

Forschungsbericht 2009

School of Management and Innovation (SMI)

Steinbeis Transfer Institute (STI)

Marketing und Media Management
Finance
Business Administration Studies
Berlin School of Creative Leadership
Research Center Finance

Beteiligte Professoren

Prof. Dr. rer. pol. Andreas Aulinger
Organisation

Prof. Dr. rer. oec. Marc Drüner
Marketing und Innovationsmanagement

Prof. Dr. rer. pol. habil. Frank Keuper
Betriebswirtschaftslehre insbesondere Konvergenz- und Medienmanagement

Prof. Dr. rer. pol. Jens Kleine
Unternehmensführung und Finanzdienstleistungen

Prof. Dr. rer. pol. Thorn Ingo Kring
ADG-Stiftungsprofessur
Strategisches Management in Verbundnetzwerken

Prof. Dr. Stefan Kirmße
BWL, insbesondere Bankmanagement

Prof. Dr. Michael Lister
Lehrstuhl für Finanzen, Banken und Controlling

Prof. Dr. Dr. Sabine Meck
Lehrstuhl für Finanzpsychologie und -soziologie

Prof. Dr. phil. Dr. rer. pol. Helmut Schneider
Lehrstuhl für Marketing und Dialogmarketing

Prof. Dr. rer. pol. Marc Schomann
Juniorprofessur am Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre insbesondere Konvergenz-
und Medienmanagement

Prof. Dr. rer. pol. Werner Seebacher
Bereich Finanz- und Rechnungswesen

Prof. Dr. Joachim Hasebrook
Lehrstuhls für Human Capital Management an der SMI

Prof. Dr. Ulrich Koch
BWL, insbesondere Gesamtbanksteuerung

Inhaltsverzeichnis

1	Prof. Dr. rer. pol. Andreas Aulinger	9
1.1	Forschungsziele.....	9
1.2	Forschungsthemen	9
1.3	Forschungspartner/ -netzwerke.....	10
1.4	Forschungsprojekte 2009	10
1.5	Forschungsausput	11
1.6	Forschungsplan 2010	12
2	Prof. Dr. rer. oec. Marc Drüner.....	13
2.1	Forschungspartner/ -netzwerke.....	13
2.2	Forschungsausput	14
2.3	Forschungsplan 2010	15
3	Prof. Dr. rer. pol. habil. Frank Keuper	17
3.1	Forschungsthemen und Forschungsziele.....	17
3.2	Forschungsausput 2009	27
3.3	Forschungsaktivitäten in 2009/2010.....	31
3.4	Kooperationen.....	32
4	Prof. Dr. rer. pol. Jens Kleine	35
4.1	Forschungsthemen	35
4.2	Forschungspartner/ -netzwerke.....	39
4.3	Forschungsausput 2008 / 2009.....	40
4.4	Forschungsprojekte 2009 / 2010	41
5	Prof. Dr. rer. pol. Thorn Ingo Kring.....	44
5.1	Forschungsziele.....	44
5.2	Forschungsthemen	44
5.3	Forschungspartner/ -netzwerke.....	45
5.4	Forschungsausput 2009	46
5.5	Forschungsplan 2010	46
6	Prof. Dr. Stefan Kirmße.....	48
6.1	Forschungsziele.....	48
6.2	Forschungsthemen	48
6.3	Forschungspartner/ -netzwerke.....	48
6.4	Forschungsausput	49

7	Prof. Dr. Michael Lister	51
7.1	Forschungsziele	51
7.2	Forschungsthemen	51
7.3	Forschungspartner/ -netzwerke	52
7.4	Forschungsprojekte 2009	53
7.5	Forschungoutput	54
7.6	Forschungsplan 2010	55
8	Prof. Dr. Dr. Sabine Meck	58
8.1	Zielsetzung	58
8.2	Forschungsthemen und Projekte	58
8.3	Forschungspartner/ -netzwerke	59
8.4	Forschungsplan 2010	60
9	Prof. Dr. phil. Dr. rer. pol. Helmut Schneider	61
9.1	Forschungsziele	61
9.2	Forschungsthemen	61
9.3	Forschungspartner/ -netzwerke	63
9.4	Forschungsprojekte 2009	64
9.5	Forschungoutput	69
9.6	Forschungsplan 2010	72
10	Prof. Dr. rer. pol. Marc Schomann	78
10.1	Forschungsziele	78
10.2	Forschungsthemen	78
10.3	Forschungspartner	79
10.4	Forschungoutput	79
10.5	Forschungsplan 2010	80
11	Prof. Dr. rer. pol. Werner Seebacher	81
11.1	Forschungsthemen	81
12	Prof. Dr. Joachim Hasebrook	83
12.1	Forschungsprojekte 2009	83
12.2	Forschungoutput	84
13	Prof. Dr. Ulrich Koch	86
13.1	Forschungsziele	86
13.2	Forschungsthemen	86

13.3	Forschungsprojekte 2009	87
13.4	Forschungoutput	87
13.5	Forschungsplan 2010	87

Vorwort

Die School of Management and Innovation (SMI) an der Steinbeis-Hochschule Berlin verfolgt in der Forschung folgende Zielsetzung:

- Zukunftsweisende und werthaltige Beiträge für die Entwicklung der Betriebswirtschaftslehre und der Managementwissenschaften bieten.
- Entwicklung von herausragender Expertise auf den Gebieten:
 - Marketing, Medien und Kreativwirtschaft
 - Finanzen, Banken und Immobilienwirtschaft
- Innovationsprozesse in Wissenschaft und Wirtschaft durch praxisrelevante und anschlussfähige Beiträge vorantreiben.
- Nachhaltige Unterstützung des wirtschaftlichen Erfolgs unserer Partner.
- Raum bieten für wissenschaftliche Weiterentwicklung unserer Professoren und wissenschaftlichen Mitarbeiter.
- Impulse, Inhalte und Positionen für eine anspruchsvolle Lehre bieten.
- Konsequente Umsetzung des Transfergedankens von Steinbeis.

Die School of Management and Innovation (SMI) setzt sich aus zwei Kompetenzzentren zusammen:

- **SMI Zentrum für Marketing, Medien und Creative Leadership** (= Kommunikationswirtschaft)
- **SMI Zentrum für Finanzen, Banken und Real Estate** (= Finanz- und Immobilienwirtschaft)

Die Lehre im Masterbereich für die Finanz- und Immobilienstudiengänge findet an dem Steinbeis-Transfer-Institut (**STI Finance**) statt. Das **STI Marketing und Media Management** verantwortet die Master-Studiengänge für die Kommunikationswirtschaft. Die grundständigen Bachelorstudiengänge für alle Fachrichtungen werden am **STI Business Administration Studies** abgewickelt.

Darüber hinaus hat die SMI folgende **Forschungszentren und -stellen**:

- Die **Forschungsstelle berufundfamilie** unter Leitung von Prof. Dr. Dr. Helmut Schneider ist eine Initiative der gemeinnützigen Hertie-Stiftung. Hier werden die betriebswirtschaftlichen Wirkungen familienbewusster Personalpolitik untersucht.
- Das **Research Center Financial Services**, das von Prof. Dr. Jens Kleine und Prof. Dr. Markus Venzin (SDA Bocconi) geleitet wird, untersucht Managementstrategien in der Finanzdienstleistungswirtschaft.
- Das **Sales and Service Research Center** unter Leitung von Prof. Dr. Frank Keuper wird von der Deutschen Telekom AG/ Telekom Shop Vertriebsgesellschaft GmbH finanziert. Hier wird in den Bereichen Retail-, Sales- und Service-Innovationen geforscht, publiziert und an Promotionen gearbeitet.
- Das **Center for Real Estate Studies**, das 2008 in Kooperation mit der DIA Deutsche Immobilien Akademie gegründet wurde, wird SMI-seitig von Prof. Dr. Michael Lister geleitet und beschäftigt sich mit immobilienwirtschaftlichen Fragestellungen.

An der SMI sind in Lehre und Forschung derzeit folgende Professoren tätig:

- Prof. Dr. rer. pol. Andreas Aulinger ist Inhaber der Transferprofessur für Organisation.
- Prof. Dr. Pierre Casse ist Inhaber der Professur für Leadership and Organisation an der School of Management and Innovation.
- Prof. Dr. rer. oec. Mark Drüner forscht als Transferprofessor auf den Gebieten Marketing und Innovationsmanagement.
- Prof. Dr. Joachim Hasebrook ist SMI Professor für Human Capital Management.
- Die Transferprofessur für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Konvergenz- und Medienmanagement, hat Prof. Dr. rer. pol. habil. Frank Keuper inne.
- Prof. Dr. Stefan Kirmße ist an der SMI Professor für allgemeine Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Bankmanagement.
- Prof. Dr. rer. pol. Jens Kleine verantwortet die Transferprofessur für Unternehmensführung und Finanzdienstleistungen an der School of Management and Innovation.
- Prof. Dr. rer. pol. Thorn Ingo Kring ist seit Ende 2007 Inhaber der ADG-Stiftungsprofessur "Strategisches Management in Verbundnetzwerken".

- Prof. Dr. Michael Lister hat die Professur für Finanzen, Banken und Controlling inne. Zudem übernimmt er den neu geschaffenen Lehrstuhl für Real Estate.
- Prof. Dr. Dr. Sabine Meck ist an der SMI Inhaberin der Forschungsprofessur für Finanzpsychologie und -soziologie mit dem Schwerpunkt Persönlichkeitsforschung.
- Prof. Dr. phil. Dr. rer. pol. Helmut Schneider ist Inhaber der SVI-Stiftungsprofessur am Lehrstuhl für Marketing und Dialogmarketing.
- Prof. Dr. rer. pol. Marc Schomann ist Juniorprofessur am Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Konvergenz- und Medienmanagement.
- Den Bereich Finanz- und Rechnungswesen verantwortet Prof. Dr. rer. pol. Werner Seebacher im Rahmen seiner Transferprofessur.
- Prof. Dr. oec. Markus Venzin ist Inhaber der Professur für Strategische Unternehmensführung.
- Prof. Dr. Ulrich Koch BWL ist seit Mitte 2009 Inhaber der Professur für Betriebswirtschaftslehre insbesondere Gesamtbanksteuerung

Im Rahmen ihrer Vorlesungen an der Steinbeis-Hochschule stellen die Transferprofessoren auch für die Studierenden den direkten Transfer von der Wissenschaft zur Praxis her. Neueste Erkenntnisse aus aktuellen Forschungsprojekten können auf diesem Weg direkt in unsere Seminare integriert werden - der Gedanke des Projektkompetenz-Studiums findet hiermit direkt Anwendung. Im vorliegenden Forschungsbericht werden die Forschungsergebnisse der SMI im Jahr 2009 für die beteiligten Professuren dargestellt.

Berlin, 23. März 2010

Carsten Rasner

Direktor der School of Management and Innovation
an der Steinbeis-Hochschule Berlin

www.steinbeis-smi.de

1 Prof. Dr. rer. pol. Andreas Aulinger

1.1 Forschungsziele

Ziel der Forschung an der Professur für Organisation ist die Produktion praxisrelevanten wissenschaftlichen Wissens für die zentralen Herausforderungen der Organisation und Führung in Unternehmen. Forschung erfolgt dabei in engem Kontakt mit der Unternehmenspraxis. Methodische Schwerpunkte liegen in der deduktiven und empirisch qualitativen Forschung.

1.2 Forschungsthemen

Unternehmensnetzwerke, insbesondere Verbundnetzwerke

In der Finanzwelt, im Handel, im Bereich der Dienstleistungen und im Landwirtschaftssektor existieren in Deutschland Hunderte von Verbundnetzwerken. Sie dienen dazu, dezentrales Unternehmertum durch die Bündelung von Kräften, etwa in Form gemeinsamer Verbundunternehmen, zu stärken. Im Mittelpunkt der Forschung stehen folgende Fragen:

- Welche Erfolgsfaktoren lassen sich für Verbundnetzwerke identifizieren?
- Wie können Netzwerke im Allgemeinen und Verbundnetzwerken im Besonderen evaluiert werden?

Verfahren kollektiver Intelligenz in Unternehmen und Netzwerken

In unserer Forschung zu den verschiedenen Formen kollektiver Intelligenz gehen wir folgenden Fragen nach:

- Welche Arten von Intelligenz, Wissen und Weisheit werden durch die verschiedenen Zugänge zu kollektiver Intelligenz unterstützt? Gibt es kategoriale Unterschiede?
- Welche Bedingungen müssen erfüllt sein, damit diese Verfahren zu mehr Intelligenz führen als andere, stärker individuelle/kognitive Verfahren?

Führung und Change-Management

In Rahmen der grundlegenden Organisationsforschung beschäftigen wir uns mit folgenden Forschungsfragen:

- Welche Bedeutung hat Empathie für die Führung von Unternehmen und Menschen?
- Welchen Beitrag liefert Empathie für die Entstehung kollektiver Intelligenz?

1.3 Forschungspartner/ -netzwerke

Zusammenarbeit in folgenden Organisationen

- Akademie Deutscher Genossenschaften ADG, Montabaur
- Zentralverband Gewerblicher Verbundgruppen ZGV, Berlin und Bonn
- Deutscher Raiffeisenverband DRV, Bonn
- Deutscher Genossenschafts- und Raiffeisenverband DGRV, Berlin
- IFS GmbH & Co. KG, Cloppenburg

Mitgliedschaft in folgenden Verbänden

- Mitglied im Verband der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft e.V.
- Mitglied der Kommission Organisation im Verband der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft e.V.
- Mitglied der Academy of Management
- Mitglied der DeGEval Gesellschaft für Evaluation

1.4 Forschungsprojekte 2009

Durchführung SMI Spring Workshop „Kollektive Intelligenz“ vom 26. bis 27. März 2009 in der SIMT in Stuttgart

Um Licht in die verschiedenen Zugängen zur kollektiven Intelligenz zu bringen – genannt seien insbesondere Schwarmintelligenz, Prognose- und Informationsmärkte, Innovationsbörsen und Opinion Mining –, veranstaltete Prof. Dr. Andreas Aulinger gemeinsam mit dem Ferdinand-Steinbeis-Institut im Frühjahr den SMI Spring Workshop „Kollektive Intelligenz“. Geladen waren Experten aus weiteren Universitäten, aus Unternehmen sowie aus dem Steinbeis-Verbund. Der Workshop hat deutlich gemacht, dass die innovativen Werkzeuge sowohl kleinen, lokal vernetzenden Teams wie auch global agierenden Konzernen die Möglichkeit eröffnen, das Wissen jedes Akteurs – egal welcher Hierarchieebene – in Echtzeit und zu vergleichsweise geringen Kosten nutzbar zu machen und so dem Individuum eine aktive, integrierte Rolle in der Mitgestaltung der Unternehmensstrategie und des Managements zu geben. Die Ergebnisse des SMI Spring Workshop „Kollektive Intelligenz“ wurden im Dezember 2009 im Tagungsband „Kollektive Intelligenz. Methoden, Erfahrungen und Perspektiven“ veröffentlicht.

In 2009 abgeschlossene Promotionen

- Andreas Schäfer: Netzwerk-Verfassungen

Betreuung folgender Promotionsprojekte an der Steinbeis-Hochschule Berlin

- Tobias Schmid: Empathie in der Personalführung
- Laura Miller: Kollektive Intelligenz zur Schaffung von Markprognosen
- Max Pfeiffer: Kollektive Intelligenz zur Schaffung von Technologieprognosen
- Jörg Hahne: Mikroverbände als Erfolgsfaktor im Genossenschaftlichen Finanzverbund

Betreuung folgender Promotionsprojekte an der Universität Oldenburg

- Carsten Ziese: Konfliktmanagement in Verbundnetzwerken

1.5 Forschungsoutput

Sammelband in Herausgeberschaft

- Kollektive Intelligenz. Methoden, Erfahrungen und Perspektiven, Stuttgart, 2009.

Aufsätze

- Empathisches Führungsverhalten. Einschätzungen und Beobachtungen aus der Unternehmenspraxis (mit Tobias Schmid), in: Zeitschrift Führung und Organisation zfo 06/2009 (78. Jg.), S. 296–303.
- Entstehungsbedingungen und Definitionen kollektiver Intelligenz, in: Aulinger, A./ Pfeiffer, M. (Hrsg.): Kollektive Intelligenz. Methoden, Erfahrungen und Perspektiven, Stuttgart, 2009, S. 23-60.
- Kollektive Ansichten zu kollektiver Intelligenz (mit Max Pfeiffer), in: Aulinger, A./ Pfeiffer, M. (Hrsg.): Kollektive Intelligenz. Methoden, Erfahrungen und Perspektiven, Stuttgart, 2009, S. 21-31.
- Die Marke Genossenschaft: Rechtsform oder Kooperationsidee, in: Rösner, H.J./ Schulz-Nieswandt, F. (Hrsg.): Beiträge der genossenschaftlichen Selbsthilfe zur wirtschaftlichen und sozialen Entwicklung, Berlin, 2009, S. 99-114.
- Genossenschaften und genossenschaftliche Kooperationen – Netzwerke für die Zukunft, in: Antoni-Komar, I./ Beermann, M./ Lautermann, Ch./ Müller, J./ Paech, N./ Schattker, H./ Schneidewind, U./ Schulz, R. (Hrsg.): Neue Konzepte der Ökonomik. Unternehmen zwischen Nachhaltigkeit, Kultur und Ethik, Metropolis, 2009.

1.6 Forschungsplan 2010

Promotionsprojekte

Betreuung laufender Promotionsprojekten und Aufnahme neuer Promotionsprojekte

Vorträge

- Vortrag auf der COLLIN 2010: Collective Intelligence – In Search of an Intelligent Definition.

Veröffentlichungen

- Collective Intelligence – In Search of an Intelligent Definition

2 Prof. Dr. rer. oec. Marc Drüner

2.1 Forschungspartner/ -netzwerke

Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF)

- Plattformentwicklung: Sekundär- und primäranalytische Exploration potenzieller Anwender einer Service-Delivery-Plattform in kleinen und mittelständischen Unternehmen unterschiedlicher Branchen, Entwicklung von Use Case Szenarien und Geschäftsmodellen im Open Source Kontext, Wettbewerbsanalyse im Enterprise 2.0-Umfeld
- Curriculare Ausgestaltung eines Moduls zu Steigerung der Innovationsfähigkeit von Studierenden unter Nutzung von Web2.0 Funktionalitäten

Europäische Union

- Identifikation und Bewertung potenzieller Testmärkte für Bio-Kraftstoffe in europäischen Großstädten

Berliner Senat

- Identifikation und Evaluation der Nutzungspotenziale neuer Medien zur Etablierung von eGovernmentstrukturen

Unternehmen

- Primäranalytisch und Tracking-basierte Messung des Offline-Online-Shifts (besondere Berücksichtigung Testimonial-Einsatz) am Beispiel eines Automobil-Launches
- Prozessmodellierung zur Identifikation geeigneter Co-Branding-Partner und Ableitung von ganzheitlichen Sondermodellkonzepten in der Automobilbranche
- Evaluation der Eigensicht und Fremdsicht von Krankenkassen als Determinanten für Lifecycle Management, Kundensegmentierungsansätze und Churnprävention
- Evaluation von Anwendungspotenzialen von Social Network Marketing Strategien für Lifestyleorientierte Marketingaktivitäten von Lebensmittelprodukten
- Radio der Zukunft; Konzeptentwicklung von zukünftigen Radio-basierten Geschäftsmodellen sowie primäranalytische Evaluation
- Diversifikationsdruck in der Medienlandschaft: Sekundär- und Primäranalytische Untersuchung der Umsatzpotenziale und möglicher Geschäftsmodelle von internetbasierten Mehrwertdiensten
- 15talents: Weiterentwicklung eines Online-Campus und -Marktplatzes zur Vermittlung von Praxis- und Forschungsprojekten

- Entwicklung und Umsetzung einer Online-Community zu Stärkung und Ausweitung der CRM Maßnahmen eines Lebensmittelherstellers

2.2 Forschungsoutput

Veröffentlichungen

- New Business – Heute investieren!
- Esomar World Research Forum – The online Evolution Forum 2008
- W & V Media – Radio bietet eine Heimat im Netz
- Marketing in Zeiten von Web2.0, CeBIT TV
- Nachhaltigkeit und Corporate Responsibility, Identifikation zukunftsrelevanter Themen für das Marketing, eine Studie der Steinbeis University Berlin und TU Berlin
- Community-Befragung: eine dynamische Befragung von mehr als 50.000 Community-Nutzern in Deutschland
- E-Commerce Erfolgsfaktorenstudie: internationales qualitatives Benchmarking der bedeutendsten E-Commerce Anbieter

Vorträge

- Vorsitzender des ersten europäischen Online Handelskongress, Berlin
- Handelsblatt Jahrestagung, Open Innovation – Integration und Interaktion mit Kunden und Marktpartnern via Innovationsplattformen, München
- Brand Management in the Multichannel Era, München
- Vorsitz/Fachbeirat, Web2.0 Kongress, IIR Deutschland GmbH, Hamburg
- Kompaktseminar Trendforschung 2009, Wie Trendforschung hilft, die richtigen Entscheidungen zu treffen?, Managementforum, Starnberg
- Web2.0: Neue Geschäftsmodelle und Veränderungen der Wertschöpfungskette, München
- Medientage München, Digitale Erlösquellen für Medienunternehmen, Schloss Hohenkammer
- CeBit CIO Lounge, Vortrag zum Thema Innovationsmanagement, Hannover
- Medienwirtschaftlicher Dialog, KPMG, München
- Arena für Nachhaltigkeit, Zeulenroda
- Medientage München, Keynote: Die Zukunft der interaktiven Medienwelt – neue Geschäftsmodelle im Internet?, München
- Medientage München, Podium: Die Endkundenbeziehung als Erfolgskriterium – Der Tanz ums Goldene Kalb, München
- Medientage München, Einführung & Podium: Radio goes Community – Chancen und Risiken der Social Networks on Air, München

- Mondial de l'automobile, Social Networks and Web2.0 in Automotive Life – Status and Future, Paris
- ESOMAR New Media Days, The role of Research, Setting up the research scene, the impact of Web2.0 in the research world, Dublin
- Web2.0 Kongress, Vorsitz/Fachbeirat, IIR Deutschland GmbH, Hamburg
- Managementforum Kompaktseminar Trendforschung, Wie Trendforschung hilft, die richtigen Entscheidungen zu treffen?, Starnberg
- Automotive News Europe Congress, Information Technology In The Car, Turin
- CeBIT Global Conferences, Deutsche Messe AG, Marketing in Zeiten von Web2.0 – und die neue Macht der Verbraucher, Hannover
- Esomar Automotive 2008, ESOMAR, Boosting the Impact of Innovation, Lausanne
- tomorrow+, Bayern Innovativ, “A Day in a Life 2015” – Wohin entwickelt sich 2.0?, München
- Performance Marketing Day, New Horizons Club, Enterprise 2.0? Web 2.0 goes Corporate, München
- Web2.0 Kongress, Vorsitz/Fachbeirat, IIR Deutschland GmbH, Wiesbaden

2.3 Forschungsplan 2010

- Community-Befragung: eine dynamische Befragung von mehr als 50.000 Community-Nutzern in Deutschland
- E-Commerce Erfolgsfaktorenstudie: internationales qualitatives Benchmarking der bedeutendsten E-Commerce Anbieter
- Clean Tech: eine Untersuchung der Erfolgsfaktoren aus Sicht der deutschen DAX und M-DAX Unternehmen
- Corporate Venture Study, 18-Monatsstudie zum Verständnis der relevanten Corporate Venture Bewertungskriterien
- Repräsentative qualitative und quantitative Befragung von Zahnärzten zu ihren eHabits.
- Studie zum Wachstumstreiber E-commerce und Social Media für Marken eines international tätigen Konsumgüterkonzerns. Ausblick auf die Entwicklung von E-commerce und Social Media bis ins Jahr 2015.
- Deutsche Forschungsanstalt für Künstliche Intelligenz (DFKI), Forschungsprojekt Web3.0
- Radiozentrale Berlin, Screening Radio 2012, Zweistufige Studie: (1) Ideengenerierung und Konzeptentwicklung von zukünftigen Radio-basierten Geschäftsmodellen mit Radio-Investoren und potentiellen Kooperationspartner-Unternehmen (Automotive, Endgeräte); (2) Primäranalytische Evaluation der Geschäftsmodelle

- Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi), MAMS plus, Intensivierung der Markt- und Kundenanalysen parallel zur technischen Weiterentwicklung einer Service-Delivery-Plattform, insbes. Begleitung der Erprobungsphasen und Ergebnistransfer.
- Internationaler Operator, Studienprojekt zu Entwicklung neuer Produkte für Senioren.
- Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi), Mitarbeit im Exzellenz Netzwerk IP im Rahmen des Nationalen IT Gipfels, Entwicklung einer Plattform zur übersichtlichen Darstellung und Vermittlung von Marktforschungstools für Unternehmen aus dem Bereich digitale Dienste in Deutschland. Projekt im Rahmen des IT Gipfel Deutschlands.
- Grundlagenstudie zu Einstellungen und Bedürfnissen im Telekommunikationsumfeld für VSE mit weniger als 50 Mitarbeitern
- Trendbasierte Studie zu zukünftigen Anwendungsszenarien und Produkten im Telekommunikationsumfeld.
- Senatskanzlei Berlin, "Bürger Aktiv" Studie, Benchmarking Studie zur Optimierung der bestehenden Plattform
- Studie zum Thema Total Costs of Ownership im Bereich Telekommunikation
- Nachhaltigkeit und Corporate Responsibility, Identifikation zukunftsrelevanter Themen für das Marketing, eine Studie der Steinbeis University Berlin und TU Berlin

3 Prof. Dr. rer. pol. habil. Frank Keuper



Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre,
insbesondere Konvergenz- und Medienmanagement
School of Management and Innovation

**Steinbeis-
Hochschule Berlin**

3.1 Forschungsthemen und Forschungsziele

Die realiter zu beobachtende Synthese sowohl technologischer als auch nachfrage- und angebotsseitiger Konvergenz erfordert eine Kombination von Leistungen verschiedener Branchen zu systemischen Lösungen. Diese können in Form von Integration, Kooperation oder durch Marktbeziehungen sich ergänzender Unternehmen realisiert werden.

Bestes Beispiel für die Konvergenz aufgrund der sich verändernden Nutzungspräferenzen ist das Mobiltelefon, welches neben der ursprünglichen Telekommunikations- inzwischen über Internet-, Foto, Mailing-, mp3-, Navigations-, Organizer- und Videofunktionalitäten verfügt.



Abbildung 1: Konvergenzentwicklungen am Beispiel des Mobiltelefons

Aufgrund der Komplexität und der Bedeutsamkeit der vorgenannten Entwicklungen für die betroffenen Unternehmen sind verstärkte Forschungs- und Lehraktivitäten erforderlich. Vor diesem Hintergrund konstituierte sich 2004 unter der Leitung von Prof. Dr. rer. pol. habil. Frank Keuper der erste Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Konvergenz- und Medienmanagement, an der Steinbeis-Hochschule Berlin.

konvergenzmanagement

Abbildung 2: Neues Logo des Lehrstuhls

Ziel des Konvergenzmanagements ist die Konfiguration von flexiblen Geschäftsmodellen. Diese sollen die aus der Konvergenz resultierenden Chancen unter weitestgehender Abwendung der einhergehenden Risiken zielsetzungsgerecht ausschöpfen. Gegenstand der Konvergenzmanagementforschung ist es somit, die Wirkungen der Konvergenz und die sie verursachenden Kontextfaktoren zu explizieren und zu fundieren, um Instrumente für die Planungs-, Implementierungs- und Kontrollprozesse zu entwickeln, die die Charakteristika konvergierender Wettbewerbsstrukturen berücksichtigen.

Die Instrumente müssen gemäß einer ganzheitlichen Denkweise, die die Konvergenz zwangsläufig fordert, in der Lage sein, Entscheidungen effektiv und effizient zu unterstützen. Dabei sind die Instrumente so auszugestalten, dass kurze Markt- und Produktlebenszyklen, unscharfe Marktstrukturen, extreme Umweltdiskontinuitäten, kausale Ambiguität, technologisch bedingte revolutionäre Veränderungen der Wertschöpfungsketten sowie heterogen-hybride Nachfragestrukturen explizit und implizit ohne Informationsverlust erfasst und nicht pseudo-deterministisch verarbeitet werden. Klassische statische Betrachtungen, wie z. B. die Marktstrukturanalyse à la Porter, müssen somit durch zu entwickelnde kumulativ-statische und dynamische Instrumente substituiert werden.

Da vor allem die Medienbranche von den Konvergenztendenzen betroffen ist, liegt auch diese – im Rahmen des Medienmanagements – im Fokus der Forschung und Lehre des Lehrstuhls. Ziel des Medienmanagements ist es, die betrieblichen Erscheinungen und Probleme bei der Führung und Steuerung von Medienunternehmen zu identifizieren, zu analysieren und zu lösen. Insofern umfasst das Medienmanagement alle Aktivitäten der Planung, Organisation und Kontrolle von Medienunternehmen mit der Zielsetzung, einen unternehmerischen Erfolgsbeitrag zu leisten. Aufgabe der Medienmanagementforschung ist es somit, gemäß der entscheidungsorientierten Betriebswirtschaftslehre Strategien, Konzepte und Instrumente für die Unternehmensführung und -steuerung (z. B. Controlling und Risikomanagement) auf Märkten für elektronische und nichtelektronische Medien zu entwickeln und zu verifizieren. Im Rahmen der Medienmanagementforschung geht es dementsprechend vorrangig darum, Visionen, Unternehmensgesamt-, Wettbewerbs- und Funktionalstrategien zu entwickeln und in erfolgversprechende Geschäftsmodelle zu transferieren.

Die Konvergenz-Entwicklung stellt Unternehmen jedoch noch vor weitere branchenübergreifende Herausforderungen. Diese resultieren insbesondere daraus, dass es vor dem Hintergrund der realiter festzustellenden Produktangleichungen zunehmend schwieriger wird, sich von Konkurrenten zu differenzieren.

Produkte mit Zusatzfunktionen auszustatten, stellt inzwischen, wie an dem Beispiel des Mobiltelefons ersichtlich wird, kein Alleinstellungsmerkmal mehr da. Ferner bringen die zusätzlichen Funktionen und Anwendungsmöglichkeiten moderner Produkte in der Regel auch eine äußerst anspruchsvolle Bedienung mit sich, die zu steigender Erklärungsbedürftigkeit führt. Somit gerät der Service in den Fokus der Konsumenten und der Anbieter, die hierüber die Möglichkeit erhalten, sich von Konkurrenten positiv und für den Konsumenten wahrnehmbar abzuheben. Doch nicht nur der Service, sondern auch die Gestaltung des Point of Sales, der allgemeine Pre- und After-Sales-Bereich, das Markenmanagement sowie die Verkaufs- und Vertriebsstrategien gewinnen aufgrund der Konvergenz an Bedeutung. All diese zentralen Themengebiete adressiert das im Lehrstuhl integrierte Sales & Service Research Center (SSRC) mit umfangreichen Forschungs- und Lehraktivitäten.

sales&service research center

Förderer: Telekom Shop Vertriebsgesellschaft mbH

Abbildung 3: Neues Logo des am Lehrstuhl angesiedelten SSRC

Seit 2007 bzw. 2008 bietet das SSRC den Mitarbeitern der Telekom Shop Vertriebsgesellschaft zwei Studiengänge an, den *Sales & Service Bachelor of Business Administration* und den *Sales & Service Master of Business Administration*.

Die drei aufgezeigten Forschungs- und Lehrschwerpunkte des Lehrstuhls, das Konvergenzmanagement, das Medienmanagement und das Sales und Service Management, sind als Einheit mit dem Konvergenzmanagement im Zentrum zu betrachten. Neben den bereits dargestellten Beziehungen zwischen Konvergenz- und Medienmanagement bzw. Sales und Service Management weisen auch das Medienmanagement und das Sales und Service Management eine gemeinsame Schnittstelle auf. Diese resultiert aus dem Dienstleistungscharakter von Medien. Analog zu Service-Dienstleistungen zeichnen sich auch Medien und Content dadurch aus, dass sie immateriell sind und in der Regel nur eine begrenzte Lagerfähigkeit bei aktuellen Ereignissen haben. Die Beziehungen zwischen den einzelnen Schwerpunkten des Lehrstuhls spiegelt Abbildung 4 wider.

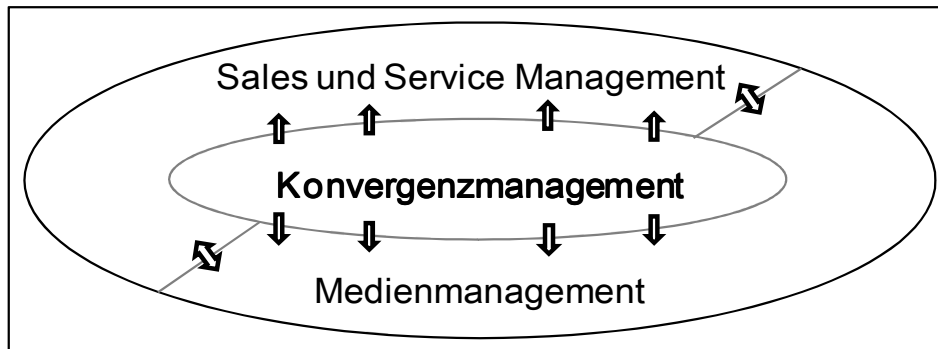


Abbildung 4: Forschungs- und Lehrschwerpunkte des Lehrstuhls

Besondere Projekte, wie die in 2009/2010 bevorstehende Einführung der Fachzeitschrift „Business + Innovation – Steinbeis Executive Magazin (B+I)“ und die vom Lehrstuhl für die SCHUNK GmbH & Co. KG angebotenen Management-Seminare, zeigen deutlich den Anspruch des Lehrstuhls, eine praxisinduzierte und theoriegeleitete Forschung und Lehre nachhaltig umzusetzen. Abbildung 5 gewährt einen Ausblick auf mögliche Erscheinungsformen der ersten Ausgabe der B+I.



Abbildung 5: Beispielhafte Layouts der B+I

Arbeitsbereiche des Lehrstuhls

Der Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Konvergenz- und Medienmanagement, ist in zwei separate Arbeitsbereiche untergliedert:

- Sales & Service Research Center (SSRC) und
- Business + Innovation.

Die gemeinsamen Büroräume befinden sich in der Mollerstraße 12 in Hamburg-Rotherbaum.

Sales & Service Research Center

Im Mai 2007 konstituierte sich in Hamburg unter der akademischen Leitung von Prof. Dr. rer. pol. habil. Frank Keuper das SSRC, das als Arbeitsbereich in den Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Konvergenz- und Medienmanagement, integriert ist.

Struktur und Ausrichtung

Bei dem SSRC handelt es sich um eine Kooperation zwischen der School of Management and Innovation (SMI) der Steinbeis-Hochschule Berlin (SHB) und der Telekom Shop Vertriebsgesellschaft. Die Geschäftsführung wird von Prof. Dr. habil. Frank Keuper und Carsten Rasner (Direktor der SMI) gemeinsam wahrgenommen. Gegenstand des SSRC als wissenschaftliches An-Institut der SMI ist die praxisrelevante und theoriegeleitete Forschung auf den Gebieten

- des Sales und Service Managements,
- der Unternehmensführung,
- der Unternehmenssteuerung sowie
- des TIME- und Konvergenz-Managements.

Die Telekom Shop Vertriebsgesellschaft als Förderer des SSRC ist der stationäre Vertriebskanal der Deutschen Telekom AG mit über 800 Ladengeschäften, 60 Mio. Privatkunden und über 2,5 Mio. Geschäftskunden. Die Gesellschaft beschäftigt ungefähr 6.000 Mitarbeiter und 1.800 Auszubildende.



Abbildung 6: Logo der Telekom Shop Vertriebsgesellschaft

Die Bedeutung des Sales und Service Managements resultiert aus der zunehmenden Wettbewerbsintensivierung, der voranschreitenden Globalisierung des Handels, der zunehmenden Angleichung von Sachgütern, einer weit verbreiteten heterogen-hybriden Präferenzstruktur der Nachfrager und dem

zunehmenden Variety Seeking der Käufer. Während es zum Handelsmarketing bereits zahlreiche praxisinduzierte und theoriegeleitete Publikationen gibt, wurde das Thema „Sales und Service Management“ in Deutschland – trotz seiner hohen Bedeutung für eine erfolgreiche Unternehmensführung – bislang nur unzureichend thematisiert. Einen Beitrag, um diese Lücke zu schließen, leistet das SSRC mit umfangreichen Forschungs- und Lehrtätigkeiten.

Ziel des Sales und Service Managements ist die Entwicklung von sachadäquaten Strategien, Instrumenten und Konzepten zu einer effektiven und effizienten Akquise von Kunden sowie deren dauerhafte Bindung an das Unternehmen. Daraus leitet sich die Notwendigkeit ab, die Wirkungen einer sich immer diskontinuierlicher verändernden Wettbewerbslandschaft und der sie verursachenden Kontextfaktoren zu erklären, um daraus theoretisch fundierte Planungs- und Steuerungsinstrumente zu dekomponieren sowie innovative und wirtschaftlich tragfähige Geschäftsmodelle zu entwickeln. Die Instrumente müssen dabei insbesondere den Besonderheiten von Dienstleistungsunternehmen und dem immateriellen Charakter von Service-Leistungen Rechnung tragen. Der Fokus der Instrumente richtet sich dabei auf die Gebiete der Organisation, des Personalmanagements, des Dienstleistungsmarketings und der Logistik.

Business + Innovation

Neben dem bereits dargestellten Forschungsbetrieb werden in dem Bereich Business + Innovation zahlreiche Projekte durchgeführt. Insbesondere sind hierbei die im Jahr 2009 bzw. 2010 erstmalig erscheinende Fachzeitschrift „*Business + Innovation – Steinbeis Executive Magazin (B+I)*“ und das vom Lehrstuhl angebotene *Management-Seminar* für die SCHUNK GmbH & Co. KG zu nennen.

Business + Innovation – Steinbeis Executive Magazin

Als Ergebnis der intensiven Forschungsaktivitäten des Lehrstuhls wird ab Herbst 2009 bzw. Frühjahr 2010 die von Prof. Dr. rer. pol. habil. Frank Keuper herausgegebene unabhängige, praxis- und transferorientierte Fachzeitschrift „*Business + Innovation – Steinbeis Executive Magazin (B+I)*“ quartalsweise erscheinen. Hierfür galt es in 2008, die wirtschaftlichen und ersten konzeptionellen Rahmenbedingungen zu schaffen.



Abbildung 8: Logo der transfer- und praxisorientierten sowie theoriegeleiteten betriebswirtschaftlichen Fachzeitschrift B+I

Die Schriftenleitung der Fachzeitschrift obliegt Herrn Jun.-Prof. Dr. rer. pol. Marc Schomann, der an der Steinbeis-Hochschule Berlin eine Juniorprofessur für Unternehmenssteuerung und IT-gestütztes Controlling inne hat. Stefan Röder MBE[®], Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Konvergenz- und Medienmanagement, hat die Assistenz der Schriftenleitung übernommen.

Zur Gewährleistung eines fundierten Wissenstransfers zwischen Theorie und Praxis werden die eingereichten Beiträge im so genannten Double-blind-Review-Verfahren begutachtet. Diese Aufgabe obliegt dem Editorial-Board, das sich aus namhaften Experten aus Wirtschaft und Wissenschaft zusammensetzt. Die Mitglieder des Boards sind der nachfolgenden Übersicht zu entnehmen.

Name	Unternehmen/Institution	Funktion
Sina Afra	ebay Türkei	Managing Director und Mitglied des Aufsichtsrats
Thorsten Bald	Loewe Opta GmbH	Head of Brand Management & CRM
Dr. Helmut Becker	IWK Institut für Wirtschafts-analyse und Kommunikation	Institutsleiter
Dr. Willms Buhse	doubleYUU	Geschäftsführer
Prof. Dr. Gerrit Brösel	Technische Universität Ilmenau	Inhaber des Lehrstuhls für Rechnungswesen und Controlling
Prof. Dr.-Ing. habil. Prof. e. h. mult. Dr. h. c. mult. Hans-Jörg Bullinger	Fraunhofer-Gesellschaft	Präsident

Tabelle 1: Zusammensetzung des Editorial-Boards der B+I, Teil I

André Felker	Sieben Marketing und Kommunikationsberatungs GmbH	Geschäftsführender Gesellschafter
Dr. Ina Garnefeld	Universität Paderborn	Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insb. Marketing
Dr. Herbert Fischer	Panasonic Computer Products Europe	Chief Technical Officer
Dr. Felix Gress	Metropolregion Rhein-Neckar GmbH	Geschäftsführer
Jenny Gsell	Jenny Gsell GmbH	Geschäftsführerin
Prof. Oliver Günther, Ph. D.	Humboldt-Universität zu Berlin	Dekan der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät und Direktor des Instituts für Wirtschaftsinformatik
Prof. Dr. Jens Högreve	Universität Paderborn	Junior-Professor für Betriebswirtschaftslehre, insb. Dienstleistungsmanagement
Prof. Dr. David Müller	Technische Universität Ilmenau	Junior-Professor für Betriebswirtschaftslehre
Lothar Müller-Güldemeister	Knauthe Rechtsanwälte Partnerschaft	Rechtsanwalt und Buchautor
Bernhard Hogenschurz	Deutsche Telekom AG	Geschäftsleiter HR
Michael Kübeck	i4g Investment GmbH	Geschäftsführer
Prof. Dr. Jan Marco Leimeister	Universität Kassel	Inhaber des Lehrstuhls für Wirtschaftsinformatik
Peter Mayrhofer	i4g Investment GmbH	Geschäftsführer
Fritz Neumann	BearingPoint GmbH	Managing Director
Felix Nickl	Greenwich Consulting Deutschland	Geschäftsführer
Christian Oecking	Siemens IT Solutions and Services	Mitglied der Geschäftsleitung, Leiter Global Operations

Tabelle 2: Zusammensetzung des Editorial-Boards der B+I, Teil II

In vier Ausgaben pro Jahr erhalten Top-Entscheider und Professionals aus innovationsorientierten Unternehmen fundierte und praxistaugliche Lösungsansätze für die Herausforderungen der täglichen Arbeit. Hochschuldozenten und Studenten wirtschaftswissenschaftlicher Studiengänge spiegeln neueste theoretische Konzepte an den Erfordernissen der betrieblichen Praxis. B+I wird somit als unabhängige, praxisinduzierte und theoriegeleitete betriebswirtschaftliche Fachzeitschrift zum Schmelztiegel von Theorie und Praxis des Managements.

Dieser Anspruch schlägt sich auch in den Hauptrubriken der Zeitschrift nieder:

- Strategie (Strategisches Management, Organisations- und Personal-Management sowie Geschäftsmodellbildung),
- Innovation (Innovations- und Wissensmanagement, Technologie- sowie IuK-Management) und
- Global View.

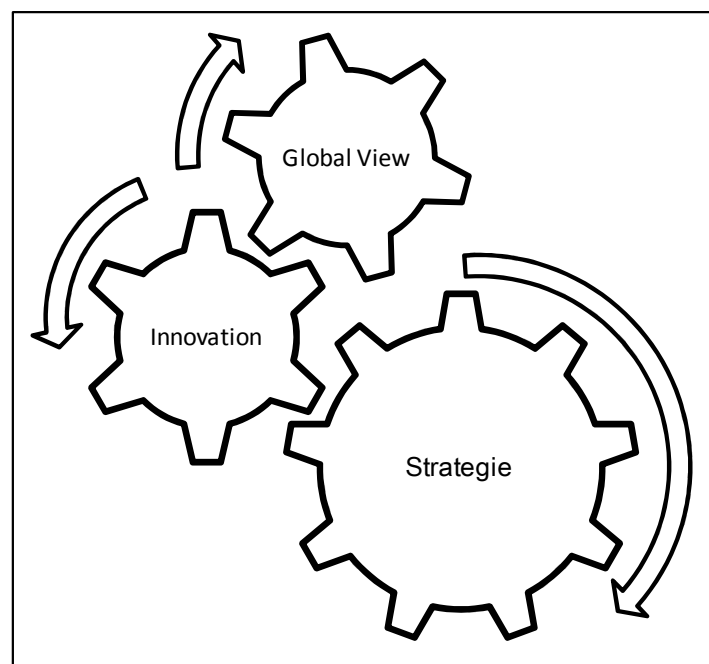


Abbildung 9: Hauptrubriken der B+I

Ganz im Sinne einer inhaltlich und strukturell hochwertigen, auf die Bedürfnisse des Lesers ausgerichteten betriebswirtschaftlichen Fachzeitschrift, werden durch ergänzende Rubriken, z. B. Lessons learned, Interviews, Meinungsspiegel oder interdisziplinäre Fallbeispiele, die erfolgsentscheidenden Informationen vermittelt und die jeweiligen Beiträge zusätzlich abgerundet.

Die Druckauflage der B+I wird voraussichtlich 3.500 Exemplare betragen, wobei mit ungefähr 2.300 Abonnements gerechnet wird. Neben den Printausgaben wird die Fachzeitschrift B+I auch als E-Paper erhältlich sein.

Lehrstuhl-Team

Der Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Konvergenz- und Medienmanagement, setzt sich zusammen aus dem Lehrstuhlinhaber Prof. Dr. rer. pol. habil. Frank Keuper, Dr. rer. pol. Marc Schomann, sechs Wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, drei Hilfswissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und vier externen Doktoranden.

Junior-Professor (seit 10/2007)

- Dr. rer. pol. Marc Schomann, Themengebiet: Unternehmenssteuerung und IT-gestütztes Controlling

Doktoranden & Wissenschaftliche Mitarbeiter

- Dipl.-Kfm. Carl Korsukéwitz, Arbeitsbereich: Sales & Service Research Center. Forschungsthema: Controlling, Rechnungswesen, Unternehmensbewertung sowie Sales und Service Management.
- Dipl.-Kfr. Ines Wölbling, Arbeitsbereich: Sales & Service Research Center. Forschungsthema: Medienmanagement, Sales und Service Management und Produktionsmanagement.
- Dipl.-Bw. (FH) Katja Wolter, Arbeitsbereich: „Business + Innovation – Steinbeis Executive Magazin“ sowie Management von Sammelbandprojekten. Forschungsthema: Konvergenz- und Medienmanagement.
- Dipl.-Kfm. Peter Robeijsek, Forschungsthema: Finanzwirtschaft, Financial Planning, Controlling, Unternehmensbewertung, Makroökonomie, Sales & Service Management.
- Dipl.-Kfm. Andreas M. Grawe, Arbeitsbereich: Sales & Service Research Center. Forschungsthema: Sales & Service Management, insbesondere Personal Selling, Preismanagement, insbesondere Behavioral Pricing.
- Stefan Röder MBE und Dipl.-Bw., Arbeitsbereich: Assistenz der Schriftenleitung im Rahmen der „Business + Innovation – Steinbeis Executive Magazin“ sowie Planung, Organisation und Betreuung des SCHUNK-Management-Seminars. Forschungsthema: Strategisches Management, Strategisches IT-Management, IT-Controlling und - Organisation.

- Sandra Kubnicki, B. A., Arbeitsbereich: Neuaufbau des Internetauftritts des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Konvergenz- und Medienmanagement, und der Zeitschrift „Business + Innovation – Steinbeis Executive Magazin“ sowie die Implementierung einer modernen Online-Lernplattform für die BBA- und MBA-Studiengänge.
- Sophie Surauf, Arbeitsbereich: Unterstützung des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Konvergenz- und Medienmanagement.
- Tanja Schak, Arbeitsbereich: Unterstützung des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Konvergenz- und Medienmanagement.

Externe Doktoranden

- Dipl.-Bw. Vladimir Djukanov, Thema: Systemtheoretisch-kybernetische Unternehmensbewertung.
- Dipl.-Wirt.-Ing. Christian Schulmeyer, Thema: Analyse internetbasierter Customer-Self-Service-Instrumente im After-Sales-Management aus Sicht des Verfassungsmarketings.
- Dipl.-Kfm. (FH) Winfried Zilken, Thema: Konzeption und Bewertung eines Ansatzes zum Wissenscontrolling in KMUs vor dem Hintergrund interkultureller Aspekte.
- Dipl.-Bw. Mario B. Stephan, MBA, Thema: Konzeptionell-theoretische Würdigung der BSC und Entwicklung eines Vorgehensmodells zur dynamischen Priorisierung strategischer Initiativen.

3.2 Forschungsoutput 2009

Sammelbände

- Auswirkungen der IuK-Technologien auf den After-Sales-Service in der TIME-Branche (gemeinsam mit Christian Schulmeyer), in: Keuper, F., Wagner, B., Wysuwa, H.-D. (Hrsg.), Managed Services – IT-Sourcing der nächsten Generation, Wiesbaden 2009, S. 265–308.
- Controlling in KMU – Identifikation spezifischer Controllinglücken auf Basis aktueller Studien (gemeinsam mit Gerrit Brösel und Tobias Albrecht), in: Müller, D. (Hrsg.), Controlling für kleinere und mittlere Unternehmen, München 2009, S. 57–73.
- Die Gesundheitsversorgung Deutschlands auf dem adaptiven Weg der Besserung (gemeinsam mit Heiko Burchardt), in: Keuper, F., Puchta, D. (Hrsg.), Deutschland 20 Jahre nach dem Mauerfall – Rückblick und Ausblick, Wiesbaden 2009, S. 419–433.
- Die organisationstheoretische Perspektive von Governance-Entscheidungen im Spannungsfeld zwischen Markt und Hierarchie (gemeinsam mit Stefan Röder und Carl Korsukéwitz), in:

Keuper, F., Hamidian, K., Verwayen, E., Kalinowski, T. (Hrsg.), transformIT – Optimale Geschäftsprozesse durch eine transformierende IT, Wiesbaden 2009, S. 295–315.

- Entscheidungswertbestimmung im Zuge der Internationalisierung von Wohnungsunternehmen (gemeinsam mit Christian Pape), in: Keuper, F., Schunk, H. (Hrsg.), Internationalisierung deutscher Unternehmen – Strategien, Instrumente und Konzepte für den Mittelstand, Wiesbaden 2009, S. 223–245.
- Fuzzy-TEO-VOFI (gemeinsam mit Stefan Röder), in: Keuper, F., Schomann, M., Kosyk, F. (Hrsg.), Controlling, Berlin 2009, S. 101–139.
- In dem Antlitz des Feldherrn liest der Gegner und die ganze Armee – Grundlegende Einblicke in die Systemtheorie und Kybernetik der Marke, in: Keuper, F., Kindervater, J., Heim, A., Dertinger, H. (Hrsg.), Das Diktat der Markenführung – 11 Thesen zur nachhaltigen Markenführung und -implementierung. Mit einem Fallbeispiel der Loewe AG, Wiesbaden 2009, S. 347–372.
- Industrien benötigen Creative Finance – Innovative Finanzierungslösungen für die Filmwirtschaft (gemeinsam mit Dieter Puchta und Stefan Röder), in: Hülsmann, M., Grapp, J. (Hrsg.), Strategisches Management für Film- und Fernsehproduktionen – Herausforderungen, Optionen, Kompetenzen, München et al. 2009, S. 91–117.
- Internationalisierung deutscher kleiner und mittlerer Unternehmen in der VR China vor dem Hintergrund strategischer Erfolgsfaktoren und strategischer Erfolgspotentiale (gemeinsam mit Henrik Schunk und Nha Thi Luu), in: Keuper, F., Schunk, H. (Hrsg.), Internationalisierung deutscher Unternehmen – Strategien, Instrumente und Konzepte für den Mittelstand, Wiesbaden 2009, S. 183–222.
- Produktions- und kostenbezogene Herausforderungen unscharfer Faktoren bei der individualisierten Medienproduktion für die Steuerung von Medienunternehmen (gemeinsam mit Ines Wölbling), in: Medienforum Ilmenau (Hrsg.), Individualisierte Nutzung der Medien – Tagungsband zum Medienforum Ilmenau, Ilmenau 2009, S. 102–128.
- Qualitätsorientierte Steuerung von Shared-IT-Service-Organisationen (gemeinsam mit Stefan Röder), in: Keuper, F., Wagner, B., Wysuwa, H.-D. (Hrsg.), Managed Services – IT-Sourcing der nächsten Generation, Wiesbaden 2009, S. 203–236.
- Unscharfe Produktions- und Kostentheorie als Basis für ein modernes Filmcontrolling (gemeinsam mit Ines Wölbling), in: Hülsmann, M., Grapp, J. (Hrsg.), Strategisches Management für Filmproduktionen – Herausforderungen, Strategien, Best Practices, München et al. 2009, S. 587–607.

Wissenschaftliche Beiträge, Forschungspapiere und sonstige Publikationen

- Controlling und Medien – Festschrift für Rolf Dintner zum 65. Geburtstag (gemeinsam mit Gerit Brösel), Berlin 2009.
- Modelle zur Entscheidungswertfindung in Wohnungsunternehmen unter Unsicherheit (gemeinsam mit Christian Pape), in ZfiFP – Zeitschrift für immobilienwirtschaftliche Forschung und Praxis, 2009, Nr. 10, S. 6–14.
- Mass Customization – Eine systemtheoretisch-kybernetische Fundierung (gemeinsam mit Henrike Hannemann und Stefan Röder), in: SEM Radar – Zeitschrift für Systemdenken und Entscheidungsfindung im Management, 2009, Nr. 1, S. 42–79.
- Internationalisierung deutscher kleiner und mittlere Unternehmen in der VR China vor dem Hintergrund strategischer Erfolgsfaktoren und strategischer Erfolgspotentiale (gemeinsam mit Henrik Schunk und Nha Thi Luu), in: Keuper, F., Schunk, H. (Hrsg.), Internationalisierung deutscher Unternehmen – Strategien, Instrumente und Konzepte für den Mittelstand, Wiesbaden 2009, S. 183–222.
- Produktions- und kostenbezogene Herausforderungen unscharfer Faktoren bei der individualisierten Medienproduktion für die Steuerung von Medienunternehmen (gemeinsam mit Ines Wölbling), in: Medienforum Ilmenau (Hrsg.), Individualisierte Nutzung der Medien – Tagungsband zum Medienforum Ilmenau, Ilmenau 2009, S. 102–128.
- Qualitätsorientierte Steuerung von Shared-IT-Service-Organisationen (gemeinsam mit Stefan Röder), in: Keuper, F., Wagner, B., Wysuwa, H.-D. (Hrsg.), Managed Services – IT-Sourcing der nächsten Generation, Wiesbaden 2009, S. 203–236.
- Unschärfe Produktions- und Kostentheorie als Basis für ein modernes Filmcontrolling (gemeinsam mit Ines Wölbling), in: Hülsmann, M., Grapp, J. (Hrsg.), Strategisches Management für Filmproduktionen – Herausforderungen, Strategien, Best Practices, München et al. 2009, S. 587–607.
- Bewertung von instabilen Unternehmen im Ungleichgewicht (gemeinsam mit Vladimir Djukanov), in: Keuper, F., Schomann, M., Horn, D. (Hrsg.), Modernes Finanz- und Versicherungsmanagement, Berlin 2010 (erscheint 4/2010).
- Bewertung von Wohnungsunternehmen im Lichte divergierender Geschäftsmodelle (gemeinsam mit Christian Pape und Stefan Röder), in: Johns, S., Ummen, R. (Hrsg.), IMMOBILIEN JAHRBUCH 2010, Berlin 2010 (erscheint 4/2010).
- Bologna@Telekom – Berufsbegleitende Sales-&-Service-Studiengänge der Telekom Shop Vertriebsgesellschaft (gemeinsam mit Bernhard Hogenschurz Klaus Rieländer), in: Keuper, F., Hogenschurz, B. (Hrsg.), Professionelles Sales & Service Management – Vorsprung durch konsequente Kundenorientierung, 2. Auflage, Wiesbaden 2010 (erscheint 4/2010).

- Die Implosion des Market-based View, in: Keuper, F., Hogenschurz, B. (Hrsg.), Professionelles Sales & Service Management – Vorsprung durch konsequente Kundenorientierung, 2. Auflage, Wiesbaden 2010 (erscheint 4/2010).
- Herausforderungen für die Unternehmensplanung (gemeinsam mit Stefan Röder), in: Keuper, F., Neumann, F. (Hrsg.), Governance, Risk und Compliance, Wiesbaden 2010 (erscheint 4/2010).
- IT-Management im Kontext des Strategie-Struktur-Zusammenhangs, in: Keuper, F., Schomann, M., Zimmerman, K. (Hrsg.), Innovatives IT-Management – Management von IT und IT-gestütztes Management, 2. Auflage, Wiesbaden 2010 (erscheint 4/2010).
- Kosten und emissionsminimale Bestellmengen- und Losgrößenplanung, in: Rollberg, R., Hering, Th., Burchert, H. (Hrsg.), Produktionswirtschaft, 2. völlig überarbeitete Auflage, München et al. 2010 (im Druck).
- Morphological Psychology and its potential for derivation of requirements from Web Applications using examples of Customer Self Care Instruments (gemeinsam mit Christian Schulmeyer), in: Keuper, F., Degenhardt, A., Oecking, Chr. (Hrsg.), Application Management – Service Management and Service Creation, Wiesbaden 2010 (erscheint 4/2010).
- Strategietransformation als Missing Link zwischen Strategy Formulation und Strategy Execution (gemeinsam mit Mario B. Stephan), in: Keuper, F., Schomann, M., Horn, D. (Hrsg.), Modernes Versicherungs- und Finanzmanagement, Berlin 2010 (erscheint 4/2010).
- Umweltorientierte Materialbedarfsplanung, in: Rollberg, R., Hering, Th., Burchert, H. (Hrsg.), Produktionswirtschaft, 2. völlig überarbeitete Auflage, München et al. 2010 (im Druck).
- Umweltorientierte Produktionsprogrammplanung im Spannungsfeld zwischen defensiver und offensiver Strategie, in: Rollberg, R., Hering, Th., Burchert, H. (Hrsg.), Produktionswirtschaft, 2. völlig überarbeitete Auflage, München et al. 2010 (im Druck).
- Zustands-Grenzpreismodell – Ein alternativer Weg zur Entscheidungsfindung für Wohnungsunternehmen (gemeinsam mit Christian Pape), in: Keuper, F., Schomann, M., Horn, D. (Hrsg.): Modernes Versicherungs- und Finanzmanagement, Berlin 2010 (erscheint 4/2010).

Publizierte und inhaltlich mitbetreute Marktstudien

- Creative Industries benötigen Creative Finance – Innovative Finanzierungslösungen für die Filmwirtschaft (gemeinsam mit Dieter Puchta und Stefan Röder), Vorabdruck von: Creative Industries benötigen Creative Finance – Innovative Finanzierungslösungen für die Filmwirtschaft (gemeinsam mit Dieter Puchta und Stefan Röder), in: Hülsmann, M., Grapp, J. (Hrsg.), Strategisches Management für Film- und Fernsehproduktionen – Herausforderungen, Optionen, Kompetenzen, München et al. 2009, S. 91–117, in: Investitionsbank Berlin (Hrsg.), Arbeitspapier, Berlin 2008.

3.3 Forschungsaktivitäten in 2009/2010

Monographien

- TIMES-Management – Strategische Ressourcen und Kernkompetenzen in Zeiten der Konvergenz (gemeinsam mit Marc Schomann), Berlin 2010 (in Vorbereitung, erscheint 12/2010).
- Strategisches Management, 2. vollständig überarbeitete Auflage, München/Wien 2010 (gemeinsam mit Henrike Hannemann) (in Vorbereitung, erscheint 12/2010).

Mitherausgeberschaften

- Controlling – Impulse für eine nachhaltige Unternehmenssteuerung (gemeinsam mit Marc Schomann und Frank Kosyk), Berlin 2009.
- Das Diktat der Markenführung – 11 Thesen zur nachhaltigen Markenführung und -implementierung. Mit einem Fallbeispiel der Loewe AG (gemeinsam mit Jürgen Kindervater, Andreas Heim, Heiko Dertinger), Wiesbaden 2009.
- Deutschland 20 Jahre nach dem Mauerfall – Rückblick und Ausblick (gemeinsam mit Dieter Puchta), Wiesbaden 2009.
- Internationalisierung deutscher Unternehmen – Strategien, Instrumente und Konzepte für den Mittelstand (gemeinsam mit Henrik Schunk), Wiesbaden 2009.
- Managed Services – IT-Sourcing der nächsten Generation (gemeinsam mit Bernd Wagner und Hans-Dieter Wysuwa), Wiesbaden 2009.
- transformIT – Optimale Geschäftsprozesse durch eine transformierende IT (gemeinsam mit Kiumars Hamidian, Eric Verwaayen und Torsten Kalinowski), Wiesbaden 2009.
- Wissensmanagement und Informationsmanagement – Strategien, Organisation und Prozesse (gemeinsam mit Fritz Neumann), Wiesbaden 2009.

Wissenschaftliche Beiträge und sonstige Publikationen

- Herausgeberschaft betriebswirtschaftlicher Fachzeitschriften Business + Innovation – Steinbeis Executive Magazin, Wiesbaden 2010 (erscheint ab 15.04.2010 quartalsweise).

3.4 Kooperationen

Praxisinduzierte und theoriegeleitete, transferorientierte und oszillierende Forschung und Lehre bedingen eine enge Verknüpfung mit der Wirtschaft sowie mit anderen Hochschulen. Aus der Zusammenarbeit sind bisher verschiedene Beziehungen entstanden:

Förderer

- Telekom Shop Vertriebsgesellschaft mbH

Kooperationspartner

- audentia Management Consulting GmbH
- SCHUNK GmbH & Co. KG
- Telekom Shop Vertriebsgesellschaft mbH
- T-Mobile Deutschland GmbH

Partner

- BearingPoint GmbH (z. B. Der M&A Prozess, Finance Transformation, Wissensmanagement, Business IT, Governance, Risk und Compliance)
- Cirquent GmbH (z. B. Die moderne Finanzfunktion)
- Fujitsu Siemens Computers GmbH (z. B. Managed Services – IT-Sourcing der nächsten Generation)
- Groten Management Consulting GmbH (Nachhaltiges Change Management)
- Investitionsbank Berlin (z. B. Strategisches Management in Förderbanken, 20 Jahre Mauerfall)
- Loewe AG (Das Diktat der Markenführung)
- Multiversum AG (z. B. Strategisches IT-Management, Innovatives IT-Management)
- Siemens AG, Siemens IT Solutions and Services (z. B. Corporate Shared Services 1. und 2. Auflage)
- Telekom Shop Vertriebsgesellschaft mbH (z. B. Sales & Service, Modernes Sales & Service Management)

Auszug der Referenzen

- Akademie Deutscher Genossenschaften
- Alpen-Adria-Universität Klagenfurt
- BMW AG
- Bundesverband deutscher Banken e. V.
- CareerLounge

- cirquent GmbH
- Deutsche Bundesbank
- Deutsche Post World Net
- Deutscher Sparkassen- und Giroverband
- Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (DIW Berlin)
- EADS Deutschland
- Ernst-Moritz-Arndt-Universität Greifswald
- Eurohypo AG
- Fachhochschule Bonn-Rheinsieg
- Fachhochschule für Technik und Wirtschaft Berlin (FHTW)
- Fachhochschule St. Pölten
- Fernuniversität in Hagen
- Forschungsinstitut für Rationalisierung (FIR) e. V. an der RWTH Aachen
- Frankfurt School of Science & Management
- Fujitsu Siemens Computers GmbH
- Hochschule der Sparkassen-Finanzgruppe – University of Applied Science
- Hochschule Heilbronn
- Hochschule Magdeburg-Stendal
- IBM Global Business Services
- IDS Scheer
- Justus-Liebig-Universität Gießen
- KfW Bankengruppe
- Landeskreditbank Baden-Württemberg – Förderbank
- Loewe AG
- Ludwig-Maximilians-Universität München
- Massey University
- Mercurius Management Consultants
- PricewaterhouseCoopers
- Prognosis AG
- Rheinisch-Westfälische Technische Hochschule Aachen
- SAGA GWG
- SAP AG Walldorf
- Sieben Marketing- und Kommunikationsberatungs GmbH
- Siemens AG
- Siemens IT Solutions & Services Inc.
- Technische Universität Hamburg-Harburg
- Technische Universität Ilmenau

- T-Mobile International
- Universität Basel
- Universität Bonn (ZEM)
- Universität Duisburg-Essen
- Universität St. Gallen (HSG)
- Universitätsklinikum Schleswig-Holstein

4 Prof. Dr. rer. pol. Jens Kleine

Jens Kleine ist Professor für Unternehmensführung und Finanzdienstleistungen an der Steinbeis-Hochschule Berlin. Seine Forschungsschwerpunkte liegen in den Bereichen der Unternehmens-, Marketing- und Vertriebsstrategien im nationalen und internationalen Umfeld sowie im Innovationsmanagement von Finanzdienstleistungsunternehmen. Im Rahmen des FinanzMBA's verantwortet Jens Kleine die Studienfächer mit spezifischer Ausrichtung auf Finanzdienstleistungen, wie z.B. Markt- und Wettbewerbsstrategien, Marketing-Management von Finanzdienstleistungen und Asset-Management. Jens Kleine ist Partner einer Unternehmensberatung in München und unterstützt Finanzdienstleistungsunternehmen in strategischen und organisatorischen Fragestellungen. Nach dem Abschluss des Studiums der Betriebswirtschaftslehre startete Jens Kleine 1993 bei Mercer Management Consulting als Consultant. Von 1999 bis 2004 war er dort für den Bereich Financial Institution and Risk Enterprises als Vice President tätig. Von 1997 bis 2003 war er neben seiner Tätigkeit bei Mercer als geschäftsführender Gesellschafter bei Fonds Consult Institutional Services GmbH und beschäftigte sich dort mit Investment-Consulting für institutionelle Anleger.

4.1 Forschungsthemen

Internationalisierungsstrategien von Banken

Grosse Bankenzusammenschlüsse sind meist eine rein nationale Angelegenheit. So zeigt Jean Dermine von der französischen Business School INSEAD auf, dass zwischen 1990 und 1999 nur 23% der M&A Aktivitäten im europäischen Bankensektor länderübergreifend waren. Bekannte Beispiele sind die Übernahme der britischen Investmentbank Morgan Grenfell durch die Deutsche Bank, oder der Kauf der Crédit Commercial de France (CCF) durch die britische HSBC. Im Allgemeinen aber internationalisieren europäische Grossbanken ihr Geschäft über eigene Filialen, internationale Kooperationen, Beteiligungen und durch die Übernahme von deutlich kleineren Instituten in den Zielmärkten.

Forschungsfragen:

- Warum sollen Banken internationalisieren?
- Welchen Einfluss hat die Internationalisierung auf die Profitabilität von Banken?
- Wird es in Zukunft rein nationale Retail-Banken (optimale Betriebsgröße) geben? Welches sind die Grenzen der Internationalisierung (Limits to Growth)?
- Mit welchen Internationalisierungsstrategien waren Banken bisher erfolgreich?
- Welche Strategien versprechen in Zukunft Erfolg für die Internationalisierung im Finanzwirtschaftssektor?

Service Innovationen im Finanzdienstleistungssektor

Im Mittelpunkt dieses Forschungsprojekts steht die Untersuchung von Innovationen im Finanzbereich mit den drei Prozessphasen Erfindung (inklusive beeinflussender Faktoren aus Markt und Firma), Innovation (erstmalige Kommerzialisierung einer Erfindung), daraus folgender Unternehmenserfolg.

Forschungsfragen:

- Wie kann ein First Mover Advantage für die Finanzinstitute geschaffen und bewahrt/geschützt werden?
- Untersuchung der konkreten Kundenbedürfnisse: Wie viel Innovation ist ideal? Welche Innovationen sind gefragt?
- Welche Auswirkungen haben verschiedene Innovationsarten auf die Profitabilität der Finanzdienstleister?
- Wie viel kostet die Innovationsentwicklung und –umsetzung?
- Wie wird ein Innovationsprozess ausgelöst?
- Wie kann eine internationale Firma ihre Präsenz in verschiedenen Ländern im Innovationsprozess optimal ausnützen?

Differenzierungsstrategien im Finanzdienstleistungssektor

Die großen Finanzdienstleistungsunternehmen bieten ihren Kunden in der Regel die gleichen Produkte und Dienstleistungen an. Eine Differenzierung vom Wettbewerber findet kaum statt. Große Banken geben durch gleichgerichtete Strategien sogar ihre bisherigen Differenzierungsmerkmale auf. Für den Kunden wird damit das Unternehmen austauschbar.

Forschungsfragen:

- Wie versuchen sich die Finanzdienstleistungsunternehmen gegenwärtig zu differenzieren? Was gibt es für Tendenzen?
- Wie kann Differenzierung gemessen/dargestellt werden? Welcher Wert kann durch Differenzierung geschaffen werden?
- Welcher Grad an Differenzierung muss erreicht werden, damit Erträge und Kosten sich optimal zueinander verhalten und die Potenzialausschöpfung am höchsten ist?
- Was sind Möglichkeiten für eine viel versprechende Differenzierung gegenüber anderen Marktteilnehmern?

Möglichkeiten der Wertschöpfung für Konzernzentralen im Finanzbereich

Konzernzentralen müssen sorgfältig abwägen, in welchen Bereichen sie in der Lage sind, Mehrwert zu schaffen anstatt Schaden anzurichten. Es ist fundamental, das richtige Maß an *Corporate Involvement* zu finden. Idealerweise sollte ein Kompromiss zwischen starker Einflussnahme mit intensiver Kontrolle von Seiten der Konzernzentrale und unbeschränkter Eigenverantwortung auf Geschäftsbereichsebene gefunden werden. Das Ziel dieses Forschungsprojektes ist es, hierzu einen geeigneten Mittelweg zu finden und Vorschläge für dessen Kommunikation zu erarbeiten.

Forschungsfragen:

- In welchen Bereichen und mit welchen Maßnahmen können und sollen Konzernzentralen im Finanzdienstleistungssektor Mehrwert schaffen?
- Welche Kombination von Maßnahmen verspricht den größten Erfolg für welche Aufgabe?
- Wie kann die Zentrale eines international tätigen Finanzkonzerns die länderübergreifende Zusammenarbeit unterstützen und verbessern?

Post Merger Integration im Finanzsektor

Mehr als 50% aller Transaktionen scheitern, wobei das höchste Risiko in der Integrationsphase des Zusammenschlusses besteht. Die PMI-Phase der M&A Prozessplanung wird auch im Finanzsektor oft unterschätzt, die Credit Suisse Group liefert mit ihrer Versicherungstochter Winterthur seit 7 Jahren ein eindrückliches Beispiel dafür.

Forschungsfragen:

- Wie können mögliche Probleme wirkungsvoll antizipiert werden?
- Wie kann die Planung effizient umgesetzt werden?
- Wie sollen die Mitarbeiter gecoacht werden?
- Welche Indikatoren garantieren eine optimale Zielerreichungskontrolle?
- Welches sind die wichtigsten Anforderungen an die Kapitalmarkt-Kommunikation in der PMI-Phase?
- Was ist in der Integrationsphase von M&A Prozessen mit internationalen Mitwirkenden aus dem Finanzbereich besonders zu beachten?

Knowledge Management

Knowledge Management hat sich als Forschungsrichtung etabliert, mittlerweile wird auch in zahlreichen Unter- und Teilbereichen dieses ausgedehnten Feldes geforscht, beispielsweise zum Thema Wissens- und Technologietransfer. Gerade im Finanzsektor, wo Information und Wissen wesentliche Produktionsfaktoren sind, gewinnt spezifisches Knowledge Management weiter an Bedeutung, so z.B.

Customer Knowledge Management, welches versucht, Synergien der integrierten Anwendung von Wissensmanagement und Customer Relationship Management dazu zu nutzen, die Risiken und Mängel beider Ansätze zu vermindern. Ein weiterer Ansatz ist die Integration von Prozess- und Wissensmanagement zur Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit.

Forschungsfragen:

- Mit welchen Maßnahmen kann der Wissensfluss gesteuert und beschleunigt werden?
- In welchen Sektoren kann die Produktivität durch gezielte Knowledge Management-Maßnahmen weiter erhöht werden?
- Welche konkreten Maßnahmen (z.B. Anpassungen im IT-Bereich) müssen dazu ergriffen werden?
- Wie können die positiven finanziellen Auswirkungen von Knowledge Management sichtbar und messbar gemacht werden?
- Wie können neue Trends und Best-Practice-Beispiele, die von überregionalem Interesse sind, aufgegriffen und gruppenintern publiziert werden?

Reintegration/ Insourcing/ Outsourcing von Dienstleistungen im Finanzdienstleistungssektor

In den letzten Jahren haben viele Finanzdienstleistungsunternehmen Teile ihrer Wertschöpfung outsourct. Als Hauptgründe für die hohe Outsourcing-Bereitschaft der Unternehmen wird immer wieder die deutliche Reduzierung der Kosten und die Verbesserung der Servicequalität durch bessere Systeme und höhere Investitionsmöglichkeiten größerer Einheiten angeführt. Mittlerweile stellen aber immer mehr Finanzdienstleistungsunternehmen fest, dass weder die Kosten gesunken noch die Servicequalität gestiegen ist. Die Servicequalität ist sogar teilweise eher gesunken und es kann durch die Aufgabe der strategischen Kontrolle kaum etwas verändert werden.

Forschungsfragen:

- Für welche outsourcten Bereiche trifft das Nichterreichen der gesetzten Erwartungen am häufigsten zu?
- Welche Möglichkeiten der objektiven Messung gibt es?
- Wann ist es sinnvoll, ausgelagerte Bereiche wieder zu reintegrieren?
- Wie kann ein erfolgreiches Insourcing durchgeführt werden?

4.2 Forschungspartner/ -netzwerke

Mitgliedschaften in akademischen Organisationen:

- Academy of Management
- Schmalenbach-Gesellschaft für Betriebswirtschaft e.V.

Universitäten

- ESSEC (Paris): Ashok Som
- Insead (Paris): Maurizio Zollo
- ESADE (Barcelona): Pedro Parada
- Georgetown University (Washington): Robert Grant
- Copenhagen Business School (Kopenhagen): Torben Pedersen, Volker Mahnke
- London Business School (London): Markus Reitzig
- WU-Wien (Wien): Björn Ambos
- Universität St. Gallen (St.Gallen): Christoph Lechner

Industrie

- AMB Generali Asset Managers, Köln
- BayernCard Services, München
- DekaBank, Frankfurt
- Commerzbank, Frankfurt
- DZ-Bank, Frankfurt
- ERSTE Bank, Wien
- EON Energie AG, München
- HSBC Trinkaus & Burkhardt
- Robeco Asset Management, Frankfurt

4.3 Forschungsoutput 2008 / 2009

Der Forschungsoutput wurde an zahlreichen Konferenzen und Veranstaltungen präsentiert (wie z.B. Academy of Management Meeting in Honolulu, DIR Forschungsseminare an der Universität Mailand, Impresseclub, Deutscher Derivate Tag, etc.).

Refereed Journals

- Does Knowledge Sharing Pay? An MNC Subsidiary Perspective on Knowledge Outflows (Volker Mahnke, Torben Pedersen and Markus Venzin); *Advances in International Management* (Elsevier), accepted for publication in 2008.
- Internationalization of Retail Banks: A Micro-Level Study of the Multinationality-Performance Relationship (Markus Venzin, Vikas Kumar and Jens Kleine) *Management International Review*, 2008/4, Vol. 48, pp. 463-485.
- Da Export Manager a International Business Developer nelle PMI del sistema arredo, *Economia & Management*, 4/2008, p. 54-55. (Gabriella Lojacono and Markus Venzin)
- Governing entrepreneurial opportunity recognition in the MNE: Aligning interests and cognition under uncertainty (accepted for publication in *Journal of Management Studies*). (Markus Venzin, Volker Mahnke und Shaker Zahra)

Beiträge in Management Zeitschriften

- „Der deutsche CFD-Markt: Dynamischer Start einer Finanzinnovation“ (Jens Kleine, Tim Weller), in: *Die Bank – Zeitschrift für Bankpolitik und Praxis*, 12/2008, S.14 – 17.
- „Exchange Traded Funds – unterschätzte Größe“ (Jens Kleine), in: *Zeitschrift für das gesamte Kreditwesen*, 61. Jahrgang, Heft 16, 2008, S. 779-781.
- „Höhere Transparenz durch MIFID“ (Jens Kleine und Jens Wöhler), in: *FAZ*, 08.04. 2008, S. 32.
- „Garantie gewünscht: Trendbarometer Zertifikate 2009“ (Matthias Kinttof und Jens Kleine), in: *Bankinformation*, 8/2009 S. 17-19.
- „Agrarinvestments für das institutionelle Portfolio“ (Jens Kleine und Dirk Meier Westhoff), in: *Absolut Report*, Nr. 49, 05/2009, S. 48-53.
- „Investmentkonzepte und Anlagestile – Einsatz und Entwicklungspfade“ (Jens Kleine und Matthias Krautbauer), in: *portfolio institutionell*, Ausgabe 04/2009, S. 16-17.
- “Strategic and Organisational Challenges of Internationalisation in Financial Services” (Robert M. Grant und Markus Venzin), in: *Long Range Planning*, 2009, Vol. 42, S. 561-587.
- “Does Knowledge Sharing Pay? An MNC Subsidiary Perspective on Knowledge Outflows” (Volker Mahnke, Torben Pedersen und Markus Venzin), in: *Advances in International Management* (Elsevier), 2009, S.123-149.

Studien

- „Diffusion and perception of certificates among investors and financial advisors in Italy: an empirical analysis“ (Markus Venzin und Francesco Saita und Giovanna Zanotti Monica Masucci und Jens Kleine), Mailand Januar 2008.
- „Die KLEINE Finanzprognose 2007“ (Jens Kleine und Dieter-Thilo Fischer), Studie Research Center for Financial Services der Steinbeishochschule Berlin und Finanzen Advisor Services, Berlin Oktober 2007.
- „Real Investments – eine neue Anlageklasse“ (Jens Kleine und Florian Ludwig), Studie Research Center for Financial Services der Steinbeishochschule Berlin, Berlin September 2007.
- „Anforderungen institutioneller Anleger an standardisiert strukturierte Produkte (Zertifikate) - Potentiale, Investorenprofil und Produktdesign“ (Jens Kleine und Florian Ludwig), Studie Research Center for Financial Services der Steinbeishochschule Berlin, Berlin 2007.
- „Trendbarometer Zertifikate 2007“ (Jens Kleine, Heiko Weyand und Florian Ludwig), Studie zum Zertifikatemarkt des Research Center for Financial Services der Steinbeishochschule Berlin und HSBC Trinkaus & Burckardt, Berlin 2007.

Bücher und Buchkapitel

- “Building an International Financial Services Firm: How to design and execute cross-border strategies”, Oxford University Press, January, 2009. (Markus Venzin)
- “Initiierung des Strategieprozesses”, in Weissmann (ed.) „Erfolgreich mit den Grossen des Managements: Best of Management“, Frankfurt/New York: Campus, 2008. (Markus Venzin, Carsten Rasner and Volker Mahnke)

4.4 Forschungsprojekte 2009 / 2010

Allgemein

- “Value creation across borders”, in: “Internationalization among Financial Services Firms”, Co-Editors: Long Range Planning, conditional acceptance. (Robert Grant and Markus Venzin)
- “ “Export Strategies: Archetypes and their Performance Impact”, Gabriella Lojacono and Markus Venzin, to be submitted to Journal of World Business, June 2009.
- “Designing effective export strategies”, Gabriella Lojacono and Markus Venzin, proposal accepted at Academy of Management Perspectives, full paper submitted in March 2009.
- „International Strategy of Retail Banks“, Markus Venzin, Jens Kleine, Vikas Kumar, Robert Grant.
- „Subsidiary Entrepreneurship“, Shaker Zahra, Markus Venzin und Volker Mahnke.
- „Determinants of Cross-border Post-Merger Integration Levels and Speed“, Ashok Som und Markus Venzin.

- „The Performance Impact of Subsidiary Knowledge Sharing“, (Torben Pedersen, Volker Mahnke und Markus Venzin).
- „The internationalization process of financial service firms“, special issue for Long Range Planning, Markus Venzin with Prof. Robert Grant).
- „The profit impact of international expansion: A study of retail banks“, Markus Venzin and Vikas Kumar.
- „The Certificates Market in Italy – a New Investment Option with Potential“, (Markus Venzin, Markus Reitzig, Jens Kleine).
- Book Project: „Global Strategies for Financial Service Firms“, Wiley Finance.
- Article Project: „Does Knowledge Sharing Pay? An MNC Subsidiary Perspective on Knowledge Outflows“.
- Case Study: Unicredito - Expansion into Eastern European Markets.

Mit Forschungspartnern (Industrie)

- Kundennähe – ein zentraler Erfolgsfaktor für die Marktbearbeitung von Regionalbanken:
 - Analyse der Gründe die zu einem Rückgang der Kundennähe geführt haben
 - Möglichkeiten des Aufbaus von Kundennähe
 - Aufbau eines Controlling Tools zur Kontrolle und Messung von Kundennähe
- Strukturierte Produkte bei institutionellen Anlegern:
 - Analyse des deutschen Marktes für Strukturierte Produkte und deren Verwendung bei Institutionellen Anlegern
 - Identifizierung von Trends
 - Darstellung der Anforderungen an Produkte und Anbieter
- Contracts for Difference (CFDs) – Eine Analyse des deutschen Marktes für CFDs:
 - Erste Studie zur Erhebung der Zahlen des CFD-Marktes in Deutschland
 - Erhoben wurden Daten von 2006 bis Mai 2008
- Trendbarometer Zertifikate:
 - Analyse des deutschen Zertifikatemarktes
 - Darstellung möglicher Entwicklungsperspektiven und Erfolgsfaktoren
- Exchange Traded Funds: Potentiale und Produktdesign für institutionelle Investoren:
 - Anlageverhalten, Organisation, Volumen, Restriktionen
 - Anforderungen an Exchange Traded Funds
 - Investorenprofile, Produkte, Anbieter, Ertrags- und Kostenstrukturen
 - ETFs innerhalb der Portfoliotheorie
 - Replikationsmethoden
- Zukünftige Ausrichtung des Europäischen Asset Management-Marktes:
 - Strategische Analyse des Europäischen Investmentmarktes (Marktumfeld, Zukünftige

Geschäftsstrategien, Produkte / Vertriebspolitik und -organisation)

- Benchmarking der wichtigsten europäischen Investmentgesellschaften
- Zukünftige Herausforderungen
- Marktbearbeitungsstrategien und Geschäftsmodelle
- Herausforderungen in der Kreditkartenindustrie und Handlungsoptionen in Hinblick auf die europäische Harmonisierung:
 - Kreditkartenmarkt (Ausgangslage, Marktübersicht, bargeldlose Zahlungen, Produkte, Marktteilnehmer)
 - Ableitung von Entwicklungen, Tendenzen und Szenarien
 - Entwicklung von Geschäftsmodellen

5 Prof. Dr. rer. pol. Thorn Ingo Kring

5.1 Forschungsziele

Ziel der ADG-Stiftungsprofessur zum „Strategischen Management in Verbundnetzwerken“ ist es, einen wissenschaftlicher Forschungsbeitrag und Erkenntnisfortschritt zu Fragestellungen der Unternehmensführung und der Organisation von Verbundnetzwerken zu leisten. Ein besonderer Fokus der Forschungsarbeiten wird dabei auf die Untersuchung der verschiedenen Partner genossenschaftlicher Verbundsysteme gelegt. Dabei erfolgt die Forschung stets praxisnah.

5.2 Forschungsthemen

Gegenstand der Forschungsarbeiten sind in erster Linie die Partner im genossenschaftlichen Finanzverbund, den Verbundgruppen und den Genossenschaften in Gewerbe und Handel sowie den Genossenschaften im Agribusiness.

Aktuelle Forschungsschwerpunkte:

Erfolgsfaktoren in Führungssystemen von Volksbanken Raiffeisenbanken:

Vor dem Hintergrund eines dynamischen Wettbewerbs gewinnt der Faktor Führung und die Ausgestaltung von Führungssystemen zunehmend an Bedeutung. Die Führung einer Bank entscheidet darüber, ob die Potenziale der Mitarbeiter – ihre Kompetenzen und ihr Engagement – ausgeschöpft und zur Umsetzung marktorientierter Strategien genutzt werden, um den wirtschaftlichen Erfolg der Bank nachhaltig zu sichern. Vor diesem Hintergrund wird im Rahmen einer empirischen Studie analysiert, welche Erfolgsfaktoren für Führungssysteme von Banken im genossenschaftlichen Finanzverbund identifiziert werden können.

Corporate Responsibility als Erfolgsfaktor für Banken:

Mit den Sparkassen und den Genossenschaftsbanken können zwei Bankverbände, die auf praktizierte gesellschaftliche Verantwortung sowie regional-verantwortliches Bankmanagement setzen, einen Imagegewinn im Vergleich zu ihren Wettbewerbern verzeichnen. Vor diesem Hintergrund wird gemeinsam mit einer Kirchenbank ein Managementkonzept entwickelt, in dem die Module einer verantwortungsvollen Unternehmensführung – Corporate Social Responsibility, Corporate Governance und Corporate Citizenship – effektiv ausgestaltet und zielgerichtet gesteuert werden.

Innovative Formate in der Personal- und Organisationsentwicklung:

Ausgehend von theoretisch fundierten und empirisch getesteten Erkenntnissen in der Personal- und Organisationsentwicklung werden im Rahmen der managementbezogenen Weiterbildungsprogramme der ADG neue innovative Formate für die verschiedenen Kundengruppen der Akademie entwickelt. Ziel ist es, ideale Lernumgebungen für die Unternehmen in den Kundensegmenten der ADG zu schaffen und Impulse zur Entwicklung lernender Unternehmungen zu setzen.

Mitarbeiteridentifikation und Mitarbeiterbindung in Banken:

Die erfolgreiche Rekrutierung und Bindung von Mitarbeitern entwickelt sich in der Bankbranche zunehmend zu einem Erfolgsfaktor. In einem Forschungsprojekt mit dem Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken werden die Faktoren, die die Konstrukte der Mitarbeiteridentifikation und der Mitarbeiterbindung erklären identifiziert. Ziel ist es, eine Methode zu entwickeln, die es den Banken ermöglicht, diese Erfolgsfaktoren in ihren Häusern zu bestimmen und aktiv zu steuern.

5.3 Forschungspartner/ -netzwerke

Wissenschaft:

- Prof. Dr. Bernd Rolfes (Duisburg/D)
- Prof. Dr. Michael Lister (Berlin/D)
- Prof. Dr. Reinhold Hölscher (Kaiserslautern/D)
- Prof. Dr. Christian Kahlhöfer (Cairo/EG)
- Prof. Dr. Claudia B. Wöhle (Krems/A)
- Prof. Dr. Joachim Hasebrook (Berlin/D)
- Prof. Dr. Ulrich Koch (Berlin/D)
- Prof. Dr. Stefan Kirmße (Berlin/D)
- Prof. Dr. Theresia Theurl (Münster/D)
- Prof. Dr. Peter Horváth (Stuttgart/D)
- Prof. Dr. Torsten Biemann (Köln/D)
- EACB European Association of Co-operative Banks

Praxis:

- Akademie Deutscher Genossenschaften (ADG)
- Evangelische Kreditgenossenschaft Kassel (EKK)
- Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR)
- Horváth & Partners Management Consultants

Forschungsteam

Betreute Promotionsprojekte in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Michael Lister

- Peter Schust : Designprinzipien von Weiterbildungseinrichtungen (Arbeitstitel)
- Katja Löhndorf (im Aufnahmeprozess) : Corporate Responsibility als Erfolgsfaktor für Banken (Arbeitstitel)

Betreute Promotionsprojekte in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Joachim Hasebrook

- Christian Wenning (im Aufnahmeprozess): Evaluation der Erfolgsbeiträge von Personalentwicklungen (Arbeitstitel)

5.4 Forschungsoutput 2009

Monographien:

- Bankentrends 21 – Ergebnisse der ADG-Trendstudie 2010 (gemeinsam mit Michael Lister); Erscheinungstermin Mai 2010.

Studien:

- Erfolgsfaktoren in Führungssystemen von Volksbanken Raiffeisenbanken (ADG-Forschungsstudie 2009)
- Trendstudie Vertriebsbank – Ergebnisse der ADG-Trendstudie 2010
- Trendstudie Produktionsbank – Ergebnisse der ADG-Trendstudie
- Trendstudie Steuerungsbank – Ergebnisse der ADG-Trendstudie
- Trendstudie Personal – Ergebnisse der ADG-Trendstudie

Ziel ist es, die Ergebnisse der Forschungen aus 2009/2010 zeitnah in einschlägigen Zeitschriften zu publizieren.

5.5 Forschungsplan 2010

Der Forschungsplan 2010 richtet sich nach den thematischen Schwerpunkten der ADG-Stiftungsprofessur.

Geplante Monographien

- Bankentrends 21 – Ergebnisse der ADG-Trendstudie 2011 (gemeinsam mit Michael Lister)

Geplante Beiträge in Fachzeitschriften

- Erfolgsfaktoren im Personalmanagement von Banken – High Performance Work Systems, High Commitment Work Systems und kundenorientiertes Personalmanagement im Vergleich
- Exzellenz im Personalmanagement – Ergebnisse einer branchenübergreifenden Erfolgsfaktorenstudie im Personalmanagement (gemeinsam mit Gerrit von der Hardt)
- Management von Liquiditätsrisiken in Genossenschaftsbanken (gemeinsam mit Michael Pohl)
- Innovative Wissensvernetzung und Wissensvermittlung (gemeinsam mit Gunter Nittbaur)

Geplante Beiträge in Sammelbänden

- Quo vadis Produktionsbank – Ergebnisse der ADG-Trendstudie Produktionsbank, in Halberg/Kipker (2010): Produktionsbank 2.0.

Geplante Studien:

- Entscheidungen unter Risiko in Wettbewerbssituationen – experimentelle Personalforschung (gemeinsam mit Torsten Biemann)
- Trendstudie Vertriebsbank 2011
- Trendstudie Produktionsbank 2011
- Trendstudie Steuerungsbank 2011

Erklärtes Ziel ist es, einen wissenschaftlichen Erkenntnisfortschritt zu erzielen, diese Ergebnisse erfolgreich zu publizieren und auf Basis der Ergebnisse die Erwartungen der Praxispartner in Form pragmatischer Umsetzungskonzepte und Handlungsempfehlungen zu erfüllen.

6 Prof. Dr. Stefan Kirmße

Lehrstuhl für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Bankmanagement

6.1 Forschungsziele

Der Lehrstuhl beschäftigt sich ganz grundlegend mit den strategischen Entwicklungen in der Finanzdienstleistungsindustrie. Dieses umfasst strukturelle und institutionelle Veränderungen, Entwicklungen in einzelnen Geschäftsfeldern wie Privat- und Firmenkundengeschäft oder Asset Management sowie Fragestellungen der Gesamtbanksteuerung.

6.2 Forschungsthemen

Derzeit stehen folgende Themen im Vordergrund der Forschungsaktivitäten:

- Neugestaltung der „Financial Architecture“ nach der Finanzkrise
- Neugestaltung der Wertschöpfungskette in der Finanzdienstleistungsindustrie vor dem Hintergrund von Erkenntnissen aus der Institutionenökonomie

6.3 Forschungspartner/ -netzwerke

- zeb/rolfes.schierenbeck.associates
zeb/ ist die größte auf die Finanzdienstleistungsindustrie spezialisierte Unternehmensberatung in Deutschland
- Universität Duisburg Essen
Mercator School of Management, Department of Accounting and Finance, Lehrstuhl Banking and Finance, Prof. Dr. Bernd Rolfes
- Bergische Universität Wuppertal
Lehrstuhl für Wirtschaftsprüfung und Rechnungslegung, Prof. Dr. Stefan Thiele

6.4 Forschungsoutput

Buchbeiträge

- Kirmße: Die Neugestaltung der Wertschöpfungs-kette als Ausgangspunkt von Rentabilitäten und Wachstum, in: Tietmeyer, Hans [u.a.]: Organisches Wachstum und Rentabilitätsmanagement. Wiesbaden: Gabler, 2008. – ISBN 978-3-8349-1162-9, S. 1-15
- Kirmße/Schierenbeck/Tegeder: Struktur und Prozesse einer Gesamtbanksteuerungsarchitektur, in: Schierenbeck/Kirmße/Rinker: Aktuelle Entwicklungen und Fragestellungen in der Banksteuerung. Frankfurt am Main: Knapp-Verl., 2007. – ISBN 978-3-8314-0805. (Managementreihe des zeb/; Bd. 1), S. 3-33

Mitwirkung bei Studien:

- zeb/ HR-Studie 2009: Herausforderungen und Perspektiven deutscher, österreichischer und schweizerischer Kreditinstitute im Personalmanagement

Beiträge in Fachzeitschriften:

- Henk/Kirmße: Bindeglied: Strategische Planung ist die elementare Verbindung, um die Strategie in eine potenzialorientierte Mittelfristplanung zu übersetzen, in Bankinformation, Nr. 11/09, S. 18-21
- Heitmann/Jansen/Kirmße: Basel II hält auch 2007 noch viele Sparkassen im Bann, in: Betriebswirtschaftliche Blätter 5/2007, S. 280-285
- Heitmann/Jansen/Kirmße: Viele Aufgaben, viele Chancen: Die Umsetzung von Basel II nutzen, in: Bankinformation 2/2007, S. 72-76

Beiträge in Sammelbänden:

- Managementreihe zeb/ Erscheinungsdatum Oktober 2010 Kirmße/Scheer: Aktuelle Studien zu den Entwicklungen und Perspektiven des Bankgeschäfts in Deutschland und Europa
Kirmße/Scheer: Banking in Europa – eine managementorientierte SWOT-Analyse

Vorträge:

- VBO Erfahrungsaustausch, Würzburg, Mai 2009 „Regulatorisches Kapital + ökonomisches Kapital“
- NRW Bank, Düsseldorf, September 2009 „Implications of the financial crisis for the European financial industry“
- Lehrstuhl Prof. Burghof, Hohenheim, Feb. 2010 „Chances and limits of active credit risk management“

- VBO Erfahrungsaustausch, Fulda, Mai 2010 “Methoden und Instrumente des strategischen Controllings – vom Text zur Zahl“
- Berliner Bankensymposium, Berlin, Mai 2010 „Herausforderungen für die Rentabilitätssteigerung im Kundengeschäft“
- BVR-Tagung, Bonn, November 2010 Podiumsdiskussion „Risikomanagement und Bankenregulierung: Welche Ansätze sind zukunftsfähig?“

7 Prof. Dr. Michael Lister

Lehrstuhl für Finanzen, Banken und Controlling

7.1 Forschungsziele

Die Aktivitäten des Lehrstuhls für Finanzen, Banken und Controlling folgen der Philosophie der entscheidungsorientierten BWL. Im Fokus der Forschung des Lehrstuhls steht die enge Verzahnung wissenschaftlicher Aktivitäten mit den Aufgaben und Arbeitsfeldern aus der Praxis. Zum einen soll im Rahmen normativ-theoretischer und empirischer Auseinandersetzungen wissenschaftliche Grundlagenforschung betrieben werden. Zum anderen soll diese Forschung immer darauf ausgerichtet sein, Entscheidungen in der unternehmerischen Praxis zu verbessern. Im Sinne der Steinbeis-Philosophie stehen der Wissens- und Knowhow-Transfer von der Forschung in die Praxis im Vordergrund.

7.2 Forschungsthemen

In der bankbetriebswirtschaftlichen Auseinandersetzung steht das Schierenbeck'sche Konzept des Ertragsorientierten Bankmanagements im Vordergrund. Diese für Kreditinstitute bereits in den 80er Jahren vorgestellte Controlling-Konzeption wurde in den vergangenen Jahren permanent weiterentwickelt. Noch lange sind nicht alle denkbaren Handlungsstränge endgültig erforscht. Vor dem Hintergrund aktueller Entwicklungen hinsichtlich der Ertrags- und Risikosituation der Kreditinstitute ergeben sich immer wieder neue Ideen, die durchleuchtet und weitergeführt werden müssen. Das hierzu von Schierenbeck verfasste Standardwerk „Ertragsorientiertes Bankmanagement“ wird von Schierenbeck und den Co-Autoren Lister und Kirmße am SMI-Lehrstuhl derzeit vollständig überarbeitet.

Das für Banken entwickelte Controlling-Konzept soll zudem auf Industrie- und Handelsunternehmen übertragen werden. Die Instrumente und Modelle des Bank-Controllings sind mindestens im finanzwirtschaftlichen Bereich problemlos auf andere Unternehmen anwendbar. Vor allem im leistungswirtschaftlichen Bereich besteht aber noch erheblicher Forschungsbedarf. Hier sind noch viele Lücken zu schließen, um das Controlling-Konzept für Industrie- und Handelsunternehmen zu vervollständigen.

Bis in die späten 90er Jahre hinein konnten sich die Themenbereiche Bankmanagement und Controlling auch ohne tieferegehenden portefeuille- bzw. kapitalmarkttheoretischen Hintergrund positionieren. Heute erscheint dies undenkbar. Daher wird im Bereich Finanzen versucht, die Brücke zwischen finanzierungstheoretischen Erkenntnissen und dem Bankmanagement sowie dem Controlling zu schlagen. Allerdings soll diese Brücke nicht zu einer Einbahnstraße werden. Vielmehr ist auch zu untersuchen, inwieweit die im Bankmanagement und Controlling gewonnenen Erkenntnisse sich auch auf das

Finanzmanagement übertragen lassen. So wurde in einem ersten Schritt am Lehrstuhl versucht, bankspezifische Vorgehensweisen der Cashflow-Steuerung im Treasury-Management von Unternehmen zu verwenden. Aus den drei großen Generalthemen ergeben sich naturgemäß kleinere Forschungsfelder, die von Jahr zu Jahr variieren. Aktuelle Forschungsschwerpunkte des Lehrstuhls sind:

Finanzierung:

- Schulden-Management für Unternehmen und Kommunen

Bankmanagement:

- Passive Zinsbuchsteuerung
- Produktivitätscontrolling
- Vertriebscontrolling
- Integration von bilanzieller, aufsichtlicher und controllingspezifischer Unternehmensführung
- Private Equity Konzeptionen für Genossenschaftsbanken
- Behavioural Finance in der Steuerung kleiner und mittelgroßer Kreditinstitute

Controlling:

- Periodische und barwertige Integration von Risiko und Rendite im Value Controlling
- Barwertorientiertes Rentabilitäts-Controlling mit Marktzinsmethode

7.3 Forschungspartner/ -netzwerke

Akademisch:

- Prof. Dr. Hartmut Bieg; Lehrstuhl für Bankbetriebslehre, Universität des Saarlandes
- Prof. Dr. Dr. h. c. Hermann Francke, Lehrstuhl für Finanzwissenschaft und Monetäre Ökonomie, Universität Freiburg
- Prof. Dr. Reinhold Hölscher, Lehrstuhl für Finanzdienstleistungen und Finanzmanagement, Technische Universität Kaiserslautern
- HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich (mit: Prof. Dr. Jaques Bischoff, Prof. Dr. Michael Grund, Frau Sabina Weber Sauser, Prof. Dr. Peter Statz).
- Prof. Dr. Christian Kalhöfer, Finance Department, German University in Cairo
- Prof. Dr. Thorsten Poddig, Lehrstuhl für Finanzwirtschaft, Universität Bremen
- Prof. Dr. Bernd Rolfes, Lehrstuhl für Banken und betriebliche Finanzwirtschaft, Mercator School of Management, Universität Duisburg-Essen
- Prof. Dr. Heinz Rehkugler; Lehrstuhl für Finanzwirtschaft und Banken, Universität Freiburg
- Prof. Dr. Henner Schierenbeck, Abteilung Bankmanagement und Controlling, Universität Basel

- Prof. Dr. Gerd Waschbusch, Lehrstuhl für Rechnungswesen und Finanzwirtschaft, Universität des Saarlandes
- Prof. Dr. Arnd Wiedemann, Lehrstuhl für Finanz- und Bankmanagement, Universität Siegen
- Prof. Dr. Claudia Wöhle, Lehrstuhl für Finanzdienstleistungen und Finanzmanagement, Universität Salzburg

Unternehmen:

- Akademie deutscher Genossenschaften, Montabaur
- Akademie Bayerischer Genossenschaften, Beilngries
- EOS KSI Inkasso Bad Rappenau
- RWGV Rheinisch Westfälischer Genossenschaftsverband, Münster und Forsbach
- WGZ Bank AG, Düsseldorf
- Fiducia, Karlsruhe
- KCRISK, Nürnberg
- zeb/, Münster

7.4 Forschungsprojekte 2009

Im Fokus der wissenschaftlichen Auseinandersetzungen in 2009 stand zum einen die Neukonzeption des ersten und zweiten Bandes des Buches „Ertragsorientiertes Bankmanagement“. Dieses Projekt wird voraussichtlich Ende 2010 abgeschlossen. Zum anderen wurden diverse Vorträge rund um das Thema „Finanzmarktkrise“ ausgearbeitet und gehalten. Dabei wurde untersucht, welche Konsequenzen sich für das Risikomanagement in Kreditinstituten ergeben und wie Unternehmen auf die Folgen der Krise reagieren können. Im Rahmen von Promotionen wurden verschiedene Themen bearbeitet:

- Dr. Markus Kudernatsch konnte 2009 seine Promotion erfolgreich beenden. Er promovierte an der Universität Basel mit dem Prädikat „magna cum laude“. Er bearbeitete das Thema „Kritische Analyse der passiven Zinsbuchsteuerung“. Dabei geht es um die Frage, wie eine passive Zinsbuchsteuerung überhaupt ausgestaltet werden kann und ob sie empirisch nachweisbar sinnvoll ist.
- Stefan Leippe hat die Arbeit an seiner Dissertation zum Thema „Schuldenmanagement in Unternehmen“ zum Jahresende abgeschlossen. Er entwickelte darin ein Konzept, mit dem das Problem des Cashflow-Transfers der leistungswirtschaftlichen Unternehmensbereiche an die finanzwirtschaftliche Seite gelöst und auf der finanzwirtschaftlichen Seite optimiert werden kann. Das Promotionsverfahren an der Steinbeis Hochschule Berlin läuft noch.

- Felix Lechner untersucht, ob es für kleine oder mittlere Genossenschaftsbanken sinnvoll sein kann, eigene, von der Zentralbank losgelöste Private Equity Gesellschaften zu gründen. Dazu sollen aus Sicht einer kleinen bzw. mittelgroßen Genossenschaftsbank mögliche wirtschaftliche Vor- oder Nachteile solcher Gesellschaften analysiert werden.
- Thomas Höbel ist im Promotionsstudium der Handelshochschule Leipzig eingeschrieben. Er möchte eine Arbeit zum Thema „Behavioural Finance in der Steuerung kleiner und mittelgroßer Kreditinstitute“ verfassen.
- Michael Steinmüller, der auch als Dozent an der SMI eingesetzt wird, beschäftigt sich mit dem Thema „Produktivitätsmanagement in Genossenschaftsbanken“.

7.5 Forschungsoutput

Veröffentlichungen:

Monographie:

- Kudernatsch, Markus: Konzeption einer passiven Zinsbuchsteuerung, Basel 2009 (Dissertation).

Aufsätze:

- Schierenbeck, Henner/Lister, Michael: Controlling in Kreditinstituten, in: Keuper/Schomann/Kosyk: Branchenorientierte Controllingkonzepte, Logos, Berlin (im Druck 2009).
- Lister, M./Steinmüller, M.: VaR und Risikotragfähigkeit nach MaRisk, in: Wimmer, K. (Hrsg.): MaRisk NEU, Handlungsbedarf in der Banksteuerung, Heidelberg 2009, S. 125 – 131.
- Lister, M.: Wege aus der Finanzkrise – Anpassungsbedarf im Risikomanagement der Kreditinstitute, in: Keuper, F.: Governance, Risk Management und Compliance – Innovative Konzepte und Strategien, Berlin 2010 (in Druck).

Vorträge:

- Finanzmarktkrise: Konsequenzen für das Risikomanagement, Fachtagung Controlling, Rheinisch-Westfälische Genossenschaftsakademie Münster, 17.03.2009.
- Crisis on the financial markets: consequences for the stressed relationship between lending institutions and borrowers, EOS Congress: Financial Markets 2009, Berlin, 15 and 16 October 2009.

7.6 Forschungsplan 2010

2010 wird die Überarbeitung des ersten und zweiten Bandes des Buches „Ertragsorientiertes Bankmanagement“ weiter fortgeführt. Die beiden Bände werden neu strukturiert und konzeptioniert. Neue Themen, wie bspw. Produktivitätsmanagement und Vertriebssteuerung werden integriert.

Die Promotion von Leippe soll in 2010 abgeschlossen werden. Die Projekte von Höbel, Lechner und Steinmüller sollen weiter entwickelt werden. Weitere Kandidaten sollen 2010 in das Promotionsprogramm eingeführt werden. Aus den Dissertationen von Dr. Nahr., Dr. Kudernatsch sowie aus dem Werk von Leippe sollen 2010 Aufsätze bei referierten Journals eingereicht werden.

Unter der federführenden Regie des Juniorprofessors Dr. Kring werden Trendstudien für Genossenschaftsbanken erstellt. Hierzu werden sowohl Präsentationen als auch Aufsätze verfasst.

Gemeinsam mit verschiedenen Kooperationspartnern wird am 31.05.2010 das erste Berliner Bankensymposium zum Thema Produktivitätsmanagement durchgeführt. Die Vorarbeiten hierzu haben bereits 2009 begonnen.

Lehrstuhl für Real Estate

Forschungsziele:

Der Lehrstuhl für Real Estate wurde erst im vierten Quartal 2008 gegründet. Er ist eng verzahnt mit dem ebenfalls neu gegründeten CRES Center for Real Estate Studies unter der akademischen Leitung von Prof. Dr. Michael Lister und Prof. Dr. Heinz Rehkugler. Auch hier steht die enge Verknüpfung von wissenschaftlichen Aktivitäten und der Lösung praxisnaher Anwendungsprobleme im Vordergrund. Die Forschung soll dazu beitragen, den bislang eher vernachlässigten Immobiliensektor wissenschaftlich weiter voranzutreiben. Allerdings stand 2009 noch die Institutionalisierung des Lehrstuhls sowie die Einführung von Bachelor- und Master-Studiengängen im Vordergrund, wodurch erhebliche Kapazitäten gebunden wurden. Ende 2009 ist es gelungen, die Drittmittelfinanzierung der Stelle eines wissenschaftlichen Mitarbeiters zu akquirieren. Drittmittelgeber ist der IVD. Zudem wurde die Einstellung eines weiteren wissenschaftlichen Assistenten eingeleitet. Beide Stellen wurden zwischenzeitlich mit Doktoranden besetzt, die Dissertationen zu immobilienwirtschaftlichen Fragestellungen verfassen werden.

Der Lehrstuhl ist integraler Bestandteil des gemeinsam von SMI und DIA (Deutsche Immobilienakademie Freiburg) gegründeten CRES Center for Real Estate Studies. In der Forschung sollen praxisrelevante Fragestellungen wissenschaftlich durchleuchtet werden, um die Entscheidungsqualität in der Immobilienwirtschaft zu verbessern. Demgemäß stehen die Ansätze der entscheidungsorientierten BWL im Vordergrund aller Aktivitäten. Die Vermittlung von fundiertem theoretischen und praktischen Wissen über Immobilienmärkte, Immobilienprodukte und dem Management von Immobilienunternehmen, die Entwicklung von modernen Instrumenten zur Steuerung von Immobilien und Immo-

lienunternehmen und die Optimierung von Management- und Entscheidungsprozessen in Immobilienunternehmen stehen im Fokus der Lehrstuhlaktivitäten.

Forschungsthemen

Die Finanzkrise hat eindrucksvoll bestätigt, wie eng die Immobilien- und Finanzmärkte miteinander verflochten sind. Vor diesem Hintergrund soll sich die Forschung an den komplexen Wertschöpfungsketten von Immobilien orientieren und dabei immobilienpezifisches Know-how wie Projektentwicklung, Bewertung und Asset-Management ebenso wie rechtliche, bilanztechnische und finanzwirtschaftliche Komponenten berücksichtigen. Ziel ist es, die Verbindung von Immobilienmärkten auf der einen und den Geld- und Kapitalmärkten auf der anderen Seite im Rahmen wissenschaftlicher Projekte zu durchleuchten und weiter voranzutreiben.

Forschungspartner/-netzwerke

- CRES Center for Real Estate Studies
- Deutsche Immobilienakademie (www.dia-freiburg.de)
- Immobilienverband Deutschland (www.ivd.net)
- Prof. Dr. Dr. h. c. Hans-Hermann Francke, Universität Freiburg
- Prof. Dr. Harald Nitsch, DHBW Mannheim
- Dr. Felix Schindler, ZEW Mannheim
- Prof. Dr. Heinz Rehkugler, Universität Freiburg
- Immonet GmbH (www.immonet.de)

Forschungsplan 2009

2009 wurden für verschiedene immobilienwirtschaftliche Tagungen Vorträge entwickelt. So wurde untersucht, von welchen Faktoren das Rating von Immobilien und Immobilienunternehmen abhängt, welche Zusammenhänge zwischen beiden Bereichen bestehen und wie Immobilienunternehmen das Rating beeinflussen können. Hieraus aufbauend wurden die aufgrund der Finanzmarktkrise veränderten Finanzierungsmöglichkeiten von Immobilienunternehmen untersucht. Zudem wurde aufgezeigt, wie finanzielle Engpässe umschifft werden können.

Für ein Sachverständigen-Kolloquium wurde theoretisch analysiert, wie bei den in der Immobilienwirtschaft immer häufiger angewendeten DCF-Verfahren ein risikoadjustierter Kalkulationszins ermittelt werden sollte und welche Probleme sich in der praktischen Anwendung daraus ergeben.

Aufsätze:

- Lister, M: Strategien für das eigene Immobilienunternehmen: Mein Weg zum Triple A-Rating, in AIZ, Heft 10/2009; S. 46 – 50.

Vorträge:

- Strategien für das eigene Immobilienunternehmen: Mein Weg zum Triple A (AAA)-Rating, Deutscher Immobilientag des IVD, 14./15.05.2009.
- Finanzmarktkrise: Konsequenzen für die Finanzierung von Immobilien und Immobilienunternehmen, 40. Freiburger Immobilien-Fachseminar: Immobilienwirtschaft im Gespräch, Deutsche Immobilienakademie Freiburg, 14.04.2009.
- DCF-Verfahren in der Immobilienbewertung: Das Problem der Auswahl des „richtigen“ Kalkulationszinses, Deutsches Immobiliensachverständigen Kolloquium, Berlin, 14.07.2009.

Forschungsplan 2010

2010 sollen verschiedene Projekte bzw. Themen bearbeitet werden:

- Controlling in Immobilienunternehmen: Die bereits 2009 gestartete Auseinandersetzung wird weiter fortgeführt. Aufbauend auf einem anonymisierten Datensatz zu Bilanzdaten von Immobilienunternehmen werden diese extrem heterogenen Firmen zunächst kategorisiert. Danach werden für die letzten Geschäftsjahre im Rahmen einer Bilanzanalyse Rentabilität und Risiko von Immobilienunternehmen untersucht. Mit Hilfe der dabei gewonnenen Erkenntnisse wird das Konzept eines kennzahlenorientierten Controllings für Immobilienunternehmen entwickelt.
- Kalkulation von Immobilieninvestitionen: Anlässlich des Jahrestages 2010 des IVD soll ein Konzept entwickelt werden, mit dem Immobilienunternehmen auf einfache Art und Weise, aber trotzdem die wesentlichen Komponenten erfassen Immobilieninvestitionen bewerten können. Es soll also weniger wissenschaftliches Neuland betreten werden. Vielmehr sollen bekannte Verfahren übertragen werden.
- Auswahl des „richtigen“ Kalkulationszinses für Immobilien in den DCF-Verfahren:
In der Immobilienwirtschaft, insbesondere in der deutschen, wird bei Diskontierungen vor allem auf den Liegenschaftszins zurückgegriffen. Der Liegenschaftszins ist aber kein theoretisch sauber hergeleiteter Kalkulationszins, sondern eigentlich nur ein am Markt beobachteter Wert. Hier stellt sich die Frage, inwieweit aus den kapitalmarkttheoretischen Konzepten objektiv richtige, risikoadjustierte Kalkulationszinsen abgeleitet werden können.
- Auswertung von Immonet Daten: Im Rahmen der Kooperation mit der Immonet GmbH werden gemeinsame Projekte definiert. Ziel wird es sein, den großen Datenbestand der Immonet GmbH auszuwerten und Schlussfolgerungen für den Immobilienmarkt bzw. die dort handelnden Personen zu ziehen.

8 Prof. Dr. Dr. Sabine Meck

Lehrstuhl für Finanzpsychologie und -soziologie
an der SMI Steinbeis-Hochschule Berlin



8.1 Zielsetzung

Am Lehrstuhl wollen wir zum einen *im weiteren Sinne* dazu beitragen, die menschliche Persönlichkeit mit wissenschaftlichen Methoden zu erforschen.

Erforscht werden Aspekte der Persönlichkeit (Einstellungen, Werthaltungen, Entscheidungen) in ihrer Beziehung zum Finanzsystem; Investmentstile in Beziehung zu Persönlichkeitsausprägungen; Werthaltungen und Moral im Persönlichkeits- und Finanzsystem; ethisches Handeln; persönlichkeitsbildende Maßnahmen zur Prävention und Therapie von Stress und Burnout sowie Copingstrategien; Glück/Zufriedenheit und Wohlbefinden in ihrer Abhängigkeit zum Erfolg; sowie – außerhalb der Persönlichkeitsforschung – die Wirkung von Kommunikation im Internet auf die Performance von börsennotierten Aktiengesellschaften.

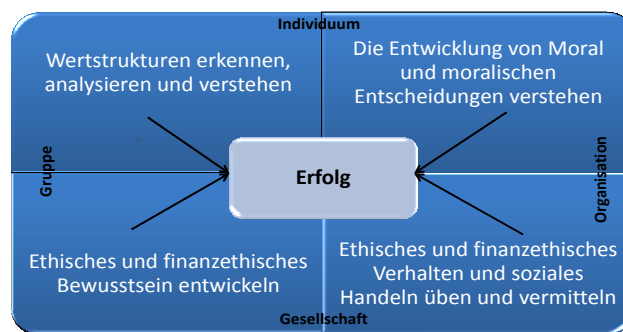
Die Erforschung erfolgt sowohl mit den Methoden der empirischen Sozialforschung als auch in praxisbezogenen Workshops. Übergeordnetes Forschungsziel ist, individuelle Verhaltensweisen und Handlungen in ihren Ursachen und in ihrer Beziehung zu verschiedenen Systemen (so Finanzsystem) zu erkennen und zu erklären. Daraus können Handlungsanleitungen für die Praxis sowie Strategien für eine erfolgreiche Lebens- und Umweltbewältigung abgeleitet werden.

8.2 Forschungsthemen und Projekte

- Werthaltungen und Einstellungen gegenüber Geld: Dieses Thema wurde bislang lediglich im englischsprachigen Raum wissenschaftlich untersucht. Grundlage unseres Projekts bildet eine quantitative Befragung von Privat- und institutionellen Investoren (derzeit N ca. 700) auf Hauptversammlungen und Anlegermessen. Angestrebt wird eine für die genannte Stichprobe repräsentative Untersuchung. Die Befragung erfolgt mittels eines 10-seitigen Fragebogens zum Selbstausfüllen sowie einem Onlinefragebogen.

Die Ergebnisse sind die empirische Basis für eine Dissertation sowie für weitere Fachaufsätze. Die Feldarbeit wird im Sommer 2010 abgeschlossen sein.

- Wertorientiertes Investment in Immobilien:
Inhaltsanalyse der Geschäftsberichte von Berkshire Hathaway und Analyse des wertorientierten Investmentstiles.
- Finanzethik:
Finanzethik soll in Lehre und Forschung vertreten sein. Dabei lassen sich die Ziele dieses Forschungsstranges wie folgt grafisch darstellen:



- Finanzethik:
Finanzethik soll in Lehre und Forschung vertreten sein. Dabei lassen sich die Ziele dieses Forschungsstranges wie folgt grafisch darstellen:
- Ethik – Coaching in menschenrechtsorientierten Projekten:
Begleitung einer qualitativen Befragung von Müttern halbkoreanischer Kinder aus der DDR. Die Ehemänner und Väter studierten in den 50er und 60er Jahren in der DDR und wurden währenddessen gewaltsam nach Nordkorea zurückbefohlen. Es handelt sich um biografische Studien. Zwangsarbeiter und Euthanasie in Berlin Buch. Begleitung einer Studie.

8.3 Forschungspartner/ -netzwerke

Mitarbeiter

- Dana Willett (Diplom-Soziologin, Mediation, Assistenz in allen Projekten)
- Martin Gorczinski (Internet, EDV, Befragungen)
- Wie von der Deutschen Forschungsgemeinschaft angeregt, beschäftigen wir zeitweise Schüler als Praktikanten, um sie an wissenschaftliches Arbeiten heranzuführen

Doktoranden

- Patrick Brenske, geplanter Promotionsaustauschprogramm mit der Erasmus Universität Rotterdam

Kooperationen

- Prof. Dr. Frank E. Zschaler, Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt
- Fakultät für Wirtschafts- und Sozialgeschichte
- Rotterdam School of Management of the Erasmus University
- Department of Organization and Personnel Management
- PhD Frits van Engeldorp Gastelaars
- Deutscher Journalistenverband
- Arbeitskreis evangelischer Unternehmer
- Zentrum für Value Investing e.V.
- Unternehmen (Immobilien und Pharma)
- Aufsichtsratsmandate, Investor Relations

8.4 Forschungsplan 2010

- Tagung (Vorbereitung): Ethik, Werthaltigkeit und Nachhaltigkeit im Finanzsystem, 3. und 4. September 2010, Prof. Dr. Dr. Sabine Meck/Dana Willett
- Herausgabe eines Tagungsbandes zu dem oben erläuterten, geplanten Kongress.
- Vortrag im Mai 2010: Friedrich-Ebert-Stiftung: Glück und Wohlstand – ein ungleiches Paar?
- Errichtung eines Forschungsschwerpunktes zur Finanzethik:
Die oben erwähnte Tagung versteht sich auch als Vorkonferenz für ein zunächst mittel-, vielleicht auch längerfristig angelegtes Verbundforschungsprojekt zwischen der Steinbeis-Hochschule SMI Berlin, der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt sowie der Erasmus-Universität Rotterdam, an das sich noch weitere deutsche und internationale Forschungseinrichtungen anschließen können.
- Angebot von Lehrveranstaltungen im Forschungsgebiet Finanzethik:
Betreuung von Dissertationen, insbesondere Aufbau eines Promotionsaustausch-programmes mit der Erasmus-Universität Rotterdam.
- Weitere Auswertung des Forschungsprojektes „Einstellungen und Werthaltungen gegenüber Geld“.
- Angebot von Workshops und Praxisseminaren zu den Bereichen Wirtschaftsmediation, Stress und Burnout sowie Gelassenheit im Beruf.
- Die Wirkung von Investor Relations auf die Performance von börsennotierten Aktiengesellschaften.

9 Prof. Dr. phil. Dr. rer. pol. Helmut Schneider

Steinbeis-Hochschule Berlin
 School of Management and Innovation
 Lehrstuhl für Marketing und Dialogmarketing



Gürtelstraße 29A/30
 10247 Berlin
 Tel.: 030 293309 251
 h.schneider@steinbeis-smi.de

9.1 Forschungsziele

Dem Konzept der entscheidungsorientierten Betriebswirtschaftslehre folgend ist die Forschung des Lehrstuhls zunächst auf die Generierung von Erkenntnisfortschritt ausgerichtet, der anschlussfähig an praktische unternehmerische Fragestellungen ist. Die Relevanzfrage der Forschungsergebnisse wird allerdings nicht ausschließlich am Nutzen für die unternehmerische Praxis festgemacht, sondern auch am Problemlösungsbeitrag für gesellschaftlich relevante Fragestellungen. Die Marketingwissenschaft liefert mit ihrer Perspektive von wettbewerblichen Austauschprozessen ein Gedankengerüst, das in einer Vielzahl gesellschaftlich relevanter Fragestellungen einen messbaren Erkenntnisbeitrag zu leisten vermag. Neben der unternehmerischen und gesellschaftlichen Relevanz ist die Forschung auf den Dialog mit der wissenschaftlichen Community ausgerichtet, der vor allem über die Publikation in anerkannten Zeitschriften respektive Journals initiiert werden soll.

9.2 Forschungsthemen

Der am 1. Januar 2006 eingerichtete Lehrstuhl für Marketing und Dialogmarketing von Prof. Dr. Dr. Schneider ist Teil der „SVI-Forschungsplattform Dialogmarketing“ (Siegfried Vögele Institut). Im Kontext dieser Forschungsplattform befasst sich der Lehrstuhl insbesondere mit Fragen der Dialogmedien sowie des Dialogverhaltens. Diese werden aus drei unterschiedlichen Perspektiven untersucht. Aus diesen Sichtweisen bilden sich Schwerpunkte, welche in drei Kompetenzzentren organisatorisch und fachlich zusammengefasst werden. Das Kompetenzzentrum Nonprofit-Marketing befasst sich mit Themen des gesellschaftlichen Dialogs, während im Kompetenzzentrum Corporate Publishing der

mediale und persönliche Dialog bzw. im Kompetenzzentrum Türkei-Management der interkulturelle Dialog im Vordergrund stehen.

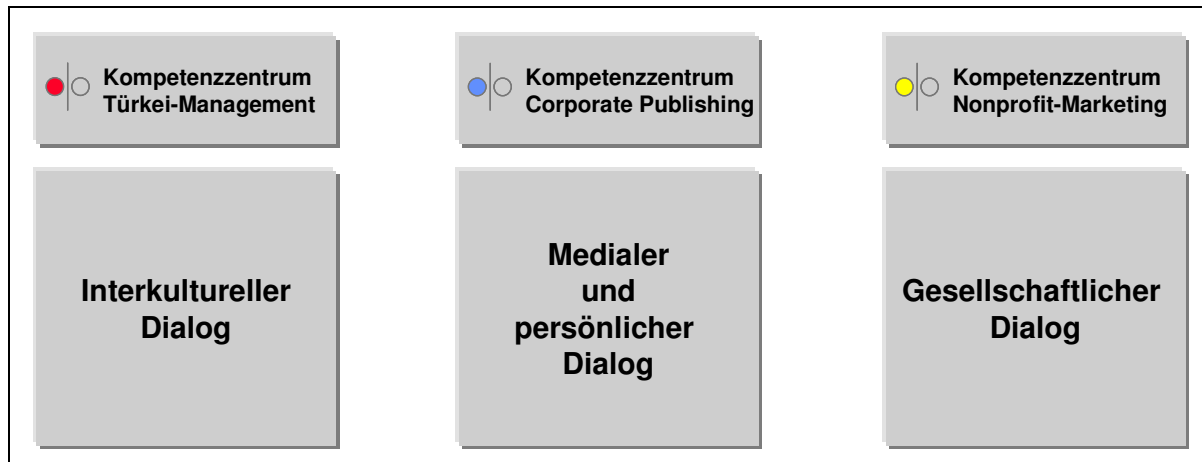


Abb. Kompetenzzentren

Interkultureller Dialog - Türkei-Management

Hintergrund des Kompetenzzentrums Türkei-Management ist die zunehmende Bedeutung, die der Berücksichtigung interkultureller Einflüsse auf das Marketing und Dialogmarketing von Unternehmen zukommt. Im Vordergrund stehen dabei die kulturellen Unterschiede zwischen Deutschen und Türken bzw. insbesondere auch in Deutschland lebender Türken. Neben einer länderübergreifenden Untersuchung zu Kaufentscheidungen von Familien mit türkischem Migrationshintergrund stellt das Thema Intercultural Interactive Marketing ein weiteres aktuelles Forschungsprojekt des Lehrstuhls im Kompetenzzentrum Türkei-Management dar. Zukünftig soll im Rahmen des Kompetenzzentrums ein Schwerpunkt auf der Analyse ethnischen Unternehmertums liegen.

Medialer und persönlicher Dialog - Corporate Publishing

Mit Medien der Unternehmenskommunikation beschäftigt sich der Lehrstuhl im Kompetenzzentrum Corporate Publishing. Ein wesentliches Instrument des Dialogmarketing im Rahmen des Corporate Publishing stellen Kundenzeitschriften dar, welche derzeit im Fokus des Forschungsinteresses stehen.

Gesellschaftlicher Dialog - Nonprofit-Marketing

Im Kompetenzzentrum Nonprofit-Marketing werden gesellschaftliche Fragestellungen aus einer marketingwissenschaftlichen Perspektive beleuchtet. Derzeitige Schwerpunktthemen sind die Partizipation von Kindern und Jugendlichen, die Vereinbarkeit von Beruf und Familie, Politikmarketing sowie die Kommunikation zwischen Bürgern und Exekutive auf Bundes- und Kommunalebene.

9.3 Forschungspartner/ -netzwerke

Partner aus der Wissenschaft

- Dialogmarketing Kompetenzzentrum, Universität Kassel
- Marketing Centrum Münster, Westfälische Wilhelms – Universität Münster
- Deutschsprachige Abteilung für Betriebswirtschaftslehre der Marmara Universität, Istanbul
- Faculty of Business Administration, Bilkent University, Ankara
- Universität Lille Nord de France
- Lehrstuhl für Marketing, Zeppelin Universität, Friedrichshafen
- Juniorprofessur für Internationales Marketing, ESCP, Berlin

Partner aus der Wirtschaft

- Siegfried Vögele Institut (SVI)
 Stifter der Professur ist das Siegfried Vögele Institut (SVI). Das SVI, internationale Gesellschaft für Dialogmarketing mbH und Tochter der Deutschen Post AG, untersucht die Wirksamkeit von Dialog-Kampagnen. Aus den Ergebnissen von Augenkamera-Tests und zielgruppenspezifischen Befragungen werden konkrete Optimierungs-Empfehlungen abgeleitet. Die SVI Dialog Forschung flankiert diese Arbeit durch innovative Studien, deren Inhalte auch direkt in die vielfältigen Seminar-Programme der Dialog-Akademie einfließen.
- Hertie-Stiftung
 Im Auftrag der berufundfamilie gGmbH, einer Initiative der gemeinnützigen Hertie-Stiftung, werden am Lehrstuhl die betriebswirtschaftlichen Wirkungen familienbewusster Personalpolitik analysiert.
- Deutsche Post AG
 Im Auftrag der Deutschen Post AG wird die Fragestellung der interkulturellen Dialogkommunikation mit besonderem Schwerpunkt auf dem Kommunikationsverhalten der Konsumenten in der Bundesrepublik Deutschland mit türkischem Migrationshintergrund unter soziologie- und marketingspezifischen Gesichtspunkten untersucht. Darüber hinaus ist die Deutsche Post Projektpartner im Kontext von Fragestellungen der Kommunikation im Öffentlichen Sektor.
- Audi AG
 In Kooperation mit der Audi AG werden Fragestellungen im Kontext des After-Sales-Services der Automobilbranche beleuchtet.

9.4 Forschungsprojekte 2009

Determinanten der Allokationsentscheidungen von Kommunikationsbudgets

Die deutsche Werbeindustrie hat im Jahr 2008 ca. 30,7 Mrd. € umgesetzt. Dies entspricht in etwa 1,2 % des Bruttoinlandsprodukts und ca. 9 Prozent des Umsatzes in der Automobilindustrie, des umsatzstärksten deutschen Industriezweiges. Dieser hohen wirtschaftlichen Relevanz zum Trotz, gibt es bislang keine umfassenden wissenschaftlichen Erkenntnisse zum Prozess der Entscheidungsfindung bei der Allokation von Kommunikationsbudgets sowie zu den Möglichkeiten der Beeinflussung dieses Prozesses. Übergeordnete Zielsetzung des Forschungsprojektes ist es daher, ein besseres Verständnis des Entscheidungsprozesses im Kontext der Allokation von Kommunikationsbudgets zu schaffen. Untersucht wird, wie der Entscheidungsprozess bei der Allokationsentscheidung von Kommunikationsbudgets strukturiert ist und welche Personen bzw. Personengruppen am Entscheidungsprozess beteiligt sind. Darüber hinaus sollen Determinanten bestimmt werden, die das Ergebnis des Entscheidungsprozesses der Budgetallokation beeinflussen. Zur Analyse dieser unterschiedlichen Untersuchungsgegenstände wurde ein mehrstufiges Vorgehen verwendet, welches Ende 2007/Anfang 2008 mit einer qualitativen Studie begann. Aufbauend auf den Ergebnissen dieser Studie und weiteren literaturbasierten Erkenntnissen wurde ein empirisches Design für die weiterführende quantitative Untersuchung entwickelt. Die quantitative Untersuchung erfolgt im Rahmen eines Online-Experimentes mit Marketing-Managern und Marketing-Managerinnen, die bereits an der Entscheidung über die Verteilung von Kommunikationsbudgets beteiligt waren. Im Rahmen des Experiments werden die Entscheidungsträger mit einer realistischen Entscheidungssituation, wie Sie auch innerhalb eines Unternehmens denkbar wäre, konfrontiert. Auf Basis dieser Entscheidungssituation sollen die Probanden anschließend eine Auswahl zwischen zwei Mediaplänen, einem mit hohem und einem mit niedrigem Mailinganteil am Kommunikationsbudget, treffen. Nach der Durchführung zahlreicher Pretests wurde das Design im dritten Quartal 2009 finalisiert und im vierten Quartal mit der Probandenakquise begonnen. Der Projektabschluss wird zum Ende des dritten Quartals des Jahres 2010 angestrebt.

Interkulturelles Dialogmarketing

Im Rahmen dieses Forschungsprojektes wurde am Beispiel eines Mailings für die türkischstämmige Zielgruppe ein Modell zur Analyse des Konsumenten- bzw. Kommunikationsverhaltens von Konsumenten mit Migrationshintergrund entwickelt. Die empirische Studie folgt einem zwei-stufigen Design. Im ersten Schritt wurden hundert türkischstämmige Konsumenten interviewt. Anhand der Akkulturation und des sozioökonomischen Status wurden drei Cluster gebildet. Anschließend wurde überprüft, ob sich die Cluster im Hinblick auf konsumrelevante Variablen (Einkaufsstättenwahl und Medienkonsum) unterscheiden.

Für die Hauptstudie wurden zunächst auf Basis von Expertenurteilen die experimentellen Manipulationen (Produkt, Sprache, Timing) identifiziert und konkretisiert. Anschließend wurden die Probanden der

ersten Untersuchungsstufe zu einem Studio-Test mit sechs kulturell manipulierten Mailings eingeladen. Derzeit werden die Daten dieser Untersuchungsstufe ausgewertet. Die Endergebnisse werden im Sommer 2010 veröffentlicht.

Betriebswirtschaftliche Effekte familienbewusster Personalpolitik

(gemeinsam mit Prof. Dr. Irene Gerlach)

Kerngegenstand der im Berichtszeitraum vorgenommenen wissenschaftlichen Tätigkeit war die systematische Weiterentwicklung der Messansätze betrieblichen Familienbewusstseins sowie eine Analyse des Bedarfs an familienbewussten Maßnahmen für Führungskräfte.

Aus forschungsökonomischen Gründen wurde im Kontext der Messung des betrieblichen Familienbewusstseins in vorangegangenen empirischen Untersuchungen primär auf die Gesamteinschätzung der Arbeitgeber rekurriert. Trotz der hohen Bedeutung einer bedarfsgerechten Ausgestaltung einer familienbewussten Personalpolitik, wurden damit einhergehend nur eingeschränkt umfassende Analysen zur Messung des betrieblichen Familienbewusstseins aus Sicht der Mitarbeitenden veröffentlicht. Besonderer Schwerpunkt lag daher in der Integration der Mitarbeiterperspektive in der Messung des betrieblichen Familienbewusstseins. In diesem Kontext wurde im zweiten Quartal eine Mitarbeiterbefragung zum betrieblichen Familienbewusstsein der DZ BANK durchgeführt, deren Ergebnisse Informationen über das Ausmaß und die Bedeutung der Vereinbarkeitslage sowie über das Familienbewusstsein aus Sicht der Mitarbeitenden lieferten. Zur Messung des betrieblichen Familienbewusstseins aus einer internationalen Perspektive wurde darüber hinaus ein an den berufundfamilie-Index angelehntes Befragungsinstrument konzipiert, das an die Rahmenbedingungen der Schweiz angepasst wurde. Im Rahmen einer empirischen Erhebung konnten so erstmalig grenzübergreifende, europäische Benchmark-Daten generiert werden.

Das FFP hat darüber hinaus in enger Kooperation mit der berufundfamilie gGmbH eine Untersuchung unter 74 Unternehmen und 98 Institutionen zum Stand der familienbewussten Personalpolitik auditierter Unternehmen unter Führungskräften durchgeführt. Die Ergebnisse der durchgeführten Befragung wurden im Rahmen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der diesjährigen Zertifikatsverleihung der berufundfamilie gGmbH der interessierten Öffentlichkeit vorgestellt.

Dialogorientierte Regierungskommunikation

Angesichts des Facettenreichtums und der gestiegenen Bedeutung von Regierungskommunikation auf der einen Seite und einer bisher nur untergeordneten Rolle im wissenschaftlichen Diskurs auf der anderen Seite besteht die zentrale Zielsetzung des Forschungsprojektes in einer präzisen Konzeptualisierung und empirischen Erschließung des Untersuchungsgegenstandes im Rahmen einer Status quo Erhebung der Regierungskommunikation, die dazu beitragen sollen, die blinden Flecken der Theorie zu erhellen. Diese Zielsetzung wird in mehreren Teilschritten konkretisiert.

Auf Basis einer internationalen Literaturrecherche sowie sechs explorativen Experteninterviews erfolgte 2009 in einem ersten Untersuchungsschritt die Durchführung einer qualitativen Studie (Experteninterviews) unter 12 Sprechern von Bundes- und Länderministerien. Ziel dieser Untersuchungsstufe war eine erste Abschätzung des Kommunikationspotenzials, das sich unter anderem in der Intensität und Häufigkeit der Kommunikation, den Kommunikationskanälen und relevanten Zielgruppen unterschiedlicher Kommunikationsinstrumente widerspiegelt. Das Ergebnis ist eine erste umfassende empirische Darstellung der definierten Untersuchungskategorien, die das Untersuchungsfeld Regierungskommunikation empirisch greifbar machen. Im Zentrum steht hierbei der Produzent der Regierungskommunikation: Sprecherinnen und Sprecher der Bundes- und Länderregierungen. Die empirische Auswertung zeigte in diesem Kontext beispielsweise, dass die gegenwärtige Regierungskommunikation das Potenzial dialogorientierter Kommunikationsinstrumente, die die Beziehung zum Bürger pflegen und insgesamt zu einer Stärkung des bürgerlichen Diskurses in der Öffentlichkeit beitragen, noch nicht vollständig ausgeschöpft hat.

Die Ergebnisse wurden ausführlich in dem Arbeitspapier Nr. 2 des Lehrstuhls für Marketing und Dialogmarketing unter dem Titel „Regierungskommunikation. Konzeptionelle Grundlagen und Ergebnisse einer qualitativen Erhebung unter deutschen Bundes- und Länderministerien“ dokumentiert sowie im Rahmen des 4. wissenschaftlichen interdisziplinären Kongress für Dialogmarketing an der Universität Erlangen-Nürnberg (22.09.2009) der interessierten Öffentlichkeit vorgestellt.

Der Einfluss des Preisimages einer Einkaufsstätte auf die Preisbeurteilung (gemeinsam mit Ass.-Prof. Dr. Gölpinar Kelemci Schneider)

Die Preispolitik gilt in vielen Branchen als das bedeutendste Marketinginstrument. Dies spiegelt sich u.a. im Preiskampf von Anbietern wider, die durch die niedrigsten Preise Kunden zu gewinnen und/oder zu binden versuchen. Trotz teilweise aggressiver Preispolitik, oftmals gekoppelt mit einer auf Preissignale ausgerichteten Kommunikation, ist der günstigste Anbieter nicht immer der erfolgreichste. Das reale Kaufverhalten der Konsumenten widerspricht somit der Prämisse des homo oeconomicus und hebt die Postulate der ökonomischen Theorie aus. Vor diesem Hintergrund beschäftigt sich auch die Preisforschung zunehmend mit verhaltenwissenschaftlichen Fragestellungen mit dem Ziel, das beobachtbare Verhalten von Konsumenten durch die Erhellung der Vorgänge „im Inneren“ dieser zu erklären.

Ein Prozess, dessen Erklärung für Forschung und Praxis von größter Relevanz ist, ist die Encodierung objektiver Preise in Preisurteile („günstig“ – „teuer“), da Preisurteile als ausschlaggebend für Kaufentscheidungen gelten. Vor dem Hintergrund des in einer Vielzahl von Studien empirisch nachgewiesenen gering ausgeprägten Preiswissens und der daraus resultierenden Annahme, dass Konsumenten nicht auf Preisinformationen respektive Preisvergleiche zurückgreifen können, wird zunehmend davon ausgegangen, dass oftmals keine systematische, sondern eine heuristische, indikatorgeleitete Informationsverarbeitung zu Preisurteilen führt.

Trotz des in der Praxis zu beobachtenden, sich intensivierenden Einsatzes von Preisimages als Marketinginstrument, fehlen in der Wissenschaft bisher empirische Belege für die Wirksamkeit von Preisimages als Einflussvariable auf Preisurteile respektive Kaufentscheidungen. Vor diesem Hintergrund wurde eine erste experimentelle Untersuchung zur Bedeutung von Preisimages für Preisurteile durchgeführt. Die Ergebnisse belegen die Relevanz von Preisimages für Preisurteile einerseits und die Bedeutung von Preisimages für Kaufentscheidungen andererseits. Das auf Basis dieser Daten erstellte Manuskript befindet sich derzeit im Begutachtungsprozess.

Der Einfluss von Stimmungen auf die Zahlungsbereitschaft (gemeinsam mit Junior-Prof. Dr. Robert Wilken)

Die Messung der (wahren) Preisbereitschaft gehört zu den Schlüsselthemen im Marketing. Insbesondere in diesem Feld sind in den vergangenen Jahren in der Marketingwissenschaft große methodische Fortschritte gemacht worden, wobei der Streit um die richtige Methodik zur Messung der Preisbereitschaft als nicht endgültig entschieden angesehen werden muss. Interessant ist, dass in diesem breiten „Streit“ um die richtige Methodik zur Messung der Zahlungsbereitschaft, die Stimmung der Probanden unbeachtet geblieben ist, obgleich angenommen werden kann, dass dieser stark situative Parameter einen Einfluss auf die Zahlungsbereitschaft ausübt. Wenn diese Annahme zutreffend ist, müsste Stimmung in die Messung von Zahlungsbereitschaften zumindest als Kontrollvariable integriert werden, um Aufschlüsse über die Stabilität der identifizierten Zahlungsbereitschaften zu erhalten. Der Einfluss von Stimmungen auf die Zahlungsbereitschaft wird dabei vermutlich von zwei Variablen moderiert. Erstens kann unterstellt werden, dass Menschen unterschiedlich empfindlich gegenüber ihren Stimmungen sind. Dieser Effekt wird in der Psychologie unter dem Stichwort „Openness to Feelings“ als Persönlichkeitsdeterminante diskutiert. Zweitens haben Gardner und Scott (1990) darauf verwiesen, dass die Beziehung zwischen Stimmung und Präferenz güterabhängig ist. Die Autoren unterscheiden in diesem Zusammenhang zwischen „feel good, feel bad und neutral products“. In 2009 wurde der empirische Teil des Forschungsprojektes abgeschlossen. Dazu wurde zunächst ein studentischer Pre-Test mit rund 400 Probanden durchgeführt, der erste Indikationen für den Einfluss von Stimmungen auf die Zahlungsbereitschaft in Abhängigkeit der Stimmung lieferte. Daran anknüpfend wurden rund 300 Probanden in quasi-experimentellen Situationen untersucht. Die Stimmung der Probanden wurde dabei über drei unterschiedliche Abhandlungen manipuliert. Die Zahlungsbereitschaft für ein feel good product (Schokolade) sowie ein neutral product (Spülschwämme) wurde mittels des BDM-Mechanismus erhoben. Erste Auswertungen zeigen, dass Stimmungen die Zahlungsbereitschaft beeinflussen, der Effekt wie erwartet von der Art des Produktes moderiert wird. Derzeit befindet sich das Projekt in Publikationsvorbereitung.

After Sales Services

Mit Serviceangeboten zur Erhaltung eines langlebigen Gebrauchsgutes, sog. Kundendiensten, erzielen die Hersteller dieser Güter einen wesentlichen Anteil ihres Geschäftserfolgs. Neben hoher Rentabilität wird After Sales Services auch ein hohes Potenzial zur Differenzierung gegenüber Wettbewerbern und zur Bindung von Kunden zugeschrieben. Insbesondere in wirtschaftlich schwierigen Zeiten erweist sich das Kundendienstgeschäft für die Hersteller als bedeutsam, da es rückläufige Erträge in den Primärproduktmärkten zumindest teilweise kompensieren kann.

Im Rahmen des Forschungsprojektes wird das Geschäftsfeld der After Sales Services am Beispiel der Automobilindustrie – insbesondere des Projektpartners AUDI AG - untersucht. Eine Datenanalyse zeigte, dass für Automobilhersteller im After Sales erhebliche unausgeschöpfte Potenziale bestehen. Besonders auffällig ist, dass die Nachfrager mit steigendem Fahrzeugalter vermehrt den Kundendienst herstellereingebundener Anbieter in Anspruch nehmen. Auf Basis dieser Erkenntnisse ist es das Ziel des Forschungsvorhabens, ein Erklärungsmodell der Kundenbindung in Kundendienstmärkten zu entwickeln, woraus Gestaltungsempfehlungen für die Herstellerseite abgeleitet werden sollen. Dazu wurden Kundendienste aus der Perspektive des Systemgeschäfts analysiert, welches die Anforderungen an Kundendienste für sich im Zeitablauf verändernde Gebrauchsgüter abbilden kann. Damit konnte ein theoretischer Bezugsrahmen gefunden und erste wesentliche Einflussfaktoren auf das Verhalten der Nachfrager identifiziert werden.

Kommunale Bürgerkommunikation

Die Kommunen in Deutschland sind mit einer Vielzahl tiefgreifender struktureller Veränderungen konfrontiert. Zum einen sind die kommunalen Verwaltungen intern durch fachliche Zersplitterung und den damit verbundenen ineffektiven Entscheidungsmechanismen geprägt. Hieraus resultiert ein akuter Veränderungsbedarf, der durch die gegenwärtige Finanzkrise vieler kommunaler Haushalte verstärkt wird. Zum anderen verändern sich externe Parameter. Insbesondere der Standortwettbewerb zwischen den Kommunen intensiviert sich. Dabei wird nicht mehr nur um die Ansiedlung von Unternehmen und um Touristen konkurriert. Vermehrt gerät die Ansiedlung von Bürgern in den Fokus. Durch gesellschaftliche Entwicklungen wie den demografischen Wandel wird der Handlungszwang für die Kommunen im Wettbewerb um die Ansiedlung potenzieller Einwohner verschärft. Essenzieller Bestandteil zur Generierung eines Wettbewerbsvorteils ist eine zielgerichtete Kommunikation zwischen Bürgern und Kommune. In der Praxis zeigt sich jedoch, dass die kommunale Bürgerkommunikation eher statisch ausgerichtet ist und sich bislang kaum an die neuen Veränderungsprozesse anpasst.

Ziel des in Kooperation mit der Deutschen Post durchgeführten Forschungsprojektes ist es, ein besseres Verständnis der Abläufe und Ziele kommunaler Bürgerkommunikation zu generieren. Aufbauend auf der Analyse des Kommunikationspotenzials der Kommunen sollen Kommunikationsmedien im Umfeld der kommunalen Bürgerkommunikation analysiert werden. So sollen Hinweise zur Steigerung der Effektivität und Effizienz der kommunalen Bürgerkommunikation abgeleitet werden, um Marke-

tingkonzepte zur Bürgergewinnung und -bindung zu entwickeln. Hierzu hat sich der Lehrstuhl im dritten Quartal 2009 mit zwei wissenschaftlichen Mitarbeitern verstärkt.

Kerngegenstand der wissenschaftlichen Tätigkeit in 2009 war die präzise theoretische Erschließung der Kommunikation zwischen Kommunen und Bürgern. Hierzu wurden zunächst wissenschaftliche Suchräume aufgespannt und erste theoretische Erkenntnisse abgeleitet. Anschließend wurden die theoretischen Rahmenbedingungen der kommunalen Bürgerkommunikation hergeleitet. Daraus ergab sich die Notwendigkeit einer interdisziplinären Forschungsbetrachtung unter besonderer Berücksichtigung einer multidimensionalen Betrachtungsweise. Diese manifestiert sich in den differenzierten Kommunikationsrollen sowohl auf Kommunen- als auch auf Bürgerseite. Diese Rollen wurden anhand einer Metaanalyse hergeleitet und durch die Analyse der Kommunikationsstränge und deren Besonderheiten miteinander verknüpft. Finalisierend konnte ein Modell der kommunalen Bürgerkommunikation aufgestellt werden, welches die Grundlage für weitere Forschungsbemühungen darstellt. Im Rahmen eines Arbeitspapiers, das im ersten Quartal 2010 fertig gestellt wird, werden diese Erkenntnisse zum Forschungsgegenstand kommunaler Bürgerkommunikation dokumentiert.

9.5 Forschungoutput

Publikationen

- Backhaus, K./Schneider, H.: Strategisches Marketing, 2. Aufl., Stuttgart 2009.
- Heinze, J.: Regierungskommunikation. Konzeptionelle Grundlagen und Ergebnisse einer qualitativen Erhebung unter deutschen Bundes- und Länderministerien – Arbeitspapier Nr. 2 des SVI-Stiftungslehrstuhls für Marketing und Dialogmarketing, Berlin, 2009.
- Schneider, H./Kelemci Schneider, G.: Situative Sortimentsgestaltung – eine feldexperimentelle Untersuchung zum Einfluss von Hunger auf das Kaufverhalten bei Lebensmitteln, in: Jahrbuch Vertriebs- und Handelsmanagement 2008/2009, Frankfurt am Main 2009, S. 215-234.
- Eberhardt, T./Kenning, P./Schneider, H.: On the validity of price knowledge measurements via self-assessment-scales – two studies in retailing, in: Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing, Vol. 17, 2009, No. 2, S. 93-103.
- Schneider, H./ Kenning, P./Hartleb, V./Eberhardt, T.: Implizites Preiswissen von Konsumenten – wirklich genauer als ihr explizites?, in: Marketing ZfP, 31. Jg., 2009, Heft 4, S. 219-233.
- Schneider, H./Gerlach, I./Heinze, J./Wieners, H.: Betriebliches Familienbewusstsein – geschlechts- oder qualifikationsgetrieben? Eine empirische Analyse des Familienbewusstseins deutscher Unternehmen unter besonderer Berücksichtigung der Geschlechts- und Qualifikationsstruktur der Beschäftigten, in: DBW – Die Betriebswirtschaft, 70. Jg., 2010, Heft 2 (im Druck).
- Gerlach, I./Schneider, H./Juncke, D.: Elternzeit und -geld als familienpolitische Instrumente: Entwicklung, Zielsetzung und empirische Befunde aus deutschen Unternehmen, in: Sozialer Fortschritt, 58. Jg., 2009, Heft 12, S. 273-282.

- Heinze, J./Schneider, H.: Dialogorientierte Regierungskommunikation, in: Dialogmarketing Perspektiven 2009/2010 Tagungsband 4. wissenschaftlicher interdisziplinärer Kongress für Dialogmarketing, Wiesbaden, S. 35-50 (im Druck).
- Schneider, H.: Dialog braucht Vertrauen und Glaubwürdigkeit, in: Die Dialog-Revolution: Aufbruch in ein neues Zeitalter der Kommunikation, Hamburg 2010, S. 34-41.

Vorträge

- Interkulturelles Marketing als Zukunftsperspektive für das Ethno-Marketing, Deutscher Ethno-Marketing Kongress, Berlin, 10. Februar 2009.
- Das Familienbewusstsein deutscher Unternehmen – Ausprägung und betriebswirtschaftliche Relevanz, Vortrag beim Mittelstandsbeirat des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie, Berlin, 18. März 2009.
- Schneider, H./Coskun, B./Kelemci Schneider, G.: Effects of the interaction between level of acculturation and societal development on family purchase decision-making among Turkish immigrants in Germany; a cross-cultural and cross-national study, International Conference on „Immigration, Consumption and Markets“, Universität Lille 2, 18. Mai 2009.
- Kelemci Schneider, G./Schneider, H./Coskun, B.: Role Allocation in the Family Purchase Decision Process – a Cross-Cultural Study between Turkish and German Families, EBES-Conference, Istanbul, 1. Juni 2009.
- Die Messung betrieblichen Familienbewusstseins: Von der Konzeptualisierung und Operationalisierung bis zur Reliabilitäts- und Validitätsprüfung, Methodenkonferenz der Deutschen Vereinigung für Politische Wissenschaft, Konstanz, 5. Juni 2009.
- Chancen und Grenzen des Kooperationsmarketing, Forum gelb, Stuttgart, 30. Juni 2009.
- Shareholder-Bewertung von Content, Magic Marketing Day, München, 9. Juli 2009.
- Betriebswirtschaftlicher Nutzen einer familienorientierten Personalpolitik, Hauptstadtkongresses der DGAI für Anästhesiologie und Intensivtherapie, Berlin, 18. September 2009.
- Heinze, J./Schneider, H.: Dialogorientierte Regierungskommunikation – Ergebnisse einer qualitativen Studie unter deutschen Bundes- und Landesministerien. Vortrag im Rahmen des 4. wissenschaftlichen interdisziplinären Kongress für Dialogmarketing an der Universität Erlangen-Nürnberg, 22. September 2009.
- Nutzen und betriebswirtschaftliche Effekte einer familienbewussten Personalpolitik für REWE als ein führendes Unternehmen im Lebensmittelhandel, Köln, 9. Oktober 2009.

Veranstaltungen

- Forschungsklausurtagung des Lehrstuhls, 29.09. – 03.10.2009, Neu Schönau
 Anfang Oktober 2009 weilte das gesamte Lehrstuhlteam zu einer Forschungsklausurtagung in Neu Schönau (Mecklenburg-Vorpommern). In dieser Zeit wurden neben den einzelnen Promotionsthemen der wissenschaftlichen Mitarbeiter auch aktuelle und geplante Forschungsprojekte besprochen. Darüber hinaus standen die Lehr- und Publikationsplanung 2010 sowie die Weiterentwicklung in den Kompetenzzentren im Vordergrund.
- 3. Deutscher Dialogmarketing-Kongress, 12. – 13.11.2009, Berlin
 Der Deutsche Dialogmarketing-Kongress ist ein exklusives Forum zur Förderung des Dialogs zwischen Führungskräften und Wissenschaftlern im Dialogmarketing. Durchgeführt wird die Veranstaltung vom Siegfried Vögele Institut (SVI) einer Tochtergesellschaft der Deutschen Post AG und den Lehrstühlen der SVI-Stiftungsplattform an den Universitäten Kassel und Münster sowie der Steinbeis-Hochschule Berlin. Nach den Veranstaltungen in Münster und Kassel fand der dritte Deutsche Dialogmarketing-Kongress 2009 in Berlin statt.
 Im Mittelpunkt des Kongresses stand das Thema „gesellschaftlicher Dialog“. Vor diesem thematischen Hintergrund diskutierten Vertreter aus Unternehmen und Non-Profit-Organisationen u. a. das Potenzial dialogorientierter Kommunikation für beispielsweise Parteien, Vereine oder Stiftungen, den Stand des Dialogmarketing im Nonprofit-Sektor und die Frage, was Unternehmen von erfolgreicher Dialogkommunikation der Nonprofit-Organisationen und vice versa lernen können.
 Input für den Dialog zwischen den Teilnehmern lieferte u. a. die Keynote von Sabine Wagner (Unicef Deutschland) zum Thema „Glaubwürdigkeit in der (Dialog-)Kommunikation“, die mit Michael Meeske (1. FC St. Pauli), Mathias Müller-Using (Nordpol) und Michael Siegert (Rechtsanwälte Siegert & Kollegen) besetzten Themeninseln sowie eine Podiumsdiskussion, in der sich Dominique Döttling (Döttling und Partner), Heinz-Hermann Herbers (Deutsche Post DHL), Harald Kling (gkk DialogGroup) und Dr. Johannes Meier (Xi GmbH) zu den Transferpotenzialen zwischen Unternehmen und Nonprofit-Organisationen hinsichtlich des Dialogmarketing austauschten.

Preise und Auszeichnungen

- Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Johann Löhn-Transferpreis der Steinbeis-Stiftung
 Im Rahmen einer feierlichen Abendveranstaltung am 26. September in Stuttgart wurde das Projekt „Steigerung des Kommunikationserfolges der PSD Bank Berlin-Brandenburg eG – Optimierung der Effektivität und Effizienz der Kundenzeitschrift ‚Geld + Gewinn‘ mit der höchsten Auszeichnung der Steinbeis-Stiftung prämiert. Auf Basis eines neu entwickelten Wirkungsmodells für das Dialogmarketinginstrument Kundenzeitschrift sowie der darauf aufbauenden em-

pirischen Überprüfung zentraler Wirkungsparameter und potenzieller Wirkungen von Kundenzeitschriften im Rahmen eines Feldexperiments mit 1.020 Teilnehmern konnten zum einen die Effektivität und Effizienz der Kundenzeitschrift ‚Geld + Gewinn‘ optimiert sowie allgemeine Implikationen für die Praxis getroffen werden. Zum anderen konnte aus wissenschaftlicher Sicht die Forschungslücke zur Wirkung und den Wirkungsparametern von Kundenzeitschriften zumindest partiell geschlossen werden.

Mit dem Lohn-Preis werden jährlich herausragende Projekte ausgezeichnet, die mit überdurchschnittlichem Erfolg zum Technologie- und/oder Wissenstransfer zwischen Wissenschaft und Wirtschaft beigetragen haben. Neben dem Transfererfolg und dem Transferpotenzial berücksichtigt die Jury bei der Auswahl auch die Qualität des Transferprozesses sowie das Zusammenwirken der beteiligten Projektpartner. Von Seiten des Lehrstuhls wurde die Auszeichnung von Professor Helmut Schneider, dem Projektleiter Jens Engelmann und Alexa Luksch sowie dem Direktor der SMI, Carsten Rasner entgegengenommen. Für den Praxispartner, die PSD Bank Berlin-Brandenburg eG, wurden Vorstandsmitglied Bernhard Soeken und Marketingleiter Tim-Enno Janssen auf die Bühne gebeten.

9.6 Forschungsplan 2010

Determinanten der Allokationsentscheidungen von Kommunikationsbudgets

Im ersten Quartal 2010 wurde die in 2009 begonnene Probandenakquise fortgesetzt. Die Auswertung der erhobenen Daten soll bis zum Ende des ersten Halbjahrs 2010 erfolgen. Die Ergebnisse der Untersuchung werden ausführlich im Rahmen einer Monographie diskutiert (Dissertation Ralf Kiene), in Form eines „Management Summary“ zusammengefasst sowie durch die Erstellung von Manuskripten zur Einreichung in wissenschaftliche Journals verwertet. Das Projekt „Determinanten der Allokationsentscheidung von Kommunikationsbudgets“ soll zum Ende des dritten Quartals 2010 abgeschlossen werden.

Interkulturelles Dialogmarketing

Die Auswertung der erhobenen Daten im Rahmen der zwei-stufigen empirischen Analyse wurde im Januar 2010 abgeschlossen. Die Ergebnisse der empirischen Untersuchung werden im Sommer 2010 als Monographie veröffentlicht (Dissertation Bilgen Coskun). Anschließend werden ein Management Summary und ein wissenschaftlicher Artikel geschrieben. Voraussichtlich wird das Projekt im Herbst 2010 abgeschlossen.

Vereinbarkeit von Beruf und Familie (gemeinsam mit Prof. Dr. I. Gerlach)

Im Jahr 2010 wird das FFP sein fünfjähriges Bestehen begehen. In diesem Rahmen ist geplant, in einem zweiten Sammelband die Ergebnisse der bisherigen Arbeit des FFP zu dokumentieren, indem in einem umfassenden Werk das Themenfeld betriebliche Familienpolitik bearbeitet wird. Der Band wird neben Ausführungen zur Messung betrieblichen Familienbewusstseins und zu betriebswirtschaftlichen Effekten von familienbewusster Personalpolitik u.a. grundlegende Beiträge zu Rahmenbedingungen und Perspektiven betrieblicher Familienpolitik geben. Geplant ist, das Buch parallel zu einer wissenschaftlichen Fachtagung erscheinen zu lassen, welche für den Spätsommer 2010 vorbereitet wird. Diese Fachtagung, die momentan unter dem Arbeitstitel „Unternehmen im Kontext der kommunalen Familienpolitik“ konzipiert wird, soll der Erweiterung des Forschungsgegenstandes dienen und gleichzeitig für die berufundfamilie Grundlagenarbeit hinsichtlich des Audits familiengerechte Kommune leisten. Darüber hinaus ist geplant, auf dieser Fachtagung die Gewinner des Wettbewerbs „Beste Examensarbeit“, den das FFP derzeit organisiert, zu prämiieren. Thematisch werden sich eingesandte Abschlussarbeiten mit der Vereinbarkeit von Beruf und Familie, betrieblicher Familienpolitik oder familienbewusster Personalpolitik beschäftigen. Der Wettbewerb soll an renommierten Instituten für Betriebswirtschaft und Politikwissenschaft ausgeschrieben werden. Generell steht aber Absolventen aller Fachbereiche die Teilnahme am Wettbewerb offen.

Ferner ist für 2010 vorgesehen, die Mitarbeiterperspektive weiterhin systematisch in die Forschungsarbeit einzubinden: In diesem Kontext stellt die Mitarbeiterbefragung bei der DZ BANK eine prototypische Untersuchung dar, welche erste Indizien bzgl. der Wahrnehmung betrieblichen Familienbewusstseins aus Beschäftigtensicht lieferte. Es werden weitere Mitarbeiterbefragungen angestrebt, die den Status der Einzelfallbefragung verlassen, um generalisierbare Aussagen treffen zu können. Dazu soll das Befragungsinstrument angepasst und möglichst in weiteren auditierten Unternehmen (und Institutionen) zur Anwendung kommen. Als möglicher Kooperationspartner konnte Evonik Industries AG gewonnen werden. Instrumentell wird eine Befragung angestrebt, die flächendeckend in auditierten Unternehmen (und Institutionen) eingesetzt werden kann und so möglicherweise als eigenständige Komponente im Auditierungsprozess Verwendung finden kann. Grundsätzlich strebt das FFP in Bezug auf die Analyse betriebswirtschaftlicher Effekte eine Neuauflage der Paneluntersuchung an. Die ersten diesbezüglichen Ergebnisse aus dem Jahr 2008 deuten darauf hin, dass Familienbewusstsein im Zeitablauf unterschiedlich starke Auswirkungen auf betriebswirtschaftliche Zielbereiche hat.

Neben den bereits verfassten Manuskripten ist darüber hinaus geplant, ein viertes Manuskript zu einer spezifischen Fragestellung im Kontext der betriebswirtschaftlichen Effekte einer familienbewussten Personalpolitik zu verfassen. Thematisch bezieht sich dieses Manuskript auf den Zusammenhang zwischen Familienbewusstsein und einer betriebswirtschaftlichen Kennzahl im Rahmen der Mitarbeitermotivation.

Der Einfluss von Stimmungen auf die Zahlungsbereitschaft (gemeinsam mit Junior-Prof. Dr. Robert Wilken)

Im ersten Quartal 2010 soll das entsprechende Manuskript eingereicht werden. Für das Jahr 2010 ist darüber hinaus eine Ausweitung der Untersuchung im internationalen Kontext vorgesehen. Dazu ist eine Kooperation mit der Marmara Universität Istanbul sowie der ESCP Europe, Campus Paris geplant.

Der Einfluss des Preisimages einer Einkaufsstätte auf die Preisbeurteilung (gemeinsam mit Ass.-Prof. Dr. Gülpinar Kelemci Schneider)

Nach dem Abschluss der Replikationsstudie in der Türkei, soll die empirische Untersuchung 2010 auch in Deutschland durchgeführt respektive erweitert werden.

Durch eine international angelegte Literaturrecherche soll das Preisimage dabei zunächst konzeptionell beleuchtet werden. Ziel des Literaturstudiums ist 1.) die theoretische Fundierung des Einflusses von Preisimages auf Preisurteile, 2.) die Identifikation von Variablen, die den Einfluss von Preisimages auf Preisurteile moderieren, 3.) die Ableitung von Hypothesen in Bezug auf 1.) und 2.) sowie 4.) die Identifikation und Auswahl von Möglichkeiten zur Operationalisierung der Konstrukte Preisimage und Preisurteil. Der Einfluss von Preisimages auf Preisurteile soll durch Laborexperimente im 3. Quartal 2010 analysiert werden. Die Durchführung mehrerer Experimente erscheint dabei erforderlich, da nicht nur der isolierte Zusammenhang zwischen den beiden Variablen, sondern auch der moderierende Einfluss situations- und konsumentenspezifischer Variablen berücksichtigt werden soll. An die Datenerhebung schließt sich die Datenauswertung sowie das Verfassen einschlägiger Manuskripte und einer Monografie an.

Dialogorientierte Regierungskommunikation

Aufbauend auf der internationalen Literaturanalyse wurde im Rahmen der explorativen Forschung in einem ersten Schritt eine vergleichsweise sensitive Forschungsmethode – das Leitfadeninterview – gewählt. Basierend auf den Gesprächen mit insgesamt 12 Experten der Regierungskommunikation auf Bundes- und Länderebene konnten erste Ergebnisse bezüglich zentraler Forschungsfragen generiert werden. Aus forschungsökonomischen Gründen war im Rahmen von persönlichen Experteninterviews eine Totalerhebung unter den deutschen Landesministerien jedoch nicht möglich. Damit der landespolitische Blickwinkel dennoch in die Untersuchung integriert werden kann, wird 2010 ein Fragebogen entwickelt, der zum Ziel hat, die Erkenntnisse der qualitativen Studie systematisch zu validieren (Hypothesenprüfung) bzw. durch neue Untersuchungskategorien anzureichern. Hierfür werden die empirischen Erkenntnisse der qualitativen Inhaltsanalyse in Hypothesen überführt und in Fragebogenitems operationalisiert. Zusätzlich werden zwei neue Untersuchungskategorien integriert, die zur explorativen Analyse des Selbstbildes der Landesministerien sowie zur Ausgestaltung der Dialogkomponente der Regierungskommunikation dienen.

Die Ergebnisse der qualitativen und quantitativen Analyse der Produktion von Regierungskommunikation werden in der dritten Untersuchungsstufe mit der Sicht der Bürger verknüpft. Hierfür wird angestrebt, im Rahmen eines Fokusgruppensdesigns insgesamt 60 Personen mit Hilfe eines teilstandardisierten Leitfadens zu befragen. Ziel ist es, eine explorative Analyse u.a. der Nutzung und Bewertung der Regierungskommunikation bzw. des Fremdbildes der Bundes- und Landesministerien aus Sicht der Bürger vorzunehmen. Abschließend werden vor dem Hintergrund des praktisch-normativen Anspruches des Forschungsvorhabens umfassende Implikationen für die Praxis und Wissenschaft abgeleitet. Dies erfolgt unter besonderer Berücksichtigung der integrativen Zusammenführung der empirischen Erkenntnisse, d.h. in der Verschränkung der Produktions- und Rezeptionsseite der Regierungskommunikation.

After Sales Services

Für dieses Forschungsprojekt, das im Rahmen einer dreijährigen Projekt-Kompetenz-Promotion mit dem Projektpartner AUDI AG bearbeitet wird, ist ein zweistufiger Ansatz geplant. Zunächst wird auf Basis des entwickelten theoretischen Bezugsrahmens eine Modellierung der Nachfrage nach After Sales Services angestrebt, welche bislang in der Literatur nicht vorhanden ist. Auf dieser Basis sollen wesentliche Einflussfaktoren des Nachfragerverhaltens identifiziert werden. Anschließend können die gefundenen Einflussfaktoren einer empirischen Prüfung unterzogen und zu einem Erklärungsmodell integriert werden. In einem zweiten Schritt kann das entwickelte Modell um verhaltenswissenschaftliche Aspekte, bspw. die Beziehung eines Kunden zu seinem Automobil und deren Einfluss auf die Nachfrage nach Kundendiensten, erweitert werden.

Insgesamt soll von dem Forschungsprojekt damit nicht nur ein wichtiger Impuls für die Theorie der Kundendienste und die Kundenbindungsforschung ausgehen, sondern gleichzeitig ein Beitrag zur Optimierung bestehender praktischer Ansätze der Kundenbindung des Projektpartners geleistet werden.

Ethnisches Unternehmertum (gemeinsam mit Dr. Orhan Kocagöz)

Im Forschungsjahr 2010 wird im Zusammenhang mit dem Kompetenzzentrum Türkei-Management ein neues Forschungsprojekt zum Thema "Ethnisches Unternehmertum" bearbeitet. Im angloamerikanischen Raum wird diesem Thema bereits seit einigen Jahrzehnten eine große Bedeutung beigemessen, wohingegen die Forschungsaktivitäten in Deutschland zu diesem Thema noch vergleichsweise begrenzt sind. Allerdings steigt das Interesse an diesem Thema, da Unternehmertum als Wachstumsmotor der Wirtschaft angesehen wird und die Zahl der Existenzgründer, die nicht in Deutschland geboren wurden oder deren Eltern aus anderen Ländern stammen, zunimmt. Zudem trägt das ethnische Unternehmertum bei ausländischen Mitbürgern dazu bei, Arbeitsplätze zu schaffen, Innovationsfähigkeit zu erhöhen, Armut zu verringern, einen höheren Lebensstandard zu generieren und die Integration insgesamt zu fördern. Um das gesamtwirtschaftliche Wachstum zu fördern, gilt es somit, handlungs- und wirtschaftspolitische Leitlinien für die Politik zu entwickeln, um in Deutschland ein freundli-

cheres Gründungsumfeld zu schaffen und die Anzahl tatsächlich erfolgreicher Unternehmensgründer zu erhöhen.

Im Rahmen des neuen Forschungsprojektes sollen vornehmlich türkische Unternehmer in Deutschland untersucht werden. Dies begründet sich einerseits darin, dass sie zu den am stärksten vertretenen Ethnien in Deutschland gehören, und andererseits die Anzahl der Selbstständigen im Vergleich zu anderen ethnischen Gruppen am größten ist.

Von besonderem Interesse ist in diesem Zusammenhang der Bereich der wissens- und technologieintensiven Dienstleistungen (WTI DL). Im Vergleich zu anderen Wirtschaftsbereichen können WTI DL einen hohen Wachstumsbeitrag leisten. In Deutschland zeigt sich, dass türkische Unternehmer im Vergleich zu anderen Gruppen in dieser Branche unterrepräsentiert sind. Daher sollen in diesem Forschungsprojekt einerseits die Gründe für eine Existenzgründung und andererseits die Determinanten von erfolgreichen Gründungsprozessen und langfristigem unternehmerischen Erfolg bei ethnischen Unternehmern in dieser Branche untersucht werden.

Das Forschungsprojekt sieht neben der Entwicklung eines theoretisch fundierten Modells ebenfalls dessen empirische Untersuchung vor. Im ersten Schritt sind dabei sowohl die Theoriefundierung, die Entwicklung des empirischen Designs der Studie, erste Tiefeninterviews und der Beginn der empirischen Untersuchung geplant. Möglicherweise findet das Forschungsprojekt Unterstützung seitens des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie.

Kommunale Bürgerkommunikation

Im Forschungsprojekt Bürgerkommunikation wird zur weiteren Erschließung des Forschungsgegenstands ein mehrstufiges Vorgehen angestrebt. Basierend auf den Erkenntnissen der theoretischen Analyse erfolgt zunächst eine systematische Erhebung des gegenwärtigen Status Quo der kommunalen Bürgerkommunikation. Dabei sollen die Qualität und Quantität der Kommunikation sowohl aus der Perspektive der Kommunen als auch aus der Perspektive der Bürger analysiert werden. Daran anschließend wird in der zweiten Stufe ein Abgleich der Kommunen- und Bürgerperspektive vollzogen. Die Kommunikationsgegebenheiten in den Kommunen werden mit den Kommunikationsanforderungen der Bürger in Verbindung gesetzt, um eventuelle Divergenzen zu identifizieren. Vor diesem Hintergrund sollen in der dritten Stufe des Forschungsprojektes, Optimierungspotenziale der Bürgerkommunikation für Kommunen hergeleitet und aufgezeigt werden. Hierzu sollen, unter Berücksichtigung von betriebswirtschaftlichen Modellen, Handlungsempfehlungen abgeleitet und durch die Implementierung in Modellkommunen auf ihr Erfolgspotenzial überprüft werden.

Im Jahr 2010 erfolgt anknüpfend an die Arbeiten des Vorjahres zunächst im ersten Quartal die Finalisierung des Arbeitspapiers. Daran anschließend wird Schwerpunkt der Forschungsarbeit sein, die qualitativen und quantitativen Kommunikationsgegebenheiten auf Seiten der Kommune zu erheben.

Aufgrund fehlender empirischer Ergebnisse werden hierzu gemäß forschungsgeleiteter Gütekriterien zunächst qualitative Studien mit einem explorativen Charakter zur Aufdeckung von ersten thesegenerierenden Erkenntnissen erhoben. Basierend auf dem bereits bestehenden Partialwissen wird zur Analyse der kommunikativen Einfluss- und Wirkungsfaktoren, Effektivitäts- und Effizienzbeurteilungen sowie Promotoren und Barrieren gegenwärtiger kommunikativer Maßnahmen die Methode des „Experteninterviews“ gewählt. Aufbauend auf der inhaltsanalytischen Auswertung der Befragung werden die Erkenntnisse in Hypothesen manifestiert und mittels einer quantitativen Untersuchung überprüft. Auf diese Weise werden die wesentlichen Ausprägungen der kommunikativen Maßnahmen in den deutschen Kommunen erfasst und Erkenntnisse zum gegenwärtigen Status der kommunalen Kommunikationslandschaft generiert. Neben der Analyse der Kommunikationsgegebenheiten von Seiten der Kommune werden im Rahmen des Projektes auch die Anforderungen der Bürger erforscht. Hierzu wird im Jahr 2010 zunächst die qualitative Analyse mittels Interviews forciert, um erste explorative Erkenntnisse zum Kommunikationsverhalten der Bürger abzuleiten, die im weiteren Verlauf des Forschungsprojektes kongruent zum Vorgehen auf Seiten der Kommunen quantitativ überprüft werden.

10 Prof. Dr. rer. pol. Marc Schomann

10.1 Forschungsziele

Die Forschungstätigkeit ist der strategischen und operativen Unternehmenssteuerung sowie deren Umsetzung mit Hilfe von IT-gestützten Werkzeugen gewidmet.

Das erste Forschungsziel der Juniorprofessur liegt in der Beantwortung der Frage, wie Planungs- und Steuerungsinstrumente in Unternehmen gestaltet werden müssen, um den heutigen und zukünftigen Anforderungen an die Unternehmenssteuerung gerecht zu werden. Dabei sind die folgenden Unterziele mit dem ersten Forschungsziel assoziiert. Im Rahmen der Realisierung dieses Forschungsziels soll ermittelt werden, welche Bedeutung die Konzepte des Performance Measurement und Controllings der Intangible Assets in einem idealtypischen Planungs- und Steuerungsinstrumentarium haben werden. Ebenso gilt es zu ermitteln, welche Eigenschaften Planungs- und Steuerungsinstrumente aufweisen müssen, um einen Beitrag zu einer erfolgreichen Unternehmenssteuerung leisten zu können.

Das zweite Forschungsziel widmet sich der Fragestellung, welchen Einfluss die IT auf das Controlling hat und zukünftig haben wird. Dabei soll analysiert werden, wie die IT-Unterstützung in der Unternehmenssteuerung deutscher Unternehmen aufgebaut ist und welche zukünftigen Anforderungen an die IT-Unterstützung gestellt werden. Ebenso soll ermittelt werden, wie umgekehrt das Controlling zu gestalten ist, um die Informationstechnologie im Unternehmen adäquat steuern zu können.

10.2 Forschungsthemen

Aus den Forschungszielen leiten sich drei Forschungsthemen ab, die im Folgenden beschrieben werden:

Das erste Forschungsthema der Juniorprofessur ist die umfassende Aufnahme, Analyse und Aufarbeitung der aktuellen Veröffentlichungen und Studien zum Performance Measurement und zum Controlling von Wissen und Intangible Assets.

Das zweite Forschungsthema liegt in der Gewinnung von konkreten Hinweisen für die Gestaltung einer zukunftsorientierten Unternehmenssteuerung. Am Beispiel von Unternehmen der konvergierenden TIME-Branche soll untersucht werden, wie die Unternehmenssteuerung instrumentell, organisatorisch und technologisch konzipiert und umgesetzt werden soll, um zum Unternehmenserfolg beitragen zu können.

Das dritte Forschungsthema ist dem Bereich IT und Controlling gewidmet. Zur Realisierung des zweiten Forschungszieles soll im Rahmen einer empirischen Untersuchung ermittelt werden, welche Anforderungen an eine IT-Unterstützung des Controllings erfüllt werden müssen. Es soll untersucht werden, inwieweit die derzeit verfügbaren Technologien und IT-Systeme in der Lage sind, die Anforderungen einer zukunftsorientierten Unternehmenssteuerung durch ihre betriebswirtschaftlichen und technischen Eigenschaften abzubilden. Des Weiteren sollen die zur Zeit diskutierten IT-Steuerungskonzepte wie einer kritischen Prüfung unterzogen werden.

10.3 Forschungspartner

Mitgliedschaften in Vereinen

- Internationaler Controller-Verein e.V.

Universitäre Zusammenarbeit

- Leuphana Universität Lüneburg, Fakultät II Wirtschafts-, Verhaltens- und Rechtswissenschaften, Prof. Dr. Sven Piechota

Zusammenarbeit mit der Industrie

- Festo Didactic GmbH & Co. KG
- SAP AG
- Xing AG

Zusammenarbeit mit der Beratungsbranche

- Audentia Management Consulting GmbH
- ESG Elektroniksystem- und Logistik-GmbH
- Deloitte Consulting

10.4 Forschungoutput

Mitthe Mitherausgeberschaften

- Modernes IT-Management – Management von IT und IT-gestütztes Management (gemeinsam mit Robert Grimm und Frank Keuper), Wiesbaden 2009.
- Modernes Versicherungs- und Finanzmanagement (gemeinsam mit Dieter Horn und Frank Keuper, Berlin 2009.

Sammelbandbeiträge:

- Chancen und Grenzen der Industrialisierung der IT (gemeinsam mit Stefan Röder), in: Keuper, F., Schomann, M., Grimm, R. (Hrsg.), Strategisches IT-Management, Wiesbaden 2008, S. 253–278.
- Quo vadis Balanced Scorecard Eine kritische Stellungnahme 17 Jahre nach Einführung (gemeinsam mit Stefan Röder), in: Brösel, G., Keuper, F. (Hrsg.), Medien und Controlling, Festschrift für Rolf Dintner zum 65. Geburtstag, Wiesbaden 2008, S. 31 – 70.
- Die Balanced Scorecard als Instrument zur Steuerung von Supply Chains (gemeinsam mit Klaus Zimmermann), in: Keuper F., Schomann, M., Kosyk, F. (Hrsg.), Controlling, Berlin 2008.
- Quo vadis Balanced Scorecard? – Eine kritische Stellungnahme 17 Jahre nach Einführung (gemeinsam mit Stefan Röder), in: Brösel, G., Keuper, F. (Hrsg.), Medien und Controlling, Festschrift für Rolf Dintner zum 65. Geburtstag, Berlin 2009, S. 31–70.

10.5 Forschungsplan 2010

Mitherausgeberschaften

- Innovatives IT-Management – IT-Management, Enterprise Performance Measurement und Business Intelligence (gemeinsam mit Klaus Zimmermann und Frank Keuper), 2. überarbeitete Auflage, Wiesbaden 2010 (erscheint 4/2010).
- Modernes Versicherungs- und Finanzmanagement (gemeinsam mit Frank Keuper und Dieter Horn, Berlin 2010 (erscheint 4/2010).

11 Prof. Dr. rer. pol. Werner Seebacher

11.1 Forschungsthemen

Zentrales Forschungsziel und Forschungsthema von Werner Seebacher ist die Entwicklung der Seebacher-Methode® zur Strukturierung und Vermittlung betriebswirtschaftlicher Zusammenhänge:

Im Rechnungswesen gibt es zwei zentrale Zusammenhänge, die das Grundgerüst für die Darstellung wirtschaftlicher Aktivitäten in einem Unternehmen bilden.

- Der erste Zusammenhang ist der Basis-Zusammenhang zwischen Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung.
- Der zweite Zusammenhang ist der zentrale betriebswirtschaftliche Gesamtzusammenhang, dargestellt durch die Komponenten Erfolgsplan, Finanzplan und Planbilanz.

In der Kombination der beiden Themenbereiche Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung sowie Erfolgsplan, Finanzplan und Planbilanz schließt sich der Kreis der Auswirkungen wirtschaftlicher Aktivitäten in einem Unternehmen bzw. erschließt sich der betriebswirtschaftliche Gesamtzusammenhang. Für diese beiden Themenblöcke wurde mit der Seebacher-Methode® eine spezielle Form der Inhaltsvermittlung erarbeitet. Es handelt sich dabei um eine Methode zur Strukturierung und Vermittlung der genannten grundsätzlich bekannten betriebswirtschaftlichen Inhalte, wobei die Strukturierung und die Art der Vermittlung einerseits sowie die Kombination der genannten Elemente andererseits eine Spezialität der Methode ausmachen.

Die Seebacher-Methode® spannt einen Bogen über die Auswirkungen wirtschaftlicher Aktivitäten auf die Aspekte Erfolg (Gewinn oder Verlust), Liquidität (Zahlungsfähigkeit) und Bilanz, über die zentralen betriebswirtschaftlichen Elemente Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Erfolgsplan, Finanzplan und Planbilanz, sowie über deren Entwicklung in zeitlicher Hinsicht – von der Vergangenheit über die Ist-situation (jeweils dargestellt durch Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung, gegebenenfalls auch Kapitalflußrechnung) zur Zukunft (dargestellt durch Erfolgsplan, Finanzplan und Planbilanz).

Im Zentrum sämtlicher Überlegungen steht immer das "Big Picture", der Gesamtzusammenhang bzw. die gesamtheitliche Darstellung wirtschaftlicher Aktivitäten in einem Unternehmen.

Der spezifische Ansatz der Seebacher-Methode® zeigt sich einerseits in der Kombination der betriebswirtschaftlichen Aspekte Erfolg, Liquidität und Bilanz, in der Verwendung der betriebswirtschaftlichen Elemente Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Erfolgsplan, Finanzplan und Planbilanz, sowie in der Berücksichtigung der Entwicklung des Unternehmens im Zeitverlauf.

Andererseits zeigt sich der spezifische Ansatz der Seebacher-Methode® in der Art und Weise der Strukturierung und Vermittlung dieser betriebswirtschaftlichen Inhalte und Zusammenhänge sowie in

der speziellen Art der Umsetzung eben dieser Inhalte und Zusammenhänge in Form von Zahlenbeispielen.

Der entscheidende Effekt der Seebacher-Methode® ergibt sich im Rahmen der Anwendung der Methode im Seminar bzw. im Rahmen der Strukturierung und Vermittlung der Inhalte. Betriebswirtschaftliche Zusammenhänge werden durch die Anwendung der Seebacher-Methode® wesentlich einfacher und vor allem wesentlich rascher verständlich und nachvollziehbar gemacht. Es wird durch die Anwendung der Methode rasch offensichtlich, dass für das Verstehen der Auswirkungen wirtschaftlicher Aktivitäten nicht punktuelle Details im Vordergrund stehen, sondern dass stets der Gesamtzusammenhang aller Auswirkungen der entscheidende Faktor für die Beurteilung wirtschaftlicher Aktivitäten ist.

12 Prof. Dr. Joachim Hasebrook

12.1 Forschungsprojekte 2009

- Im Rahmen der Fachtagung „Integriertes Kompetenzmanagement im Spannungsfeld von Innovation & Routine“ am 11.11.2009 in Frankfurt nahm dieses Teilprojekt mit einem eigenen Vortrag teil. Zu dieser Fachtagung erarbeitete das Projektteam einen Beitrag für eine Buchpublikation, die sich gerade in der finalen Phase des Lektorats befindet (Titel: „Diversity und Innovation“).
- Vorstellung und Diskussion erster Projektergebnisse beim Arbeitstreffen der „Kompetenzplattform Nord“ an der deutschen Universität für Weiterbildung, Berlin; Teilnehmer u.a. Audi-Akademie, VW Coaching, Steinbeis Hochschule.
- Fachtagung „Diversity und Innovation“ am ZAWF – IÖB e. V. wurde mit einem Call for Paper angekündigt und mit der Wirtschaftsförderung Ortenaukreis regional verzahnt. Die Quantität und Qualität der Beiträge genügten unseren Anforderungen dabei nicht. Jedes angeschriebene Institut wurde daher telefonisch kontaktiert und ein neuer thematischer Ansatz entwickelt. Das Resultat ist ein von uns geleitetes Symposium, das ins nächste Jahr verschoben werden musste und nun für Mai 2010 geplant ist, sowie ein geplanter Herausgeberband mit einer Zusage von Inhalten aus Projekten dieses Förderschwerpunktes (Innovationsstrategien jenseits traditionellen Managements) sowie Beiträgen aus Österreich und der Schweiz (bereits 6 Zusagen liegen vor).
- Die theoretische Fundierung zwischen Merkmalen von Diversity, Diversity Management und Organisationsentwicklung wurde weitervorangetrieben und ist nun im Prozess der Veröffentlichung über die „WHL Schriftenreihe“.

Weitere Ergebnisse:

- In Kooperation mit dem Value Partner zeb/ wurde eine umfassende HR-Studie entwickelt, an der über 300 KMU aus Deutschland, Österreich und der Schweiz teilnahmen und gezielt sowohl Personalverantwortliche als auch Führungskräfte in die Befragung mit einbezogen. Dabei wurden Diversity-Faktoren (z. B. Demografischer Wandel) in Hinblick auf strategische Ausrichtung und Einschätzung zur Erfolgsabhängigkeit erhoben. Während strategische Relevanz bejaht wurde, zeigte sich ein deutliches Handlungs- und Methodendefizit bei der Umsetzung.
- Unsere theoretische Arbeit wurde mit einer 90 Studien umfassenden Meta-Studie zur Messung von wirtschaftlichen Beiträgen durch Diversity auf den Unternehmenserfolg von Stuber

(2009) flankiert. Das von ihm entwickelte Modell gab in Kombination mit der Kurzskala Unternehmenskultur (Jöns et al., 2006) Anregungen zur Berechnung eines Strukturmodells für unsere eigene Entwicklung.

- Durch die positiven Erfahrungen der Studienkooperation mit dem Value Partner zeb/ wurde daher das Untersuchungsinstrument überarbeitet und in Abstimmung mit den Teilprojektpartnern in einen integrierten Erhebungsansatz überführt. Der Value Partner zeb/ beteiligte sich maßgeblich an der Fragebogenentwicklung und stellte Mitarbeiter-Testgruppen für Pretests bereit. Die Online-Datenerhebung wird derzeit durchgeführt.
- Aufgrund der mit den Value Partnern gemachten Erfahrungen wurde eine Intensivierung der Zusammenarbeit mit Kompetenzführern aus der Praxis vorangetrieben. Frau Andrea Maiweg von Deutsche Bank AG, Bereich HR Talent & Development wurde das Projekt vorgestellt und eine weitere Zusammenarbeit und Austausch von Ergebnissen zu diesem Thema vereinbart. Eine Teilnahme der Deutschen Bank an dem Fragebogen ist aufgrund des Fokus auf KMU nicht geplant.

12.2 Forschungsoutput

Publikationen

- Bericht der Expertenkommission des BMBF zur Medienbildung Kompetenzen in einer digital geprägten Kultur. Medienbildung für die Persönlichkeitsentwicklung, für die gesellschaftliche Teilhabe und für die Entwicklung von Ausbildungs- und Erwerbsfähigkeit Heidi Schelhowe Silke Grafe Bardo Herzig Jochen Koubek Horst Niesyto Antje vom Berg Wolfgang Coy Heinz Hagel Joachim Hasebrook Kurt Kiesel Gabi Reinmann Markus Schäfer
- Aufgaben und Entwicklung des Personalcontrollings Prof. Dr. Joachim Hasebrook (Wissenschaftliche Hochschule Lahr/ zeb/rolfes.schierenbeck.associates.gmbh, Münster) 325-334 Handbuch Personalentwicklung, K.H. Schuchow &
- Joachim P. Hasebrook (2009). Online-Lernen in Banken. In: Issing, Ludwig J. & Klimsa, Paul (Hrsg.). (2009). Online-Lernen. Handbuch für Wissenschaft und Praxis (457-471). München: Oldenbourg.
- Online-Lernen der "Generation Y": Was der Nachwuchs von neue Lernumgebungen erwartet. Prof. Dr. Joachim P. Hasebrook, 14.12.2009 HRM online (Newsletter).

Vorträge

- Vortrag auf der EduMedia Fachtagung 2009 in Salzburg : Herr Dr. Olaf Zawacki-Richter und Herr Prof. Joachim Hasebrook haben am 05. Mai 2009 auf der 5. EduMedia Fachtagung einen Vortrag mit dem Titel "Web 2.0 basierte Ansätze zur Unterstützung innovierenden Handelns in Unternehmen" gehalten.
- Fachtagung "eQualification - Neue Medien, neue Wege der Qualifizierung", 8./ 9. Juni 2009 (pdf)
- Am 2. November 2009 fand im Maritim Hotel am Schlossgarten in Fulda die diesjährige
- Fachtagung des Projektbüros Berlin der Initiative IT 50plus statt. „Austausch von Erfahrungswissen (einschließlich der Grundlagen des Hühner Sexing)
- 11.11.2009, FSFM, Symposium „Innovation & Management“, Vortrag „Diversity & Innovation“ mit Sönke Dohrn.
- „open source - open Learning - neue Horizonte für das Lehren und Lernen!“ Mittwoch, 30. September 2009 schloß Waldthausen Open Source: Offene Quellen oder nicht ganz dicht?
- Das Phänomen Web 2.0 – Chancen und Risiken für die Arbeitswelt Prof. Dr. Joachim Hasebrook, School of Management & Innovation an der Steinbeis Hochschule Berlin sowie zeb/rsa, Münster.
- 5th Conference Professional Knowledge Management: Experiences and Visions. 25th of March to 27th of March, Solothurn 09:40-10:10, zeb/space: Business Web für die Klienten eines Beratungsunternehmens Joachim Paul Hasebrook (Invited Talk).

13 Prof. Dr. Ulrich Koch

Lehrstuhl für BWL, insbesondere Gesamtbanksteuerung

13.1 Forschungsziele

Der Fokus von Forschung und Lehre des Lehrstuhls für allgemeine Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Gesamtbanksteuerung richtet sich auf die Weiterentwicklung quantitativer Methoden im Bereich der integrierten Ergebnis- und Risikosteuerung. Ein wesentliches Ziel ist dabei die Generierung theoretisch schlüssiger und zugleich praxistauglicher Konzepte sowohl zur Unterstützung strategischer Richtungsentscheidungen als auch zur Sicherstellung der operativen Anforderungen an eine leistungsfähige Gesamtbanksteuerung. Neben dieser Weiterentwicklung der Unternehmenssteuerung i. e. S., die in erster Linie die Generierung von Rentabilitäts- und Risikoinformationen umfasst, liegt eine weitere Zielsetzung darin, die betriebswirtschaftlichen Instrumente systematisch bei der Gestaltung der Vertriebs-, Produktions- und sonstigen Stabsbereiche nutzbar zu machen.

13.2 Forschungsthemen

Den Forschungszielen entsprechend zerfallen auch die aktuellen Forschungsthemen des Lehrstuhls in zwei Generalthemen. Die Schwerpunkte im Bereich der Unternehmenssteuerung i. e. S. ergeben sich überwiegend als Konsequenz aus den Erfahrungen der Finanzmarktkrise. Aktuelle Forschungsschwerpunkte in diesem Bereich sind:

- Integration des Liquiditätsrisikos in die bankbetrieblichen Erfolgsrisiken
- Modellierung und Limitierung des gesamtbankbezogenen Zinsbuchrisikos (Basel II)
- Entwicklung von Ansätzen zur Quantifizierung strategischer Investitionsrisiken
- Eigenkapitalallokation im dualen Steuerungsmodell
- Wege zur effizienten Finanzfunktion in Kreditinstituten

Im Bereich der Gestaltung der Prozesse und Strukturen im Privat- und Firmenkundengeschäft werden aktuell folgende konkrete Forschungsthemen bearbeitet:

- Perspektiven des Ergebniscontrolling: Periodenrechnung – Barwertkonzept – Risk-adjusted Measurement

- Aufbau effizienter Vertriebsstrukturen vor dem Hintergrund sich dynamisch entwickelnder Markt- und Wettbewerbsstrukturen
- Konzepte zur Optimierung von Marktfolge- und Stabsfunktionen

13.3 Forschungsprojekte 2009

Die zwei wesentlichen Forschungsprojekte des Jahres 2009 wurden in enger Kooperation mit der Praxis bearbeitet.

In Zusammenarbeit mit einer aus mehreren Regionalbanken bestehenden Finanzgruppe wurde das gruppeneinheitliche Risikotragfähigkeitskonzept vor dem Hintergrund der Erfahrungen der Finanzmarktkrise weiterentwickelt. Konkrete Elemente waren dabei die Berücksichtigung begrenzt liquider Märkte bei der Modellierung des Zinsbuchbarwertes, Möglichkeiten der Berücksichtigung von Konzentrationsrisiken sowie die Modellierung von Stressszenarien.

Mit einer großen Regionalbank wurde ein Konzept für die vollständige Neustrukturierung des Vertriebsapparates mit dem Ziel der frühzeitigen und flexiblen Anpassung der Infrastruktur an die sich dynamisch entwickelnden Marktbedingungen konzipiert. Dabei wurden Aufbauorganisation, Standorte, Öffnungszeiten, Mitarbeiterprofile und die Ansätze zur Personalbemessung neu strukturiert.

13.4 Forschungoutput

Vorträge

- Risikoorientiertes Management der Ertragsquelle Zinsbuchsteuerung, Fachtagung Treasury, Rheinisch-Westfälische Genossenschaftsakademie, Forsbach, 11.02.2009.
- Ausrichtung der Vertriebsstruktur einer Genossenschaftsbank, Fachtagung Controlling, Rheinisch-Westfälische Genossenschaftsakademie, Münster, 16.03.2009.
- Zukünftige Anforderungen an die Gesamtbanksteuerung als Folge der Finanzmarktkrise, Fachtagung für Interne Revision, Forsbach, 23.09.2009

13.5 Forschungsplan 2010

Die Forschungsschwerpunkte des Jahres 2010 ergeben sich überwiegend als unmittelbare Weiterentwicklung der Themen des Vorjahres und beziehen sich sowohl auf regionale als auch auf die internationalen Finanzmärkte. Für den letztgenannten Bereich liegen die wesentlichen Themen in der Konzeption einer effizienten Finanzfunktion, d. h. einer systematischen und weiter gefassten Definition

der Gesamtbanksteuerung unter stärkerer Berücksichtigung (aufbau-)organisatorischer und kommunikativer Aspekte. Als Spezialthema sollen Ansätze zur Berücksichtigung von Liquiditäts- resp. Spreadrisiken im Rahmen der Zinsbuchsteuerung entwickelt werden. Beide Themen werden voraussichtlich in Kooperation mit der Praxis vorangetrieben.

In Zusammenarbeit mit einer Regionalbank werden Ansätze zur Optimierung der Stabs- und Marktfolgebereiche entwickelt. Dabei wird ein besonderes Augenmerk auf der Optimierung bereichsübergreifender Schnittstellen sowie der prozessorientierten Abbildung und Beurteilung der erbrachten Zentralleistungen liegen.