

LEHRSTUHL FÜR MARKETING



Es freut mich, den 12. Tätigkeitsbericht des Lehrstuhls vorlegen zu können. Vereinzelt werde ich auf die doch wenig leserfreundliche Gestaltung des Berichts, die geringe Marktorientierung signalisiert, angesprochen. Der Grund für diese spartanische Aufmachung ist die Einsicht, dass bunt bebilderte Tätigkeitsberichte auch nicht genauer gelesen werden. In Zeiten knapper Zeitbudgets soll Ihnen dieser „vollgestopfte“ Flyer nur signalisieren, dass wir wieder hart gearbeitet haben. Die Enthusiasten im Verteilerkreis lade ich natürlich herzlich zur genaueren Durchsicht ein.

Aus dem Bericht soll deutlich werden, dass wir nach wie vor mit großem Elan die (a) konzeptionell-theoretische, (b) methodische und (c) durchgängig anwendungsbezogene Ausrichtung im Fach vertreten. Der Erfolg unserer Absolventen am Arbeitsmarkt und die internationale Sichtbarkeit des Lehrstuhls bestärken uns in dieser Herangehensweise.

Mit dem vorliegenden Bericht wollen wir die Partner und Freunde des Lehrstuhls in Wirtschaft, Verwaltung und Wissenschaft über unsere Arbeit informieren. Zudem hoffen wir, mit dem Flyer weitere und neue Kooperationsvorhaben in der Lehre, Forschung und Beratung zu stimulieren. Kontaktieren Sie mich bitte, wenn Sie zu einzelnen Tätigkeitsfeldern mehr wissen wollen oder an einer Zusammenarbeit interessiert sind.

Für das Marketing-Team an der TU Dortmund

Prof. Dr. Hartmut H. Holzmüller
hartmut.holzmueeller@tu-dortmund.de

TÄTIGKEITSBERICHT
3/2010 - 2/2011

STUDENTISCHE FORSCHUNG

Kooperationspartner bei Abschlussarbeiten und Dissertationen im Berichtszeitraum:
Adesso AG • carat robotic innovation GmbH • Heinrich Deichmann-Schuhe GmbH & Co. KG • Dolezych GmbH & Co KG • Emswerke AG • E.PAGES GMBH • ERCO GmbH • Forschungsinstitut für Kinderernährung • Fraunhofer Institut für Materialfluss und Logistik (IML) • Henkel AG & Co. KGaA • Induvation GmbH • Privatbrauerei Iserlohn GmbH • KHS GmbH • Materna GmbH • Metabowerke GmbH • Philips Deutschland GmbH • Rotkäppchen Peter Jülich GmbH & Co. KG • Thalia-Gruppe

LEHRE

PROJEKTLERHRVERANSTALTUNGEN

- „Low Budget Marketing für Fast Moving Consumer Goods (FMCGs)“ (Projektpartner: Henkel AG & Co. KGaA, SS2010)
- „Kaufverhaltensanalyse im Weichkäsemarkt“ (Projektpartner: Rotkäppchen Peter Jülich GmbH, SS2010 & WS2010/11)
- „The Other Side of Marketing – Non-Profit-Marketing für die TU Dortmund“ (Projektpartner: TU Dortmund, WS2010/11)
- „Interaktionskompetenz im Vertrieb“ (Projektpartner: Interdrive, WS2010/11)

DISTINGUISHED GUEST SPEAKER SERIES

- Monika Velten, DOUGLAS-Gruppe: „Marktforschung im Handel – Praxisbeispiele aus der DOUGLAS-Gruppe“, April 2010.
- Dr. Andreas Bierwirth, Austrian Airlines: „Europäische Luftfahrt in Bewegung: Marktprozesse und Veränderungen am Beispiel der Austrian Airlines“, Juli 2010.
- Michael Radau, SuperBioMarkt: „Bio-Produkte – von der belächelten Nische zum ernstzunehmenden Handelssegment“, Januar 2011.

DORTMUNDER METHODENWERKSTATT

- Dr. Maja Rohlfing, Westfälische Wilhelms-Universität Münster: „Ökologische Bekleidung - Eine Multiagentensimulation der zukünftigen Marktentwicklung“, Mai 2010.
- Till Haumann, Ruhr-Universität Bochum: „Mehrebenenanalyse im Marketing“, November 2010.
- Vanessa Haselhoff, Debra Hanning, Lehrstuhl für Marketing, TU Dortmund: „Qualitative Forschungswerkstatt“, monatlich.

TRANSFERAKTIVITÄTEN (AUSZUG)

- Blut, M.: Arbeitskreis zur Gründungsförderung an der TU Dortmund, Dortmund, 2010.
- Holzmüller, H. H.: „Markt- und Kundenorientierung in der Kreativwirtschaft – Vorurteile, Chancen und Risiken“, IHK-Themenforum, Essen, Mai 2010.
- Holzmüller, H. H.: „Sind wir alle kleine Konsumaffchen?“, Reinoldimahl, Dortmund, Mai 2010.
- Holzmüller, H. H.: „Die Qualität von Qualitätsmessungen – Vermeidung von Fehlern und Fallen am Beispiel des Baumarkt-Checks 2009“, KubiS – Bonner Anwendertagung zu Kundenbindung und Servicequalität, Marke und Markenmanagement, Bonn, Mai 2010.
- Holzmüller, H. H.: „Kundenorientierung und Produktentwicklung“, Dortmunder Forum für Prävention und Ernährung: Kinderernährung im Fokus von Wissenschaft und Wirtschaft, Dortmund, November 2010.

EXTERNE LEHRTÄTIGKEIT

- Blut, M.: „Dienstleistungsmanagement“ am Institut für Deutschlandstudien, Center for International Studies, Minsk, Belarus.
- Blut, M.: „Retailing Management“ und „Global Marketing“ an der Ramkhamhaeng University, Institute of International Studies (AACSB), Bangkok & Chiang Mai, Thailand.
- Paluch, S.: „Konsumentenverhalten“ am Institut für Deutschlandstudien, Center for International Studies, Minsk, Belarus.

SONSTIGES

WEITERBILDUNGSAKTIVITÄTEN

- Haenraets, U.: „Komplexe multivariate Verfahren – Teil I und II“, Technische Universität Dortmund, Dortmund, Juni 2010 / Januar 2011.
- Ingwald, J., Töllner, A., Welscher, B.: „Komplexe multivariate Verfahren – Teil II“, Technische Universität Dortmund, Dortmund, Juni 2010.
- Paluch, S.: „Implication of Remote Service Delivery on Customer Relationship Management – A qualitative Study in a B2B-setting“, Academy of Marketing Sciences Annual Meeting Doctoral Colloquium, Portland, OR, USA, Mai 2010.
- Paluch, S.: „International Remote Service Provision – A three country study on Perception, Adoption and Relationship“, Academy of International Business Annual Conference Doctoral Consortium, Rio de Janeiro, Brazil, Juni 2010.
- Paluch, S.: „ISBM Ph.D. Student Camp for Research in Business-to-Business Markets“, Harvard Business School, Boston, MA, USA, August 2010.
- Töllner, A.: „Extra-Role Behavior in Buyer-Seller Relationships: Scale Development, Antecedents, and Consequences“, 23rd EMAC Doctoral Colloquium, Copenhagen, Denmark, Juni 2010.

GUTACHTERTÄTIGKEIT

- Alexander von Humboldt Stiftung, Bonn
- Aston University, Birmingham, UK
- Deutscher Akademischer Austausch Dienst, Bonn
- Deutsche Forschungsgemeinschaft, Bonn
- Jacobs Universität, Bremen
- Universität der Bundeswehr, München

ABSOLVENTEN HABEN U. A. EINGESTELLT

BASF SE • Benteler Automobiltechnik GmbH • Heinrich Deichmann-Schuhe GmbH & Co. KG • innotec Marketing GmbH • Metabowerke GmbH • Stiftung für Hochschulzulassung • 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

FORSCHUNG

PUBLIKATIONEN

- Ahlert, D., Backhaus, C., Blut, M., Michaelis, M.: „Erfolgsfaktoren der Internationalisierung wissensintensiver Dienstleistungen“, in: Krcmar, H., Böhm, T., Sarkar, R. (Hrsg.): „Export und Internationalisierung wissensintensiver Dienstleistungen“, Josef Eul Verlag, Lohmar 2010, S. 45-75.
- 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 (im Druck).
- Brock, C., Blut, M., Evanschitzky, H., Kenning, P., Ahlert, M. (2011): „Kundenbindung und Motive von Noncomplainers: Neue Aspekte des Beschwerdemanagement“, in: Zeitschrift für Betriebswirtschaft (im Druck).
- Brock, C., Blut, M., Evanschitzky, H., Kenning, P., Ahlert, M. (2010): „Beschwerdemanagement im B2B-Sektor: Replikation und Erweiterung“, in: Die Betriebswirtschaft, 70. Jg., Ausg. 1, S. 25-40.
- Haselhoff, V.: „Patientenvertrauen in Krankenhäuser – Eine qualitative Analyse zur Bedeutung, Bildung und unterschiedlichen Vertrauensebenen“, Gabler Verlag, Wiesbaden, 2010.
- Mogos Descotes, R., Walliser, B., Holzmüller, H. H., Guo, X. (2011): „Capturing institutional home country conditions for exporting SMEs“, in: Journal of Business Research (im Druck).
- Neumann, D., Holzmüller, H. H.: „Service Delivery Encounters in Business-to-Business Contexts as a Source of Innovation – A Conceptual and Explorative Study“, in: Ellis, N., Tadjewski, M., Pressey, A. (Hrsg.): „Business-to-Business Marketing“, Volume 4, Sage Publications, London, 2011.
- Paluch, S., Wagner, M.: „Healthcare Solutions und Remote Services: Praxisbeispiel Siemens AG“, in: Woisetschlager, D. M., Michaelis, M., Evanschitzky, H., Eiting, A., Backhaus, C. (Hrsg.): „Marketing von Solutions – Innovative Ansätze und Best Practices“, Gabler Verlag, Wiesbaden, 2010, S. 243-264.
- Töllner, A.: „Anforderungserhebung bei der Erstellung integrierter Lösungen“, in: Woisetschlager, D. M., Michaelis, M., Evanschitzky, H., Eiting, A., Backhaus, C. (Hrsg.): „Marketing von Solutions – Innovative Ansätze und Best Practices“, Gabler Verlag, Wiesbaden, 2010, S. 83-108.
- Woisetschlager, D., Eiting, A., Haselhoff, V., Manuelis, M. (2010): „Determinants and Consequences of Sponsorship Fit: A Study of Fan Perceptions“, Journal of Sponsorship, Volume 3, Issue 2, S. 169-180.

KONFERENZTEILNAHMEN

- Jockisch, M., Holzmüller, H. H.: „Determinants and Effects of Customer Expertise on Technology Intensive Purchasing Decisions - Results from a Qualitative Exploration“, 16th International Working Seminar on Production Economics, Innsbruck, Austria, März 2010.
- Töllner, A., Jockisch, M., Holzmüller, H. H.: „A Stakeholder Perspective on Customer Requirement Elicitation - Results from a Qualitative Exploration“, 16th International Working Seminar on Production Economics, Innsbruck, Austria, März 2010.
- Töllner, A., Haselhoff, V., Blut, M.: „“Let's see what opinions.com@ says” – Consumers' Perceived Impact of eWoM on Buying Decisions“, 5th International Research Days on Marketing Communications, Nancy, France, März 2010.
- Paluch, S., Holzmüller, H. H.: „Internationalization of remote services – a three country study on perception, adaption and relationship marketing“, Consortium for International Marketing Research Annual Meeting, Oslo, Norway, Mai 2010.

- Paluch, S., Holzmüller, H. H., Blut, M.: „Remote Service Delivery and Relationship Management: Results of a Qualitative Study in a B2B-setting“, Academy of Marketing Science Annual Conference, Portland, OR, USA, Mai 2010.
- Hanning, D., Holzmüller, H. H.: „Taking Sides – When Frontline Employees Choose Their Customers Over Their Company“, 39th EMAC Conference, Copenhagen, Denmark, Juni 2010.
- Haselhoff, V., Töllner, A., Blut, M.: „“To Buy or not to Buy: that is the Question” – Empirical Assessment of Consumers' Perceived Impact of eWoM on Buying Decisions“, 39th EMAC Conference, Copenhagen, Denmark, Juni 2010.
- Paluch, S., Holzmüller, H. H.: „Offshoring of Remote Services – International Investigation on Perception and Adoption in a B2B-setting“, Academy of International Business Annual Conference, Rio de Janeiro, Brazil, Juni 2010.
- Paluch, S., Wittkop, T.: „Qualitative Data Analysis with GABEK WinRelan – A Qualitative Model of Intercultural Competences of German Expatriates in China“, Academy of International Business Annual Conference, Rio de Janeiro, Brazil, Juni 2010.
- Paluch, S.: „Technology-mediated remote service provision – a qualitative study on perception and adoption in a B2B-setting“, Art and Science of Service Conference, Madrid, Spain, Juni 2010.
- Paluch, S., Holzmüller, H. H.: „Remote service delivery and relationship management: Results of a qualitative study in a b2b-setting“, 39th EMAC Conference, Copenhagen, Denmark Juni 2010.
- Töllner, A., Holzmüller, H. H.: „Identifying Requirements in Customer Solutions: A Qualitative Study from the Perspective of Multiple Stakeholders“, 39th EMAC Conference, Copenhagen, Denmark, Juni 2010.
- Töllner, A., Holzmüller, H. H.: „Improving Requirement Elicitation in the Solution Selling Process: A Multiple Stakeholder Perspective“, Frontiers in Services: Pre-Conference Service and Solution Innovation, Karlstad, Sweden, Juni 2010.
- Töllner, A., Jockisch, M., Holzmüller, H. H.: „The Role of Multiple Stakeholders for Defining Solution Requirements – A Qualitative Exploration“, 17th International Product Development Management Conference, Murcia, Spain, Juni 2010.
- Huber, F., Köcher, S., Meyer, F., Vogel, J.: „The Paralyzed Customer: An Empirical Investigation of Antecedents and Consequences of Decision Paralysis“, European Association for Consumer Research Conference, London, England, Juli 2010.
- Jockisch, M., Töllner, A., Holzmüller, H. H. (2010): „A Stakeholder Perspective on Customer Requirement Elicitation – A Work-In-Progress Qualitative Exploration“, Academy of World Business, Marketing & Management Development Conference, Oulu, Finland, Juli 2010.
- Blut, M., Brock, C., Evanschitzky, H., Kenning, P.: „Service Failure and Customer Recovery: Differences Between B2B- and B2C-industries“, AMA Summer Educators' Conference, Boston, MA, USA, August 2010.
- Evanschitzky, H., Backhaus, C., Blut, M., Woisetschlager, D.: „Autonomy in Franchising: A Multi-level Analysis“, Academy of Management Annual Meeting, Montréal, Canada, August 2010.
- Woisetschlager, D., v. Blanckenburg, K., Blut, M.: „Product Recalls and Market Share: A Longitudinal Analysis“, AMA Summer Educators' Conference, Boston, MA, USA, August 2010.
- Hanning, D., Holzmüller, H. H.: „When frontline employees choose their customers over their company“, 18th International Colloquium in Relationship Marketing, Reading, UK, September 2010.
- Huber, F., Köcher, S., Vogel, J., Meyer, F.: „Dazing Diversity – A New Approach for Investigating the Determinants and Consequences of Decision Paralysis“, German French Austrian Conference on Quantitative Marketing, Wien, Austria, September 2010.

- Paluch, S., Holzmüller, H. H.: „The Impact of Remote Service Technologies on Business Relationship Marketing – International Investigation in a B2B-setting“, 26th Industrial Marketing and Purchasing Group IMP Conference, Budapest, Hungary, September 2010.
- Brock, C., Blut, M., Evanschitzky, H., Kenning, P.: „Don't Care about Service Recovery – Inertia Effects Buffer the Impact of Complaint Satisfaction“, ANZMAC Annual Conference, Christchurch, New Zealand, November 2010.
- Paluch, S., Holzmüller, H. H.: „Identification of Factors Affecting Customer's Perception and Adoption Of Remote Service Technologies in a B2B-Context“, AMA Winter Educators' Conference, Austin, TX, USA, Februar 2011.

AUSZEICHNUNGEN

- Brock, C., Blut, M., Evanschitzky, H., Kenning, P.: „Don't Care about Service Recovery – Inertia Effects Buffer the Impact of Complaint Satisfaction“, Best Paper Award im Track „Services“ bei der ANZMAC Annual Conference, Christchurch, New Zealand, November 2010.
- Hoops, C.: „Analyse standortbedingter Kundenbindung im Handel mittels eines Ereigniszeitmodells – Entwicklung eines Frühwarnsystems zur Verhinderung von Kundenabwanderung“, Wissenschaftspreis Handel 2011, EHI Retail Institute, Kategorie Master, Düsseldorf, Februar 2011.

GASTAUFENTHALTE

- DAAD-Stipendiat, Dr. Marcin Komor, Akademia Ekonomiczna, Katowice, Polen
- DAAD-Stipendiat, Akshay Shedbalkar, Manipal University, Manipal, Karnataka, Indien

REVIEW TÄTIGKEIT

- Academy of International Business (AIB)
- Academy of Marketing Science (AMS)
- International Journal of Hospitality Management
- International Marketing Trends Conference
- Journal of Business Research
- Journal of International Marketing
- Journal of Retailing
- Journal of Small Business Management
- Marketing ZFP
- Zeitschrift für Betriebswirtschaft (ZfB)

LAUFENDE FORSCHUNGSPROJEKTE

- 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., Hoops, C., Töllner, A.).
- 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., 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.).