & Co KG • Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG • Elmos AG • Forschungsinstitut für Kinderernährung Dortmund • HORBACH Wirtschaftsberatung GmbH • Jung Pumpen GmbH • Lead Discovery GmbH • Lindt Sprüngli AG • MSH and More Werbeagentur GmbH • Paluno – The Ruhr Institute for Software Technology • Philips Deutschland GmbH • REWE DORTMUND Großhandel eG • Rotkäppchen Peter Jülich AG • Steag AG • Thalia-Gruppe • Wacker Chemie AG.

## LEHRE

### PROJEKTLERHRVERANSTALTUNGEN

- „Analyse des Konsumentenverhaltens in Bezug auf innerstädtische Lebensmitteleinzelhandelsgeschäfte“ (Projektpartner: REWE Dortmund, SS 2011)
- „Empirische Projekte zum Thema Dienstleistungsmanagement“ (Projektpartner: Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA, RWE AG, SS 2011)
- „Entwicklung von Social-Media-Konzepten im Industriegütermarketing“ (Projektpartner: DEW Witten GmbH, Dolezych GmbH & Co KG, Elmos AG, J. D. Theile GmbH & Co. KG, Jung Pumpen GmbH, Lead Discovery GmbH, Paluno – The Ruhr Institute for Software Technology, Rheinzink GmbH & Co. KG, Steag AG, ThyssenKrupp AG, ThyssenKrupp Uhde GmbH, Wilo SE, WS 2011/12)