

- Exkursion: Kik Textilien und Non-Food GmbH, Bönen: Betriebsbesichtigung und Vorträge zu dem Thema „Das Geschäftsmodell KiK – Eine Erfolgsstory im Textil-Discount“, Juli 2004.
- Bachmann, Peter J.: Workshop „Praktische Markenführung“, alumni Club der WiSo-Fakultät der Uni Dortmund, Juni 2004.
- Dr. Reiner Winkelgrund, Stahl-Informationen-Zentrum, Düsseldorf: „Stahl im Aufwind - Die europäische Stahl-Imagekampagne“, Mai 2004.
- Prof. Eckhard Gerber, Inhaber Gerber Architekten, Dortmund: „Die Handschrift eines Architekten als Unique Selling Proposition im Marketing für Architekturbüros“, Mai 2004.

PROJEKTLERHRVERANSTALTUNGEN

- Business Development für eine regionale Tageszeitung (WS 2004/2005, Partner: Medienhaus Lensing-Wolff).
- Entwicklung von Marketingkonzepten für kleine und mittelständische Unternehmen (SS 2004, Partner: Gerber Architekten, Wattermann GmbH, Optiker Reinecke, ICN Facility GmbH).

TRANSFERAKTIVITÄTEN (Auszug)

- Pferdekämper, T.: „Offensives Marketing im Handwerk“, Marketing-Seminarreihe „Erfolgreiches Marketing im Handwerk“, Fachhochschule des Mittelstands, Bielefeld, Februar 2005.
- Holzmüller, H.H., Stolper, M.: „Das Erfolgsgeheimnis von Ikea, amazon.com, Puma und Co.: From Market Driven to Market Driving“, 6. Dortmunder Forschungstage, Februar 2005.
- Holzmüller, H.H.: „From Market Driven to Market Driving – Thesen zur Überwindung des unternehmerischen Einzelkämpfertums“, 100. Business Breakfast, Flughafen Dortmund, Dezember 2004.
- Lammerts, A., Ladwig M.: „Fassungswahl via Internet? Welche Ansprüche hat der Kunde von morgen?“, Verbandstagung des Augenoptikerverbandes Westfalen, Hamm, November 2004.
- Pferdekämper, T.: „BWL-Wissen in Marketing und Marktforschung“, Hochschule für angewandte Wissenschaften (FH) Wernigerode, November 2004.
- Holzmüller, H.H.: „Blut, Schweiß und Tränen – Der lange Weg zur marktorientierten Unternehmensführung in mittelständischen Unternehmen“, 31. Hammer Managementseminar, Oktober 2004.
- Holzmüller, H.H.: „Marketing in Klein- und Mittelbetrieben – Konzepte, Tipps und Tricks“, Bundesverband Junger Unternehmer der ASU e.V., Mai 2004.
- Lammerts, A.: „Erfolgsfaktor Image-Konzept, Einflussfaktoren und Wirkung“, Wirtschaftsförderung der Stadt Dortmund, April 2004.
- Holzmüller, H.H.: „Interkulturelle Handlungskompetenz – Ein Erfolgsfaktor auf Auslandsmärkten“, Auslandsgesellschaft Nordrhein-Westfalen, März 2004.
- Holzmüller, H.H.: „Zeitgemäßes Marketing – Zur Aufklärung einiger weit verbreiteter Missverständnisse in der Anwendung“, Rotary Club Dortmund, Februar 2004.

IDEEN-MINING WORKSHOPS

- Durable Hunke & Jochheim GmbH & Co. KG: „Entwicklungspfade für die Sortimentsausweitung“, September 2004.
- Drauschke Baustoffzentrum GmbH & Co.: „Strategien zur Dämpfung saisonaler Absatzschwankungen“, Juli 2004.
- Zimbo Fleisch- und Wurstwaren GmbH & Co. KG: „Sub-Branding für neue Produkte“, Juni 2004.

EXTERNE LEHRTÄTIGKEIT (Auszug)

- Holzmüller, H.H., Stolper, M.: Gastdozenten für „Internationales Marketing“ im Rahmen des MBA Programms „Master in Internationalem Management“ an der Europäischen Humanistischen Universität, Minsk, Weißrussland.
- Lammerts, A.: Lehrbeauftragter für „Marketingmanagement“, „Sektorales Marketing“ und „Marketing, Vertrieb und Werbung“ an der Fachhochschule des Mittelstands, Bielefeld.
- Pferdekämper, T.: Lehrbeauftragte für „Marketing“ und „Konsumentenverhalten“ an der Business and Information Technology School, Iserlohn.

SONSTIGES

WEITERBILDUNGSAKTIVITÄTEN

- Lentz, P.: Metacognitive Influences on Business-to-Consumer Relationships, 17th EMAC Doctoral Colloquium, Murcia, Spanien, Mai 2004.
- Pferdekämper, T., Wilke, C.: Strukturgleichungsmodelle mit latenten Variablen: der PLS-Ansatz, Technische Universität Kaiserslautern, März 2004.
- Lentz, P.: Measurement Models in Marketing, EDEN Doctoral Seminar, Brüssel, Belgien, März 2004.
- Stolper, M.: Moderation von Think Tanks, Westfälische Wilhelms-Universität Münster, Februar 2004.

GUTACHTERTÄTIGKEIT

- Deutsche Forschungsgemeinschaft, Bonn.
- Alexander von Humboldt Stiftung, Bonn.

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: marketing@wiso.uni-dortmund.de
<http://www.marketing-unido.de>

MIT FREUNDLICHER UNTERSTÜTZUNG VON:



LEHRSTUHL FÜR MARKETING



Von besonderer Relevanz im Berichtszeitraum war das Anlaufen von zwei umfangreichen Forschungsvorhaben, die aus Drittmitteln finanziert werden. Im Rahmen eines DFG-Projekts wird der Frage nach der Bedeutung des Vertrauens in die Versicherungswirtschaft für die Anbieter/Kunden-Beziehung nachgegangen. In einem BMBF-Verbundprojekt von sechs Lehrstühlen der Universität Dortmund wird interdisziplinär untersucht, wie die Schnittstelle zwischen Anbieter und Kunden bei technischen Dienstleistungen als Quelle für Innovationen genutzt werden kann.

Die Kooperation mit Unternehmen in Lehre und Forschung wurde ausgebaut. Unsere Gastredner-Serie und die Forschungs-Workshops sind ein fixer Bestandteil der Ausbildung und des Austausches mit anderen Wissenschaftlern. Die Präsenz des Lehrstuhlteams bei renommierten internationalen Fachtagungen war bemerkenswert hoch.

Der vorliegende Flyer soll unsere Partner über die Aktivitäten des Lehrstuhls im Berichtszeitraum informieren. Wir hoffen, dass dadurch über das bisherige Ausmaß hinaus die künftige Zusammenarbeit mit Partnern aus der Wirtschaft wie aus den Hochschulen stimuliert wird. Nach Innen soll die Dokumentation unserer Arbeit zur Standortbestimmung und als Ausgangspunkt für die Entwicklung künftiger Aktivitäten des Marketingteams an der Universität Dortmund dienen.

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

TÄTIGKEITSBERICHT 3/2004 - 2/2005

FORSCHUNG

PUBLIKATIONEN

- v. Wangenheim, F., Holzmüller, H.H.: „Gestaltung von Dienstleistungen – Gutstheoretische und kundenorientierte Determinanten“, in: Herrmann, T., Kleinbeck, U., Krcmar, H. (Hrsg.): Konzepte für das Service-Engineering, Modularisierung, Prozessgestaltung und Produktivitätsmanagement, Physica-Verlag, Heidelberg 2005, S. 249-263.
- Holzmüller, H.H., Lobin, D., Rosetti, D.: „Safilo Group Italy: From Licensee to Licensor“, in: Zentes, J., Swoboda, B. (Hrsg.): Fallstudien zum Internationalen Management, 2. Auflage, Gabler Wirtschaftsverlag, Wiesbaden 2004, S. 339-354.
- Yom, M., Wilhelm, T., Holzmüller, H.H.: „Online-Fokusgruppen als innovative Erhebungsmethode in der Konsumentenforschung – Am Beispiel der Beurteilung von Websites“, in: Wiedmann, K.-P., Buxel, H., Frenzel, T., Walsh, G. (Hrsg.): Konsumentenverhalten im Internet. Konzepte – Erfahrungen – Methoden, Gabler, Wiesbaden 2004, S. 325-348.
- Crostack, H.-A., Holzmüller, H.H., Lins, S., Stolper, M.: „Gestaltung der Interaktion zwischen Marketing und F + E im marktorientierten Innovationsprozess“, in: Crostack, H.-A., Winzer, P. (Hrsg.): Zukunftsperspektiven des Qualitätsmanagements, Band 2, Shaker Verlag, Aachen 2004, S. 17-28.

ARBEITSPAPIERE

- Hessenkamp, V., Wilke, C.: „Die Konzeptualisierung des Konsumentenvertrauens in eine Branche – Eine qualitative Untersuchung in der Versicherungswirtschaft“, Februar 2005.
- Stolper, M.: „Market Driving-Strategien: Zum Stand der Forschung über radikale Marktführerschaft“, Februar 2005.
- Milankovic, T., Lentz, P.: „Die Bedeutung von Vertrauen in Kunden-Anbieter-Beziehungen – Eine Analyse des aktuellen Stands der Forschung“, Dezember 2004.
- Milankovic, T., Wilke, C.: „Das Vertrauen des Konsumenten in eine Branche – Ein konzeptioneller Ansatz“, Dezember 2004.

KONFERENZTEILNAHMEN

- Holzmüller, H.H., Lentz, P.: „Brauchen wir Kulturkonzepte in der verhaltensorientierten internationalen Vergleichsforschung? Markt-Milieus und Kundenbeziehungsqualität in drei Staaten“, Kommission „Internationales Management“ im Verband der Hochschullehrer für Betriebswirtschaftslehre, Bremen, Februar 2005.
- Holzmüller, H.H., Wittkop, T.: „Cultural Competence of Marketing Expatriates: Relevance, Empirical Evidence, and Training Requirements“, 2005 AMA Winter Marketing Educators' Conference, San Antonio, TX, USA, Februar 2005.
- Lentz, P., Sirdeshmukh, D., Nijssen, E.J., Holzmüller, H.H., Singh, J.: „A Cross-National Study of Consumer Firm Exchange Relationships within the Context of Market Milieus“, 2005 AMA Winter Marketing Educators' Conference, San Antonio, TX, USA, Februar 2005.

- Pferdekämper, T., Lammerts, A.: „Determinanten der Kundenorientierung von Servicemitarbeitern: Welche Rolle spielt das Marktklima der Branche?“, Berichtskolloquium des Forschungsbandes INWIDA, Dortmund, November 2004.
- Lentz, P., von Wangenheim, F.: „Segmenting Customers According to Lifecycle Dynamics“, 13th Annual AMA Frontiers in Services Conference, Miami, FL, USA, Oktober 2004.
- Brinkmann, J., Lentz, P.: „Ethically Questionable Consumer Behaviour (among Norwegian and German Insurance Customers)“, 11th Annual International Business Ethics Conference, Chicago, IL, USA, Oktober 2004.
- Holzmüller, H.H., Yom, M.: „User-based Evaluation of Web Usability with On-line Focus Groups“, 33rd EMAC Conference, Murcia, Spanien, Mai 2004.
- Lentz, P., Teusner, S., Holzmüller, H.H.: „Customer Satisfaction, Trust, Value and Loyalty in Relational B2B Exchanges“, 33rd EMAC Conference, Murcia, Spanien, Mai 2004.

GASTAUFENTHALTE

- DAAD-Gastdozent, Prof. Dr. Johannes Brinkmann, Norwegian School of Management, Oslo, Norwegen.
- Visiting Scholar, Prof. John W. Sell, Ph.D., James A. Wilson Professor of Business Economics, The College of Wooster, Wooster, Ohio, USA.
- Gambrinus Fellow 2004, Richard M. Brandt, Director, Iacocca Institute and Director, Global Village, Lehigh University, Bethlehem, Pennsylvania, USA.

LAUFENDE FORSCHUNGSPROJEKTE (Auszug)

- 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.)
- Die Bedeutung von kollektivem und relationalem Vertrauen in der Kundenbindung im Dienstleistungsmanagement (DFG-Projekt HO 2224/4-1) (Hessenkamp, V., Wilke, C., Holzmüller, H.H.).
- A Cross-National Study of Market Exchange Milieus and Consumer Loyalty Dynamics (Lentz, P., Holzmüller, H.H., in Kooperation mit Singh, J., Nijssen, E.J. und Sirdeshmukh, D.)
- Cross-Cultural Research in International Marketing: Fundamental Issues and New Directions (Singh, J., Nijssen, E.J., Holzmüller, H.H.)

REVIEW TÄTIGKEIT

- Academy of International Business, Annual AIB Meeting 2004
- American Marketing Association, Summer Marketing Educators' Conference 2004
- European Marketing Academy, Annual Conference 2005
- International Business Review
- 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
- Marketing - Zeitschrift für Forschung und Praxis

RESEARCH WORKSHOP SERIES

- Prof. Dr. René Algesheimer, Institute for Strategy and Business Economics, Universität Zürich: „Centripetal and Centrifugal Forces within a Brand Community“, November 2004.
- Prof. Dr. Günther Rötter, Institut für Musik und ihre Didaktik, Universität Dortmund: „Psychologische und physiologische Wirkungen von Musik und ihre Messbarkeit – Anwendungsbezogene Überlegungen“, Juli 2004.
- Prof. John W. Sell, College of Wooster, Ohio, USA: „Comparing Germany and The U.S.: Is there a Unique Business Culture?“, Juli 2004.
- Prof. Dr. Björn Walliser, Raluca Mogos Descotes, Université Nancy 2, France: „The International Performance of French SME's“, Juni 2004.
- Prof. Dr. Tomás Bayón, International University in Germany, School of Business Administration, Bruchsal: „Customer Equity Management – Past, Present and Future of an Innovative Research Field in Marketing“, April 2004.

STUDENTISCHE FORSCHUNG

Kooperationspartner bei Diplomarbeiten und Dissertationen im Berichtszeitraum:

Augenoptikerverband Westfalen • Beumer Maschinenfabrik GmbH & Co. KG • Deutsche Bergbautechnik GmbH • denkwerk • DEW • Die Continentale • Dolezych GmbH & Co. KG • Gerber Architekten • ICN Facility GmbH • KIK Textilien und Non-Food GmbH • L'Oréal Deutschland GmbH • Medienhaus Lensing-Wolff • Nestlé Nutrition GmbH • Veltins GmbH & Co. KG • VKU e. V. • Vreiksen KG • ThyssenKrupp Schulte GmbH • Xionet AG • Zimbo Fleisch- und Wurstwaren GmbH & Co. KG

LEHRE

DISTINGUISHED GUEST SPEAKERS SERIES

- Ernst Primosch, Vice President und Head Corporate Communications, Henkel-Gruppe, Düsseldorf: „Corporate Brand Management: Die Wiederentdeckung der Unternehmensmarke“, Januar 2005.
- Richard M. Brandt, Director Iacocca Institute, Lehigh University, Bethlehem, Pennsylvania, USA: „Establishing Overseas Sales Offices and Six Important Tips for Success in International Sales“, Dezember 2004.
- Gerhard Visser, Stadtwerke Schwerte: „Stadtwerke Schwerte - Vom kommunalen Versorger zum kundenorientierten Dienstleistungsbetrieb“, Oktober 2004.