

Transfer zwischen Forschung und Praxis

Die beteiligten Institute und Lehrstühle fühlen sich alle dem Transfer von Forschungsergebnissen in die Praxis, dem Transfer von Erkenntnissen und Praktiken aus den Unternehmen in die eigene Forschung und Lehre und dem intensiven Kontakt mit Handel und Konsumgüterherstellern verpflichtet. Darüber hinaus werden Forschungsergebnisse selbstverständlich auf Konferenzen im In- und Ausland präsentiert. Einen kleinen Ausschnitt dieser Tätigkeiten zeigen wir im Folgenden.

Gastvorträge von Managern an Universitäten und Exkursionen zu Unternehmen

Wie in jedem Semester, wurden von Prof. Dirk Morschett auch in die Vorlesungen im Frühjahrssemester 2014 an der Universität Fribourg wieder mehrere Manager und Experten aus der Praxis eingeladen.

Im April 2014 referierte **Ralf Balzer** vom **Europäischen Patentamt EPO** in Den Haag über die Relevanz von Patenten für die Innovationstätigkeit von Unternehmen. Er erklärte im Detail, was ein Patent ist, wie es vergeben wird und wie es auch wieder zurückgezogen werden kann. Dabei erklärte er die unterschiedliche Qualität von Patentvergabeprozessen und zeigte anhand von Statistiken, dass das EPO bei der Patentqualität weltweit führend ist. Zudem stellte er die verschiedenen Möglichkeiten für international tätige Unternehmen vor, Patente in mehreren Ländern zu registrieren.

Anlässlich des Europatages der Universität Freiburg am 6. Mai 2014 organisierte Prof. Morschett als Direktor des Zentrums für Europastudien einen Vortrag von einem der renommiertesten Finanz-

und Währungsexperten Europas.

Prof. Dr. Jürgen Stark war **Chefvolkswirt und Mitglied des Direktoriums der Europäischen Zentralbank**; er war Ende 2011 von seinen Ämtern zurückgetreten, v.a. weil er die Käufe von Staatsanleihen durch die EZB nicht mittragen wollte, die aus seiner Sicht einen Rechtsbruch darstellten. Prof. Stark zeigte detailliert auf, dass sich die Schuldensituation zwar in den letzten Jahren in einigen Aspekten und in einigen Ländern Europas verbessert habe, aber dass verschiedene Länder es mit den bestehenden Massnahmen nicht schaffen können, ihre Verschuldung auf ein akzeptables Mass zu reduzieren. Erst 2015 oder 2016 wird die Euro-Zone wieder die Wirtschaftsleistung des Jahres 2008 erreichen. Prof. Stark betonte das große Risiko, dass die Krise sich noch einmal intensivieren könne. Nichtsdestotrotz betonte er in seinem Referat, wie notwendig und sinnvoll das Europäische Projekt insgesamt sei und wie wichtig es ist, dass sich die Länder Europas darüber einig sind, in welche Richtung und mit welchem Ziel man die Europäische Union weiterentwickeln und reformieren will.

Am 13. Mai 2014 war **Valentin Wepfer**, stellvertretender Geschäftsführer von **GS1 Schweiz** und Leiter des Bereichs Collaborative Supply Chains, zu Gast bei den Studierenden der Universität Freiburg. Er betonte die Notwendigkeit der Kooperation zwischen Konsum-



Ralf Balzer
Prüfer
**Europäisches
Patentamt**



Jürgen Stark
ehem. Chefvolkswirt
**Europäische
Zentralbank**



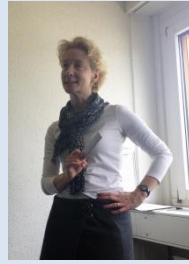
Valentin Wepfer
Stellv. Geschäfts-
führer
GS1 Schweiz



Dr. Constantin Hilt
Leiter Logistik/IT/Service
Interdiscount



Philippe Huwyler
Leiter
coop@home



Ellen Brasse
Leiterin Marketing
coop@home

güterherstellern und Händlern für eine Verbesserung der Wertschöpfungsnetzwerke und zeigt anhand verschiedener Beispiele die Kooperationsmöglichkeiten auf. Zugleich erläuterte er die Steuerung der internationalen Zusammenarbeit zwischen den nationalen GS1-Organisationen und den nationalen ECR-Organisationen, die notwendig ist, damit auch Händler und Hersteller einfacher grenzüberschreitende Prozesse gestalten können und damit Multinationale Unternehmen nicht in jedem Land unterschiedliche Standards verwenden müssen.

Ebenfalls im Mai 2014 fand eine Tagesexkursion statt, bei der D. Morschett Studierende der MBA-School der Universität des Saarlandes und einige Studierende der Universität Freiburg zu zwei Schweizer Detailhändlern begleitete. Am Vormittag besuchte die Gruppe Interdiscount.

Dr. Constantin Hilt, Leiter Logistik/IT/Service von **Interdiscount**, erläuterte den Studenten die Unternehmensgruppe und fokussierte vor allem auf den Bereich Online-Handel und Multi-Channel-Handel. Beim anschließenden Lagerrundgang konnten die Studenten die Prozesse im Lager unmittelbar anschauen und die Komplexität einer kombinierten Filial- und E-Commerce-Logistik betrachten.

Am Nachmittag besuchte die Gruppe **coop@home**, den Online-Lieferdienst der Schweizer Coop-Gruppe. **Ellen Brasse**, Leiterin Marketing von **coop@home**, erläuterte den Webshop, die Kundenstrukturen und die wesentlichen Vorteile sowie die Logistik im Überblick. Anschließend führte **Philippe Huwyler**, Leiter **coop@home**, die Gruppe durch das Lager, wobei er die Bedeutung der Qualitätssicherung gerade für einen Lieferdienst von Lebensmitteln hervorhob. Insbesondere waren beide Unternehmensvertreter stolz darauf, dass die Leistung von **coop@home** für den Kunden, insbesondere durch die stundengenauen Lieferfenster und die Mög-

lichkeit, eine Bestellung noch am gleichen Tag auszuliefern, im Land einzigartig ist.

Der Lehrstuhl für Marketing der Universität Siegen hatte in den letzten Monaten ebenfalls einige namenhafte Referenten zu Gast, die Studenten und Mitarbeiter gleichermaßen begeistern konnten.

Im Januar 2014 stellte **Dr. Franz-**

Josef Weihrauch, Leiter der Presse- & Öffentlichkeitsarbeit der **Krombacher Brauerei**, im Rahmen der Veranstaltung „Strategisches Markenmanagement“ an der Universität Siegen die Nachhaltigkeitsoffensive seines Unternehmens vor. Insbesondere durch die Kooperation mit dem WWF zur Erhaltung des Regenwaldes konnte die Krombacher Brauerei in den letzten Jahren das Markenbild als „Perle der Natur“ weiter stärken.

Aufbauend auf den sechs Verantwortungsbereichen Produkt, Produktion, Umwelt, Mitarbeiter, Verbraucher und Gesellschaft wurde den ca. 150 anwesenden Studenten ein spannender Einblick in die dahinterliegende Markenstrategie der Marke Krombacher gegeben.



Dr. Franz-Josef
Weihrauch
Leiter
Öffentlichkeitsarbeit
**Krombacher
Brauerei**



Dr. Christian Stoffers
Leiter Marketing
**St. Marienkrankenhaus
Siegen**

Ebenfalls zum Thema Markenmanagement referierte **Dr. Christian Stoffers**, Leiter des Marketings im **St. Marienkrankenhaus Siegen**. Mit der besonderen Herausforderung, eine Krankenhausmarke aufzubauen und zu pflegen, griff er eine spezielle Thematik des Markenmanagements heraus und präsentierte aktuelle Kampagnen und Maßnahmen.



Klaus Engelbertz
Technischer
Geschäftsführer
RWE Netzservice

Weitere Aspekte der erfolgreichen Markenführung verdeutlichte **Klaus Engelbertz**. Als Technischer Geschäftsführer der **RWE Netzservice** lag sein Fokus auf der Führung von Energiekonzernmarken, was er beispielhaft an den Kommunikationsstrategien von RWE darstellte.

Am 28. Januar 2014 referierte Herr **Oliver Wüst**, Business Development Manager

der **EURO-MAT S.A.**, zum Thema "Dienstleistungsportfolio von Verbundgruppen" an der Universität Trier. Der Vortrag fand im Rahmen der Vorlesung "Handel und Internationales Marketing" statt und wurde von Bachelor- und Masterstudierenden besucht. Herr Wüst stellte EURO-MAT als führende europäische Kooperation des unabhängigen Baustoff- und Holzfachhandels vor. Er ging dabei insbesondere auf die klassischen Dienstleistungsfelder von Verbundgruppen wie die Einkaufs- und Konditionsverhandlungen, die Zentralfakturierung sowie die Koordination von Logistik- und Lagerhaltungsprozessen ein und erläuterte praxisnah, wie EURO-MAT seine Mitglieder in diesen Bereichen unterstützt. Die vorgestellten Dienstleistungsfelder helfen den Mitgliedern des Verbundes durch Synergien, Skalenvorteile und Effizienzsteigerung wirtschaftlicher zu agieren und in einem dynamischen und kompetitiven Umfeld wettbewerbsfähig zu bleiben.



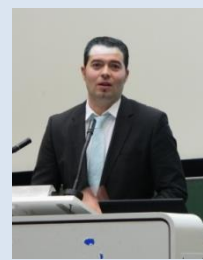
Wolfgang Stippler
Corporate Branding
Bayer AG



Oliver Wüst
Manager
EURO-MAT S.A.

Ebenfalls am 28. Januar 2014 referierte Herr **Wolfgang Stippler, Bayer AG, COM** über Corporate Branding, im Rahmen der Master-Übung "International Brand Management" an der Universität Trier. Herr Stippler behandelte dabei – neben dem Unternehmen Bayer an sich – die Ergebnisse der jährlichen Prüfung der Wahrnehmung der Brand Bayer in über 40 Ländern und erörterte die

Ergebnisse, die jeweils im Vergleich zu den stärksten Wettbewerbern in jedem Land erhoben und zur Steuerung der Tochtergesellschaften in den Ländern eingesetzt werden. Dabei ist Bayer eines der führenden Unternehmen, das die Anwendung des globalen Brand Tracking zentral vorantreibt. Insbesondere hob Herr Stippler die große Bedeutung dieser Analysen für das Unternehmen hervor. Andere Unternehmen sind sich zwar der Bedeutung der Corporate Brand bewusst, kontrollieren deren Wahrnehmung jedoch nicht länderübergreifend oder zumindest nicht zentral gesteuert.



Dr. Martin Jager & Alberto Kunkel
Sales- / Marketing Manager
Luxair Group

Im Rahmen der Bachelorveranstaltung "Marketing Management" referierten am 29. Januar 2014 Herr **Alberto O. Kunkel**, MBA, Vize-Generaldirektor Tour Operating/Sales & Marketing und Herr **Dr. Martin Jager**, Direct Sales & CRM Manager der **Luxair Group** über die Besonderheiten und Herausforderungen der luxemburgischen Fluggesellschaft. Vor über 250 interessierten Studierenden erläuterte Herr Kunkel im ersten Teil des Vortrags zunächst das kompetitive Umfeld der Airline, stellte die Marketing-Strategie dar und ging anschließend anhand konkreter Beispiele näher auf die vier Elemente des Marketing-Mix ein. Im zweiten Teil des Vortrags demonstrierte Herr Dr. Jager – noch vor dessen tatsächlicher Markteinführung – das neue Mobile Booking Tool, welches Kunden die Flugsuche und -buchung komfortabel über ihr Smartphone oder Tablet ermöglicht. Sowohl der Vortrag als auch die Vorführung des Mobile Booking Tools stießen bei den Studierenden auf großes Interesse, was sich in einer ausgiebigen Frage- und Diskussionsrunde am Ende der Veranstaltung zeigte.

Vorträge und Projekte mit Unternehmen

Wie auch in den letzten Jahren war ein wesentlicher Fokus der Transfer-Aktivitäten des Chair for International Management der Universität Fribourg auch in diesem Berichtszeitraum das Thema **Online-Handel**. Zu diesem Thema referierte Prof. Morschett bei verschiedenen Veranstaltungen, insbesondere bei Verbundgruppen und im B2B-Bereich, im In- und Ausland, aber auch bei anderen Handelsorganisationen und Herstellern. Beispielsweise wurde im Januar 2014 im Rahmen des **Toy Business Forums der Spielwarenmesse** in Nürnberg den Teilnehmern vor Augen geführt, wie Spielwarenhändler den Online-Kanal effektiv einsetzen können. Ebenfalls im Januar 2014 fand ein Seminar statt, das von **EURO-MAT, einer europäischen Einkaufsvereinigung von Baustoff-Händlern** organisiert wurde. Dabei vermittelte Prof. Morschett den Lieferanten in dieser Branche – renommierten Herstellern von Baustoffen, Werkzeugen usw. –, wie man das Thema E-Commerce gemeinsam mit den Handelskunden umsetzen kann.

Aber auch andere Aspekte des Handelsmanagements wurden intensiv mit der Praxis erarbeitet. So diskutierte D. Morschett mit Mitgliedern einer Verbundgruppe des Großhandels in einem mehrtägigen Workshop Möglichkeiten der strategischen Entwicklung, u.a. im Bereich der gemeinsamen Markenführung.

Im Frühjahr 2014 wurde Prof. Dirk Morschett in die **Jury für den Kreativpreis des ZGV – Der Mittelstandsverbund** gewählt und er wirkte an der Auswahl der Preisträger des Jahres 2014 mit, die an der PEAK 2014 im Mai verkündet wurden.

Prof. Hanna Schramm-Klein war ebenfalls Referentin im Rahmen des **Toy Business Forums** der

Spielwarenmesse und setzte in ihrem Vortrag einen Schwerpunkt auf das **Retail-Branding** am Beispiel von Spielwarengeschäften. Sie verdeutlichte unter anderem die Vorteile einer starken Marke und erläuterte dem anwesenden Fachpublikum zudem die besondere Rolle einer kanalübergreifenden Kommunikationspolitik.

Beim **deutschen Städtetag 2014** referierte Prof. Schramm-Klein zum Thema **Auswirkung von Online-Handel auf die Innenstadtentwicklung**. Insbesondere standen Auswirkungen auf Leerstandsentwicklungen und die Rolle der Innenstadt im Vordergrund.

Unter der Leitung von **Prof. Dr. Hanna Schramm-Klein** wird eine Marketing-Strategie für die Lebenshilfe entwickelt. Am Beispiel der Westerwaldwerkstätten wird erarbeitet, wie den zukünftigen Herausforderungen des Marktes erfolgreich begegnet werden kann. Werkstätten für behinderte Menschen übernehmen eine wichtige Aufgabe für die Gesellschaft. Sie bieten nicht nur eine berufliche Qualifikation und Eingliederungshilfen für den allgemeinen Arbeitsmarkt, sondern übernehmen beispielsweise auch als Zulieferer oder als Dienstleister wichtige Aufgaben für Industrie und Handel. Werkstätten für behinderte Menschen sind heutzutage allerdings nach betriebswirtschaftlichen Grundsätzen zu führen: Private und gewerbliche Kunden müssen zufriedengestellt und ein entsprechender Umsatz gewährleistet werden. Somit müssen sich Werkstätten für Behinderte langfristig den Herausforderungen des Marktes stellen. In diesem Projekt widmet sich der Lehrstuhl für Marketing an der Universität Siegen dieser Herausforderung.

Internationale Seminare, Vorträge, Preise und Kontakte

Im Zeitraum Dezember 2013 bis Mai 2014 wurden die Forschungsarbeiten des H.I.M.A. auf folgenden Konferenzen vorgestellt:

- Steinhauer, Ruth und Joachim Zentes (2013), Explorative Analysis of Antecedents and Consequences of Strategic Flexibility on Firm Performance in the Context of Business Model Evolution, EIBA.
- Steinhauer, Ruth und Joachim Zentes (2014), Management Characteristics Affecting Dynamic Capabilities in Retail Channel Evolution, ICONEC.

Mitarbeiter des Lehrstuhls für Marketing und Handel der Universität Trier haben von Januar 2014 bis Juni 2014 Forschungsarbeiten u.a. auf folgenden Konferenzen vorgetragen: European Marketing Association (Mai, Valencia) und Academy of International Business (Vancouver). Es handelt sich um folgende Beiträge:

- Hälsig, Frank; Swoboda, Bernhard; Schramm-Klein, Hanna und Dirk Morschett (2014), „It is all about the Perceived Consistency of the Retail Marketing Instruments when Creating a Strong Retail Brand,” *European Academy of Marketing (EMAC)*, Valencia, June 3-6, 2014.
- Swoboda, Bernhard und Lukas Morbe (2014), „Retailers’ international Strategy, Implementation and Performance,” *Academy of International Business (AIB) Annual Conference*, Washington D.C., June 23-26.
- Swoboda, Bernhard (2014), “International Transfer and Perception of Retail Formats – A Comparison Study in Germany and Romania”, *Conference ICONEC 2014*, Craiova, March 28-30, 2014.

Die Forschungsergebnisse der Mitarbeiter des Lehrstuhls für Marketing der Universität Siegen wurden im ersten Halbjahr auf diversen internationalen Konferenzen präsentiert. Folgende Beiträge wurden vorgestellt:

- Wagner, Gerhard; Kellner, Julian; Schramm-Klein, Hanna und Sascha Steinmann (2014), The Path to Purchase Online is Versatile – An Overview and Classification of E-Channels from a Consumer’s Perspective, in: 2014 Shopper Marketing & Pricing Conference, Stockholm, Sweden, May 8-10, 2014
- Wagner, Gerhard; Mau, Gunnar; Steinmann, Sascha und Hanna Schramm-Klein (2014), Is Less Sometimes More? The Influence of Additional Information from Mobile Apps on Purchase Decisions at the POS, in: 2014 Shopper Marketing & Pricing Conference, Stockholm, Sweden, May 8-10, 2014.
- Schramm-Klein, Hanna und Markus Welzel (2014): Convincing Consumers for Sustainable Mobility: Who will use Electric Vehicles?, in: Paradigm Shifts & Interactions, 43rd EMAC Conference, Valencia, Spain, June 3-6, 2014.
- Wagner, Gerhard; Kellner, Julian; Schramm-Klein, Hanna; Steinmann, Sascha und Bernhard Swoboda (2014) Multiplicity of Electronic Distribution Channels: A Consumer-Based Overview and Categorisation, in: Paradigm Shifts & Interactions, 43rd EMAC Conference, Valencia, Spain, June 3-6, 2014.
- Mau, Gunnar; Steinmann, Sascha und Hanna Schramm-Klein (2014), The More the Merrier? The Effects of Additional Information Through the Use of Mobile Apps on Purchase Decisions, in: Paradigm Shifts & Interactions, 43rd EMAC Conference, Valencia, Spain, June 3-6, 2014.
- Fonferek, Katharina Maria; Steinmann, Sascha; Wagner, Gerhard und Hanna Schramm-Klein (2014), Which Price Is Best? The Impact of Pricing on Consumer Decision-Making and Evaluations of Premium Private Labeled Brands, in: Hunter, G. & Steenburgh, T. (eds.). *Engaging Customers*, 2014 AMA Marketing Educator’s Proceedings, Vol. 25, Chicago, IL.