

TÄTIGKEITS BERICHT

03/2021 – 02/2022

VORWORT

Sehr geehrte Damen und Herren,

mit Freude überreichen wir Ihnen den traditionellen Tätigkeitsbericht des Lehrstuhls für Marketing und der Juniorprofessur Marketing an der TU Dortmund. Damit möchten wir Sie in knapper Form über unsere Aktivitäten in Lehre, Forschung und Administration in den vergangenen 12 Monaten informieren.

Wir blicken auf ein erfolgreiches Jahr mit zahlreichen Höhepunkten in Forschung und Lehre zurück. In der Forschung ist es uns gelungen, mehrere Publikationen in renommierten Marketing-Zeitschriften zu platzieren, wie z.B. dem *Journal of Service Research* und dem *Journal of Product Innovation Management*. Besonders erfreulich ist auch, dass trotz der Restriktionen durch das andauernde Pandemiegeschehen die laufenden Forschungsprojekte und Dissertationsvorhaben planmäßig weitergeführt werden konnten. Besonders hervorzuheben ist zudem, dass Dr. Sören Kücher aus unserem Team eingeladen wurde, eine Marketing-Professur an der Universität Magdeburg im Wintersemester 2021/22 zu vertreten.

In der Lehre konnten wir im Wintersemester 2021/22 in den kleineren Veranstaltungen erstmals wieder Präsenz ermöglichen, was sowohl von den Studierenden als auch von den Mitarbeiter*Innen sehr begrüßt wurde. Insgesamt konnten wir ein attraktives Lehrprogramm anbieten, das von den Studierenden überdurchschnittlich positiv bewertet wurde. Dies ist auch auf zahlreiche Verknüpfungen zwischen Lehre und Praxis zurückzuführen, die u.a. durch Gastvorträge und Projektlehrveranstaltungen entstanden sind.

Wie immer bedanken wir uns stellvertretend für das gesamte Team ganz herzlich bei den Partnern und Freunden des Lehrstuhls aus Wirtschaft, Wissenschaft und Verwaltung für die freudvolle Zusammenarbeit. Gerne laden wir Sie ein, einen Blick in den Tätigkeitsbericht zu werfen. Vielleicht stimuliert das neue Ideen für einen Gedankenaustausch, gemeinsame Projekte oder Kooperation mit uns.

Vielen Dank für Ihr Interesse!

Prof. Dr. Hartmut H. Holzmüller | Prof. Dr. Eva Böhm



PUBLIKATIONEN

- › Alavi, S., Böhm, E., Habel, J., Wieseke, J., Schmitz, C., Brüggemann, F. (2021): „The ambivalent role of monetary sales incentives in service innovation selling”, Journal of Product Innovation Management, online first.
- › Ciuchita, R., Heller, J., Köcher, Sa., Köcher, Sö., Leclercq, T., Sidaoui, K., Stead S. (forthcoming): „It’s Really Not a Game: An Integrative Review of Gamification for Service Research”, Journal of Service Research, conditionally accepted.
- › Dotterweich, C. (2021): „Evaluation von sozialen Innovationsprojekten“, Dissertationsschrift (<http://dx.doi.org/10.17877/DE290R-22451>).
- › Garnefeld, I., Krah, 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), 582-600.
- › Köcher, Sö., Wilcox, K. (2021): „‘I Made It Work’: How Using a Self-Assembled Product Increases Task Performance”, Journal of Consumer Psychology, online first.
- › 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, 121-136.

KONFERENZEN

- › König, S., Holzmüller, H. H.: „Companies’ Adaptation to Global Climate Change: Empirical Identification of Drivers and Barriers to the Implementation of Protective Measures against Natural Hazards”, European Marketing Academy 2021 Annual Conference, online, Mai 2021
- › Grothaus, J., Köcher, Sö., Köcher, Sa.: „#infertility – Patients’ motives to use social media and the role of social influencers“, Frontiers in Service Conference, online, Juli 2021

- › **Grothaus, J., Köcher, Sö., Köcher, Sa.:** „#INFERTILITY – Dealing with Taboo Topics on Social Media“, 2021 AMA Summer Academic Conference, online, August 2021
- › **Ruoß, F.:** „Is there a smart way to manage independent sales agents in export markets? – The identification and analysis of monitoring and motivation practices“, 2021 AMA Summer Academic Conference, online, August 2021
- › **König, S.:** „Der Umgang mit Klimawandelgefahren in Unternehmen – Treiber und Barrieren der Umsetzung von Maßnahmen zur Klimafolgenanpassung“, 7. Rostocker Dienstleistungstagung, Rostock, September 2021
- › **Wesely, K.:** „Energiedienstleistungen im Quartier – Eine Untersuchung des Entscheidungsprozesses privater Hauseigentümer zur Teilnahme an energieeffizienten Nutzungsmodellen“, 7. Rostocker Dienstleistungstagung, Rostock, September 2021
- › **Ruoß, F., Holzmüller, H. H.:** „Is there a smart way to manage independent sales agents in export markets? – Current practices of monitoring and managing international intermediaries“, AMA Global Marketing SIG Conference, Taormina, Italien, Oktober 2021
- › **Ruoß, F.:** „Working around sales agent autonomy – An exploration of current monitoring and management practices in export collaborations“, EIBA Annual Conference 2021, Madrid, Spanien, Dezember 2021
- › **Grothaus, J., Köcher, Sö., Köcher, Sa.:** „Coping with Uncertainty in High Risk Services“, 17th International research symposium on service excellence in management (QUIS 17), Valencia, Spanien, Januar 2022
- › **Wesely, K.:** „The role of subjective energy autonomy – An analysis of homeowners’ resistance to use district heating services in Germany“, 17th International research symposium on service excellence in management (QUIS 17) Doctoral Consortium, Valencia, Spanien, Januar 2022
- › **Grothaus, J., Köcher, Sö., Köcher, Sa.:** „Coping with Uncertainty in High Risk Services“, 2022 AMA Winter Academic Conference, Las Vegas, USA, Februar 2022
- › **König, S.:** „The Growing Risk of Natural Hazards: Why are some Companies Engaging in Climate Change Adaptation while others are not?“, 2022 American Marketing Academy Winter Academic Conference, Las Vegas, USA, Februar 2022
- › **Ruoß, F.:** „How to successfully manage the collaboration with independent export intermediaries – Empirical insights from German small and medium sized enterprises“, 2022 AMA Winter Academic Conference, Las Vegas, USA, Februar 2022

- › **Wesely, K.:** „Homeowners’ sentiments towards independence – Developing a measurement tool and analyzing the mismatch between subjective and objective energy autonomy in the context of district heating“, 2022 AMA Winter Academic Conference, Las Vegas, USA, Februar 2022

AUSZEICHNUNGEN

- › **Wesely, K.:** Best Poster Award für den Beitrag „Energiedienstleistungen im Quartier – Eine Untersuchung des Entscheidungsprozesses privater Hauseigentümer zur Teilnahme an energieeffizienten Nutzungsmodellen“, 7. Rostocker Dienstleistungstagung, Rostock, September 2021
- › **Köcher, Sö.:** Vertretung des Lehrstuhls für Marketing an der Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg, seit Oktober 2021

FORSCHUNGSPROJEKTE

- › **Nachhaltige Energiesysteme im Quartier – Modelle und Strategien zwischen lokalen und globalen Herausforderungen**

Das inter- und transdisziplinäre Forschungskolleg knüpft an die Ergebnisse des 2018 abgeschlossenen Fortschrittskollegs „Energieeffizienz im Quartier“ an. Dabei fokussiert das Projekt die Überwindung identifizierter Hemmnisse zur konkreten praktischen Umsetzung von Energieeffizienzmaßnahmen im Quartier. Es werden am Beispiel von Siedlungen und Quartieren in städtischen Vororten Transformationsstrategien und Modelle erarbeitet, die die Umsetzung von Energieeffizienzmaßnahmen bundesweit fördern sollen.

Forschungskolleg NRW, Konsortium unter der Leitung der RWTH Aachen (Konsortialpartner: Technische Universität Dortmund, Universität Duisburg-Essen, Universität Bochum, Hochschule Bochum, Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie GmbH und Wirtschaftsförderung metropoluhr GmbH) (Holzmüller, H. H., Wesely, K.)

› **Führung und Management von Vertriebspartnern in Auslandsmärkten am Beispiel der Werkzeug- und Schneidwarenindustrie**

Um internationale Geschäfte effizient und kostensparend aufzubauen, greifen KMU oftmals auf ausländische Vertriebspartner zurück. Die Kooperation bringt jedoch massive Herausforderungen mit sich. Unterschiedliche Ziele und Interessen, mangelndes Vertrauen und interkulturelle Barrieren sind oftmals prägende Faktoren in der Beziehung zwischen Hersteller und Vertriebspartnern. Im Forschungsprojekt werden etablierte Methoden und Prozesse für das Management von länderübergreifenden Vertriebspartnerschaften identifiziert, die zentralen Erfolgsfaktoren in internationalen Hersteller-Händler-Beziehungen ermittelt und an die jeweilige unternehmerische Ausgangssituation angepasste Leitfäden und Handlungsempfehlungen bereitgestellt. Es wird ein Instrumentarium entwickelt, das insbesondere kleinen und mittelständischen Betrieben die Führung und Kontrolle von Vertriebspartnern im Ausland erleichtern soll.

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**

Im Rahmen des Forschungsprojektes kooperiert der Lehrstuhl für Marketing mit einem Unternehmen aus der pharmazeutischen Industrie und dem Kinderwunschzentrum Dortmund, um eine Strategie zu entwickeln, Kinderwunsch-Patienten vor, während und nach der Behandlung optimal zu begleiten und zu unterstützen. Ein Kanal, der diesbezüglich in den letzten Jahren stark an Bedeutung gewonnen hat, ist Social Media. Mehrere qualitative Studien geben Aufschluss über die Bedürfnisse von Kinderwunsch-Patienten und ihre Motive, in den sozialen Medien nach Informationen und emotionaler Unterstützung zu suchen.

Projekt in Kooperation mit MVZ Kinderwunschzentrum Dortmund GmbH, Merck KGaA 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**

Die Zunahme von Wetterextremen sowohl in ihrer Frequenz als auch in ihrer Intensität zeigen bereits heute welche Auswirkungen der menschengemachte Klimawandel nach sich zieht. Ziel dieses Projektes ist es lokale Unternehmen für die zu erwartenden Auswirkungen des Klimawandels zu sensibilisieren und über vorhandene Anpassungsmöglichkeiten aufzuklären. Der Lehrstuhl für Marketing führt im Rahmen dieses Projektes eine qualitative Studie durch, um bestehende Treiber und Barrieren hinsichtlich der Klimafolgenanpassung in den Projektpartnerkreisen zu identifizieren. In einem folgenden Schritt wird ein Marketingplan entworfen, anhand dessen gezielt Unternehmen angesprochen und für eine Teilnahme an Beratungen und Workshops gewonnen werden können. Im Rahmen dieser Beratungstermine und Workshops werden den teilnehmenden Unternehmen Anpassungsmaßnahmen dargelegt, um sich vor den klimawandelbedingt zunehmenden Gefahren extremer Unwetterereignisse zu schützen. Hierdurch soll die lokale Wirtschaft gestärkt werden, um sich den Herausforderungen des Klimawandels individuell und bedarfsgerecht zu stellen.

Forschungsprojekt des Europäischen Fonds für Regionale Entwicklung (EFRE) und des Landes NRW (Projektpartner: Technische Universität Dortmund, RWTH Aachen, Kreis Soest, Kreis Siegen-Wittgenstein und Kreis Warendorf) (Holzmüller, H. H., König, S.)

› **Strategic Transformation to Value-Centred Business Models**

Derzeit beobachten wir einen grundlegenden Wandel von der Produkt- zur Wertzentrierung in Industriegüterunternehmen. Durch das zunehmende Angebot von Dienstleistungen und Lösungen möchten Industriegüterunternehmen einen zusätzlichen Wertbeitrag für ihre Kunden schaffen. Bei der Umsetzung der Wertzentrierung unterscheiden sich die Unternehmen hinsichtlich des Ausmaßes und des Pfades des strategischen Wandels. Einige Unternehmen bieten bereits umfangreiche Betreibermodelle an, während andere sich auf einen zusätzlichen Wertbeitrag rund um das eigene Produkt konzentrieren. Für eine systematische Planung des strategischen Wandels fehlen häufig die nötigen Entscheidungshilfen. Ziel des Forschungsprojektes ist es, den strategischen Wandel in deutschen Industrieunternehmen zu untersuchen und zu klären, ob, wann und wie sich ehemals produktorientierte Unternehmen weiter verändern sollen.

DFG-Projekt 407478805, in Kooperation mit Freie Universität Berlin (Eggert, A., Böhm, E.)

› Klimabewusster Alltag – Klimabewusste Gesellschaft vs. Paradoxes Verhalten von Individuen

Der Klimawandel betrifft uns alle und jede*r Einzelne kann etwas tun, um dem Fortschreiten entgegenzuwirken und im Alltag aktiv zum Klimaschutz beitragen. Die Möglichkeiten klimaschonenden Verhaltens sind vielfältig und betreffen praktisch alle Bereiche des individuellen Handelns, etwa Wohnen (bessere Dämmung, geringere Wohnfläche), Kleidung (Langlebigkeit, Second Hand) und Ernährung (Reduzierung des Fleischkonsums, Verwendung regionaler und saisonaler Lebensmittel). Dennoch verhalten wir Konsumenten uns als Verursacher – aber auch zukünftig Leittragende – des Klimawandels häufig paradox und handeln nicht klimabewusst. Das Ziel der Arbeitsgruppe ist es, die Gesellschaft (weiter) für das Thema „klimabewusster Alltag“ zu sensibilisieren, um wirksame, klimabewusste Verhaltensweisen bei Individuen anzustoßen. Im Rahmen einer interdisziplinären Zusammenarbeit konnte die Klima-AG beispielsweise ein Spiel für Schulkinder entwickeln, um im Kontext Ernährung auf klimafreundliches Verhalten aufmerksam zu machen und Menschen zu klimafreundlicherem Verhalten anzuregen. Des Weiteren haben die Forscher*innen auf Basis qualitativer Interviews mit Konsumenten eine bevölkerungsrepräsentative Studie mit 2500 Teilnehmer*innen entwickelt und durchgeführt, um paradoxe Verhaltensweisen im Klimawandel aufzudecken.

Projekt der Global Young Faculty unter Leitung des Mercator Research Center Ruhr (MERCUR) (Projektpartner: Universitätsallianz Ruhr (UA Ruhr), Ruhr-Universität Bochum, Technische Universität Dortmund und Universität Duisburg-Essen), gefördert durch die Stiftung Mercator (Köcher, Sa.)

DISSERTATIONSPROJEKTE

- › **Autmaring, T.:** Der Einsatz nutzerbezogener „Go to the Gemba“-Strategien für KMU zur Erhöhung der Kundenorientierung in der Produktentwicklung und -verbesserung in Industriegütermärkten
- › **Faupel, U.:** One product's blessing is another product's curse – Spillover effects between certified and non-certified products of the same brand
- › **Grothaus, J.:** Online information and support search of couples seeking or undergoing fertility therapy
- › **Heix, S.:** Is it better to take two? Effects of double language labeling: A multi-methods approach
- › **König, S.:** Der Umgang mit Klimawandelgefahren in KMU – Treiber, Barrieren und risikopolitische Maßnahmen

- › **Raufeisen, X.:** Handling customer complaints on social media
- › **Ruoss, F.:** International-Sales-Agent-Management – Führung und Management von Vertriebspartnern in Auslandsmärkten am Beispiel der Werkzeug- und Schneidwarenindustrie
- › **Wesely, K.:** Relevanz der objektiven und subjektiven Versorgungsautonomie im Rahmen der Energiewende

GASTAUFENTHALTE

- › **Vivian Peuker Sardon Steinhauser** (Professor of Marketing and Sales at IAG, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasilien), Februar/März 2021
- › **Dr. Erez Yaakobi** (Ono Academic College, Kiryat Ono, Israel), Juni 2021

REVIEW-TÄTIGKEITEN


- › AMA Summer Academic Conference 2021
- › Business Ethics, the Environment and Responsibility
- › EIBA Annual Conference 2021
- › Industrial Marketing Management
- › International SERVSIG Conference 2022
- › Journal of Personal Selling and Sales Management
- › Journal of Service Management
- › Journal of Services Marketing
- › Journal of Service Research
- › Journal of the Academy of Marketing Science
- › Psychology & Marketing



KOOPERATIONEN IN DER STUDENTISCHEN FORSCHUNG BEI ABSCHLUSSARBEITEN UND DISSERTATIONEN (AUSZUG)

- › Alumni-Club e.V.
- › Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA
- › Cityring Dortmund e.V.
- › Dolezych GmbH & Co. KG
- › Fernwärme Duisburg GmbH
- › Hochschulsport Technische Universität Dortmund
- › Pro Therm Gesellschaft für Begleitheizungen, Steuerungsbau u. Elektrotechnik mbH
- › Stadt Dortmund Wirtschaftsförderung

ABSOLVENTEN HABEN U. A. EINGESTELLT

- › CHRIST Juweliere und Uhrmacher GmbH
 - › Continentale Krankenversicherung a.G.
 - › KOPFSPRINGER GmbH
 - › KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
 - › Remise 3 Fullservice Medienagentur GmbH
 - › Stadtwerke Witten
 - › Swyx Solutions GmbH
 - › Universität Duisburg-Essen
- 

PROJEKTLLEHRVERANSTALTUNG „LEARNING BY CONSULTING“

- › „Positionierung von Dortmund als Sportstadt“ (in Kooperation mit Sparkasse Dortmund, Stadt Dortmund, LGO Dortmund, SoSe 2021)
- › „Weiterentwicklung von CRM und Business Eco Systems eines Versicherungs- und Finanzdienstleisters“ (in Kooperation mit Signal Iduna, SoSe 2021)
- › „Marktforschung für den Zoo Dortmund und die Zoofreunde Dortmund e.V.“ (in Kooperation mit Zoo Dortmund, Zoofreunde Dortmund e.V., WiSe 2021/22)

DISTINGUISHED GUEST SPEAKER SERIES

- › **Laura Rath, Gründerin/ Geschäftsführende Gesellschafterin, Hej Organic GmbH:** „Bericht einer Absolventin über das Geschäftsmodell und Marketingkonzept eines Start-ups in der Kosmetikbranche“, Juni 2021
- › **Dr. Richard Saure, Project Manager, ThyssenKrupp Industrial Solutions AG:** „Marketing and Selling Fertilizer Plants Globally“, Juni 2021
- › **Dennis Miller, Head of Aftermarket & Digital Service & IT, IVA Schmetz GmbH:** „Remote Services and Predictive Maintenance as Marketing Tools – The Case of IVA Schmetz“, Juni 2021
- › **Esther Thiry, Marketing & Brand Communication, Yvonne Daschek, Interne Kommunikation und Social Media, WILOSE:** „Global Management and Coordination of Marketing Communications“, Juli 2021
- › **Dr. Bettina Graf, Leitung Kundenmarketing für Kobold und Thermomix, Vorwerk Deutschland Stiftung & Co. KG:** „Marketing und Vertrieb von Kobold und Thermomix – Eine Erfolgsgeschichte“, Juli 2021
- › **Katrin ten Voorde, Manager Marketing & Communications/ Project Leader Future Sales, Vossloh Fastening Systems GmbH:** „Marketing and Sales Challenges in the Global Rail Technology Market“, Juli 2021
- › **Andreas Buechel, Leiter Marketing/Sponsoring, REWE Dortmund SE & Co. KG:** „Strategien und Trends im Lebensmitteleinzelhandel“, Juli 2021

- › **Paulina Brychcy, Senior Specialist HR, Douglas Holding:** „Wie verkaufe ich mich selbst? Tipps und Tricks bei Bewerbungsgesprächen“, Dezember 2021
- › **Maren Haimhof, Senior Expert People Development, Thyssenkrupp AG:** „Präsentationstechnik in der Personalauswahl“, Dezember 2021
- › **Dr. Carina Witte, Customer Insights Manager, Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG:** „Customer Insights Management bei Dr. Oetker“, Dezember 2021
- › **Holger Aretz, CEO, P3 CREATION GROUP:** „Personalmarketing vs. Selbstmarketing“, Januar 2022
- › **Robert Wilhelm, Verhandlungs- & Verkaufstrainer:** „Kommunikation im Vertrieb“, Januar 2022

GÄSTE IM RAHMEN DER DIGITALEN CHILL-OUT SESSIONS FÜR ERSTSEMESTRIGE DER LEHRVERANSTALTUNG „MARKT UND ABSATZ“ IM WISE 2021/22

- › **Jörg Flocken,** Niederlassungsleiter Dortmund, Mercedes-Benz AG
- › **Prof. Dr. Vanessa Haselhoff,** Geschäftsführerin, Institut für Marketingberatung Dortmund GmbH
- › **Lars Jensen-Lampiri,** Geschäftsführer, Olivenöl-Vertrieb, Patrinia Korinth GmbH
- › **Karl-Heinz Keisewitt,** Geschäftsführer, Westdeutscher Drahtseil-Verkauf Dolezych GmbH & Co. KG
- › **Prof. Dr. Patrick Lentz,** Marktforscher, Institut für Marketingberatung Dortmund GmbH
- › **Ibi Michel,** Geschäftsführerin, Goldene Generation GmbH Agentur
- › **Julia Petrasch,** New Business Manager, Werbeagentur, Schwarz+Matt GmbH
- › **Svenja Schlenker,** Abteilungsleiterin Frauenfußball, Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA
- › **Tom Stromberg,** Produktmanagement, Westdeutscher Drahtseil-Verkauf Dolezych GmbH & Co
- › **Sven Wasik,** Produktmanagement, Westdeutscher Drahtseil-Verkauf Dolezych GmbH & Co

DORTMUNDER METHODENWERKSTATT

- › **Regionale Dissertantenwerkstatt**, online, März 2021 (in Kooperation mit Bergische Universität Wuppertal, Technische Universität Braunschweig, Freie Universität Berlin, Universität Rostock)
- › **Dr. Erez Yaakobi**, Ono Academic College: „Ostracism in the workplace – Individual differences and coping strategies“, Juni 2021
- › **Dr. Sören Köcher**, Technische Universität Dortmund: „Experimentelle Forschungsdesigns und Analysemethoden in Management und Marketing“, August 2021
- › **Regionale Dissertantenwerkstatt**, Rostock, September 2021 (in Kooperation mit Bergische Universität Wuppertal, Technische Universität Braunschweig, Freie Universität Berlin, Universität Rostock)

TRANSFERAKTIVITÄTEN (AUSZUG)

- › **Autmaring, T.:** „CET Workshop – Gründungsmarketing“, IBZ Dortmund, online
- › **Köcher, Sa.:** „Theorie & Praxis – Social Media im Kinderwunschzentrum“, in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Stefan Dieterle (Kinderwunschzentrum Dortmund), V. Merck Fertility-Symposium „Neue Trends in der Kinderwunschtherapie“, Darmstadt
- › **Köcher, Sö.:** „Sollten wir nach den Sternen greifen? Wie verlässlich sind Produkt-Bewertungen im Onlineshop“, IHK Dortmund, online
- › **König, S.:** „Sensibilisieren lokaler Unternehmen – Treiber und Barrieren“, IHK Lippe, IHK Ostwestfalen & Energieagentur.NRW, online
- › **König, S., Holzmüller, H. H.:** „Klimasicherheit in Unternehmen“, Netzwerk Industrie RuhrOst (NIRO), online
- › **König, S., Holzmüller, H. H.:** „Überschwemmungen, Hitzewellen und Stürme – Wie können sich Unternehmen an die Folgen des Klimawandels anpassen?“, Centrum für Unternehmensentwicklung an der TU Dortmund e.V. (CEFU), online
- › **Ruoß, F., Holzmüller, H. H.:** „Können und/oder sollten Vertriebspartner im Ausland an die Leine genommen werden?“, Netzwerk Industrie RuhrOst (NIRO), online

MARKETING ERLEBEN

- › **Autmaring, T.:** „Bericht aus der Marketingforschungswerkstatt: Mit Dachdeckern auf dem First – Ethnographische Studien zur Kundenorientierung“, Tag der offenen Tür der Technischen Universität Dortmund, Oktober 2021
- › **König, S.:** „Bericht aus der Marketingforschungswerkstatt: Hochwasser in der Maschinenhalle – Was sollten Unternehmen tun, um klimasicherer zu werden?“, Tag der offenen Tür der Technischen Universität Dortmund, Oktober 2021



DER LEHRSTUHL IN DER PRESSE

- › „Machen Influencer für Geld wirklich alles“ (Köcher, Sa.), „Orange by Handelsblatt“-Podcast „Wirtschaft einfach erklärt“, Mai 2021
- › „Ich kann was“ (Köcher, Sö.), Süddeutsche Zeitung, Juli 2021
- › „Die Auswirkungen des IKEA-Effekts“ (Köcher, Sö.), RadioEins-Sendung „Die Profis“, Juli 2021
- › „Sind Bastler erfolgreicher, Herr Köcher?“ (Köcher, Sö.), Der Spiegel, Juli 2021
- › „Wie „KlimaSicher“ sind Unternehmen?“ (König, S.), IHK-Zeitschrift Ruhr Wirtschaft, September 2021

WEITERBILDUNGSAKTIVITÄTEN

- › **Autmaring, T.:** „Experimentelle Forschungsdesigns und Analysemethoden in Management und Marketing“, PhD Workshop Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät, Technische Universität Dortmund, online, August 2021
- › **Autmaring, T.:** „Academic Writing, Publishing & Presenting“, PhD Workshop Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät, Technische Universität Dortmund, online, Oktober 2021
- › **Grothaus, J.:** „Doctoral Consortium of 17th International research symposium on service excellence in management“, Polytechnic University of Valencia (UPV), Valencia, Spanien, Januar 2022
- › **Wesely, K.:** „Applied Regression Analysis“, ProDok-Kurs, Verband der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft e.V. (VHB), Berlin, September 2021
- › **Wesely, K.:** „Karriereplanung für Promovierende“, Workshop für Doktoranden, Forschungskolleg „Nachhaltige Energiesysteme im Quartier“, online, November 2021
- › **Wesely, K.:** „Psychometrics“, Online Statistical Workshop unter Leitung von Professor Matthew Diemer, Statistical Horizons LLC., online, November 2021
- › **Wesely, K.:** „Philosophy of Science – Foundations and Implications for Research Designs and Research Methods“, ProDok-Kurs, Verband der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft e.V. (VHB), Berlin, November 2021

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.wiwi@tu-dortmund.de

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

Facebook: 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