

Christian-Albrechts-Universität zu Kiel, Institut für Betriebswirtschaftslehre (Ed.)

Working Paper

Jahresbericht 2009

Manuskripte aus den Instituten für Betriebswirtschaftslehre der Universität Kiel, No. 650

Provided in Cooperation with:

Christian-Albrechts-University of Kiel, Institute of Business Administration

Suggested Citation: Christian-Albrechts-Universität zu Kiel, Institut für Betriebswirtschaftslehre (Ed.) (2010) : Jahresbericht 2009, Manuskripte aus den Instituten für Betriebswirtschaftslehre der Universität Kiel, No. 650, Universität Kiel, Institut für Betriebswirtschaftslehre, Kiel

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/147568>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.



Foto: Jürgen Haacks / Uni Kiel

Nr. 650
Jahresbericht
2009

Februar 2010

Christian-Albrechts-Universität zu Kiel
Institut für Betriebswirtschaftslehre
Olshausenstraße 40, Besucheradresse: Westring 425
24098 Kiel
Tel.: 0431 / 880-3991
Fax: 0431 / 880-3213
<http://www.bwl.uni-kiel.de/>

Inhaltsverzeichnis

Vorwort der Institutsleitung	1
1 Struktur und Ausstattung des Instituts	3
1.1 Personal und Organisation	3
1.2 Drittmittel	5
1.3 PC-Labor	5
1.4 Vorträge am Institut für Betriebswirtschaftslehre	6
2 Rufe und Auszeichnungen	7
3 Lehre und Studium	9
3.1 Studierendenzahlen und Studienanfänger	9
3.2 Prüfungen	10
3.3 Internationaler Studierendenaustausch	11
3.4 Ausgewählte Diplomarbeiten	13
3.5 Graduierten- und Doktorandenstudium	15
3.6 Lehrtätigkeiten der Honorarprofessoren	17
3.7 Lehrbeauftragte	17
3.8 Exkursionen und Recruiting-Veranstaltungen	17
3.9 Sonstiges	17
4 Forschungsprojekte	19
4.1 Lehrstuhl für Absatzwirtschaft	19
4.2 Lehrstuhl für Controlling	22
4.3 Lehrstuhl für Finanzwirtschaft	24
4.4 Lehrstuhl für Gründungs- und Innovationsmanagement	26
4.5 Lehrstuhl für Innovation, Neue Medien und Marketing	29

4.6	Lehrstuhl für Organisation	31
4.7	Lehrstuhl für Produktion und Logistik	33
4.8	Lehrstuhl für Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung	35
4.9	Institut für Innovationsforschung	37
5	Publikationen, Manuskripte und Vorträge	39
5.1	Publikationen	39
5.2	Manuskripte sowie Arbeits- und Konferenzpapiere aus den Instituten für Betriebswirtschaftslehre	42
5.3	Vorträge	44
6	Weitere Aktivitäten	47
6.1	Akademische Selbstverwaltung	47
6.2	Andere Ämter und Funktionen	49
A	Lehrveranstaltungen	53
A.1	Lehrveranstaltungen im SS 2009	53
A.2	Lehrveranstaltungen im WS 2009/2010	61

Vorwort der Institutsleitung



Das zurückliegende Berichtsjahr stand zunächst ganz im Zeichen der Akkreditierung des betriebswirtschaftlichen Bachelor-Studiengangs, dessen methodenorientiertes Konzept nach der Einarbeitung verschiedener Auflagen im Mai 2009 von der zuständigen Akkreditierungsagentur akzeptiert und verabschiedet worden ist. Die Einführung neuer Studiengänge erfordert allerdings nicht nur den formalen Akt der Akkreditierung, sondern impliziert auch vielfältige und vor allem zeitraubende instituts- und fakultätsinterne Anpassungsprozesse auf operativer Ebene. Professor Dr. Birgit Friedl hat in den letzten Jahren all diese Prozesse und Veränderungen maßgeblich geprägt und intensiv begleitet. Wir danken ihr sehr für ihr Engagement und hoffen, dass die nahe Zukunft nicht mehr allzu große studienbezogene Restrukturierungen bereithalten wird.

Am 28. November 2009 fand im Audimax der Christian-Albrechts-Universität ein großer Fakultätstag unter dem Motto „WiSo trifft Wirtschaft - Vom Studium zur Karriere“ statt, der in Kooperation mit dem Dekanat unserer Fakultät sowie der Deutschen Bank AG ganz maßgeblich vom Institut für Betriebswirtschaftslehre organisiert worden ist. Auf einem „Marktplatz der Ideen“ haben sich rund 15 namhafte (Groß-)Unternehmen präsentiert und unsere Studierenden über Praktikums- und Einstiegsmöglichkeiten informiert. Parallel wurden Vorträge aus den Instituten zu den Themen Bachelor-, Master- und Auslandsstudium angeboten. Der Nachmittag der Veranstaltung stand dann ganz im Zeichen eines Vortrags des Chefvolkswirtes der Deutschen Bank Gruppe AG, Professor Dr. Norbert Walter, zum Thema „Finanzmarktkrise und Rezession - warum, wie tief und wie lange?“, einer anschließenden Podiumsdiskussion mit hochrangigen Vertretern aus Wissenschaft, Wirtschaft und Politik sowie einer großen Abschlussfeier für unsere Absolventen/-innen und Doktoranden/-innen des Jahres 2009.

Im Sommer 2009 hat Professor Dr. Mark Heitmann, Lehrstuhl für Absatzwirtschaft, ein Angebot der Technischen Universität Braunschweig erhalten. Wir freuen uns, dass sich Herr Professor Heitmann nach Verhandlungen mit der Christian-Albrechts-Universität entschlossen hat, seine Arbeit in Kiel fortzusetzen.

Professor Dr. Andreas Drexler, der seit 1989 den Lehrstuhl für Produktion und Logistik an der Christian-Albrechts-Universität inne hatte und sowohl national als auch international zu

den herausragenden Forscherpersönlichkeiten seines Faches zählt, ist zum 31. Dezember 2008 krankheitsbedingt aus dem aktiven Dienst ausgeschieden. Seine Nachfolgerin ist Professor Dr. Gudrun P. Kiesmüller, die den nunmehr umbenannten Lehrstuhl für Supply Chain Management zum 1. Januar 2010 übernommen hat. Die Kollegen des Instituts freuen sich, dass mit Frau Professor Kiesmüller eine in allen Belangen überaus engagierte Hochschullehrerin für die Kieler Betriebswirtschaftslehre gewonnen werden konnte.

Mit Blick auf die Forschung des Instituts für Betriebswirtschaftslehre kann berichtet werden, dass auch im zurückliegenden Berichtsjahr zahlreiche Forschungsergebnisse in renommierten nationalen und internationalen Fachzeitschriften publiziert wurden. Ferner sind einige Kollegen mit international angesehenen Auszeichnungen für ihre Arbeit und ihr Engagement geehrt worden. Schließlich konnten neue Forschungsprojekte gestartet und diverse Praxisprojekte mit Unternehmen durchgeführt werden.

Bei der Erbringung unserer Leistungen fanden wir vielfältige Unterstützung im eigenen Haus und bei externen Partnern, denen an dieser Stelle herzlich gedankt sei. Ich möchte die Leserinnen und Leser dieses Berichts einladen, mit uns in Kontakt zu treten, wenn sie an den Erkenntnisfeldern des Instituts für Betriebswirtschaftslehre interessiert sind.

Mit herzlichen Grüßen, auch im Namen der Kollegen und Mitarbeiter des gesamten Instituts
Ihr

Prof. Dr. Sascha Mölls

Kiel, im Februar 2010

Kapitel 1

Struktur und Ausstattung des Instituts

1.1 Personal und Organisation

Die Ausbildung für das Fach Betriebswirtschaftslehre wird in erster Linie vom Institut für Betriebswirtschaftslehre und dem Institut für Innovationsforschung getragen. Abbildung 1.1 zeigt die Struktur dieser Institute.

Frau Professor Kiesmüller hat zum 1. Januar 2010 den Lehrstuhl für Supply Chain Management übernommen. Von 1987 – 1993 studierte sie Mathematik an der Universität Würzburg und wurde nach der Erlangung des Diploms Wissenschaftliche Mitarbeiterin im Fachgebiet Statistische Qualitätskontrolle an der Universität Würzburg. Im Jahr 1998 wurde Frau Professor Kiesmüller dann an gleicher Stelle mit einer Arbeit über die „Kontrolle von Produktionsprozessen mit drei Prozesszuständen“ zum Dr. rer. nat. promoviert. Danach wechselte sie an die Technische Universität in Eindhoven (Niederlande) und arbeitete dort drei Jahre als Postdoktorandin für das REVLOG Projekt. Inhaltlich ging es dabei um die Gestaltung und Planung logistischer Prozesse bei der Rückführung und Wiederverwertung von gebrauchten Materialien und Produkten. Nach ihrer Zeit als Postdoktorandin blieb Frau Professor Kiesmüller als Universitair Docent an der Technischen Universität Eindhoven und verlegte den Schwerpunkt ihrer wissenschaftlichen Arbeit auf das Gebiet des Supply Chain Managements. In ihrer Forschung entwickelt sie analytische Modelle für die Analyse und Optimierung verschiedenster Prozesse innerhalb einer Supply Chain und erstellt und bewertet darauf aufbauend Planungskonzepte. Ein besonderer Interessenschwerpunkt liegt dabei in handelsbezogenen Problemstellungen wie der Koordinierung von Bestellungen und deren Abstimmung mit den Transport- und Lagerprozessen. In einem weiteren Schwerpunkt untersucht Frau Professor Kiesmüller schließlich Planungsmethoden zur Bereitstellung von Ersatzteilen, Werkzeugen und Personal für den After-Sales-Bereich.

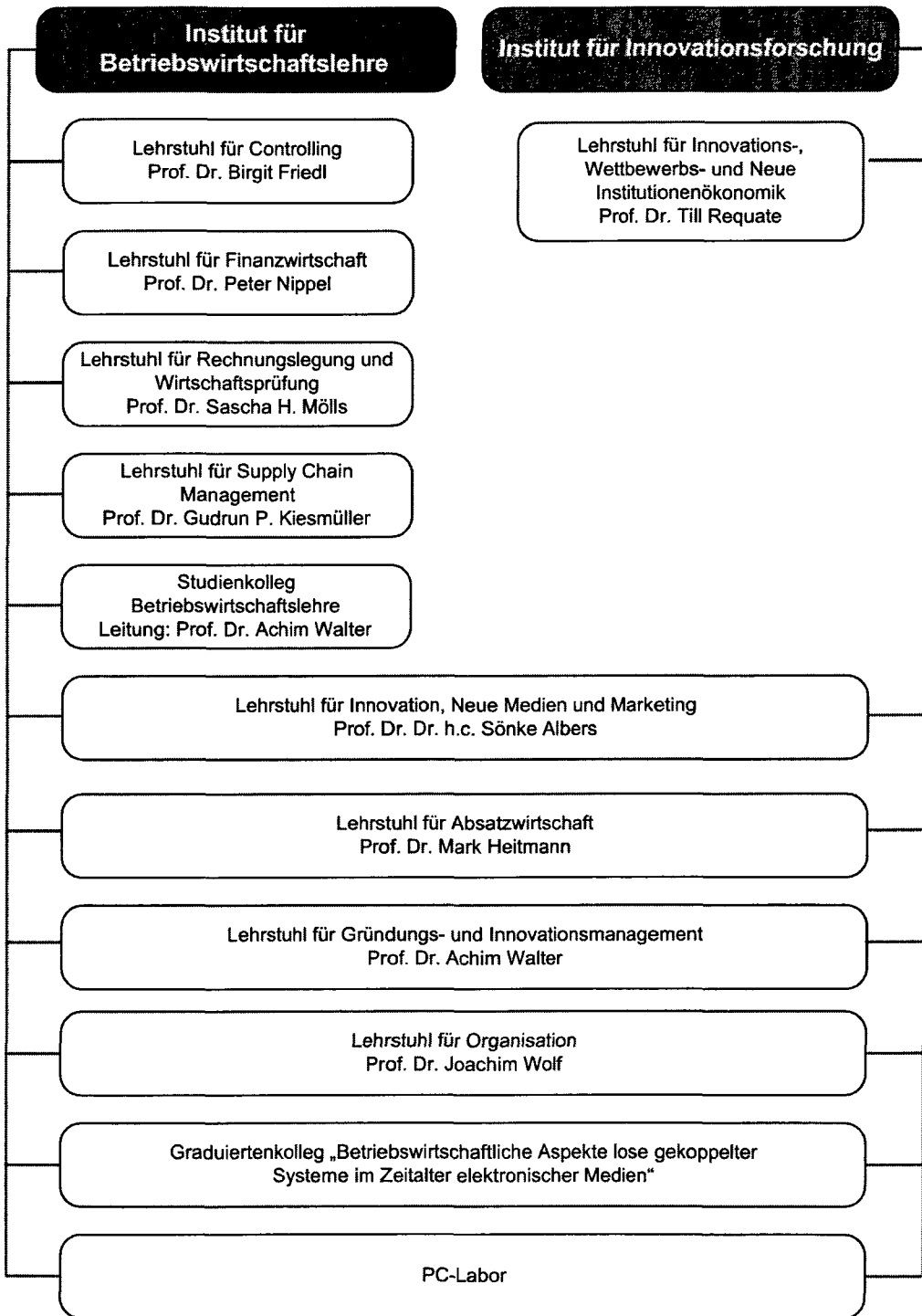


Abbildung 1.1: Struktur der Institute

1.2 Drittmittel

Im zweiten Jahr fördert die Investitionsstiftung Schleswig-Holstein (ISH) in Kooperation mit der ARIVA. DE AG im Rahmen des Programms „Hochschul-Wirtschaft-Transfer“ das Forschungsprojekt „Bewertung komplexer Kapitalanlage-Instrumente“ am Lehrstuhl von Prof. Peter Nippel.

Das Bundesministerium für Bildung und Forschung finanziert das gemeinsame Forschungsprojekt zwischen der acatech-Konvent für Technikwissenschaften der Union der deutschen Akademien der Wissenschaft e.V. München, dem Fraunhofer Institut Arbeitswirtschaft und Organisation (IAO) Stuttgart und dem Lehrstuhl von Professor Dr. Achim Walter zum Thema „Wirtschaftliche Entwicklung von Ausgründungen außeruniversitärer Forschungseinrichtungen“.

Ein weiteres Forschungsprojekt zum Thema „Untersuchung, Typisierung und internationaler Vergleich der Inkubatorlandschaft zur Unterstützung von akademischen High-Tech-Ausgründungen in Deutschland“ wird seit November 2009 durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung finanziert. Die beteiligten Partner sind ebenfalls der acatech-Konvent für Technikwissenschaften der Union der deutschen Akademien der Wissenschaft e.V. München, dem Fraunhofer Institut Arbeitswirtschaft und Organisation (IAO) Stuttgart und dem Lehrstuhl von Professor Dr. Achim Walter.

Seit Oktober 2008 unterstützt die Innovationsstiftung Schleswig-Holstein (ISH) die Arbeit von Prof. Dr. Achim Walter zum Thema „Qualifizierung und Beratung von Hochschulmitgliedern mit Existenzgründungsabsichten“.

Die Entrepreneurs' Innovation Summer School (EISS; www.eiss.uni-kiel.de/) von Professor Dr. Achim Walter wird im Rahmen von EXIST III, Förderung für Ausgründungen aus Hochschulen, vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie sowie durch den Europäischen Sozialfond gefördert. Weitere Finanzierungspartner der EISS sind: die Wirtschaftsförderung und Technologietransfer Schleswig-Holstein GmbH (WTSH) und die Innovationsstiftung Schleswig-Holstein (ISH) sowie die Bürgerschaftsbank, Investitionsbank und Mittelständische Beteiligungsgesellschaft Schleswig-Holstein.

Die DFG fördert weiterhin den von Prof. Dr. Dr. h.c. Sönke Albers geleiteten Aufbau des Open Access Online Journals für Betriebswirtschaftslehre „BuR – Business Research“.

Die deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG) fördert seit dem 1. September 2009 das von Prof. Dr. Dr. h.c. Sönke Albers beantragte Projekt „Rückrufmanagement von Gebrauchsgütern“.

1.3 PC-Labor

Vom Institut für Betriebswirtschaftslehre wird (betreut vom Lehrstuhl für Produktion und Logistik, künftig: Professur für Supply Chain Management) eines von zwei PC-Laboren der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät betrieben. Es steht allen Studierenden der Fakultät offen.

Die zentrale Komponente des Labors stellen etwa 20 PCs dar. Hinzu kommen dezentral an den Lehrstühlen bzw. Instituten der Fakultät über 100 PCs.

Im neu ausgestatteten Seminarraum (R. 114) des PC-Labors stehen jetzt 12 PCs sowie ein fest installierter Beamer zur Verfügung. Es werden dort Kurse mit Statistik-Software (SPSS, MATLAB, STATA, Excel) angeboten.

Ein weiterer Beamer Hitachi CP-X325W, ein Laptop Acer 291LCi sowie eine Digitalkamera Canon Ixus 400 können fakultätsintern kurzzeitig verliehen werden. Unter <http://www2.bwl.uni-kiel.de/doc/int/index.htm> finden sich weitere Informationen.

Bereits seit Anfang 2004 ist die Fakultät Mitglied der MSDN Academic Alliance, was u.A. eine kostenlose Bereitstellung von PC-Betriebssystemen für Studierende erlaubt.

1.4 Vorträge am Institut für Betriebswirtschaftslehre

Zahlreiche Vorträge von Wissenschaftlern und Praktikern runden das Lehrangebot ab und bringen Anregungen für die Forschungsarbeit:

- *WP/StB Dipl.-VW. Detlef Mohr* (Landespräsident Schleswig-Holstein der Wirtschaftsprüferkammer BDO Deutsche Warentreuhand AG WPG Hamburg), „Aktuelle Entwicklungen im Berufsstand Wirtschaftsprüfer“, 15.01.2009.
- *Bastian Walkhoff* (Sparkasse Holstein), „Einsatz von Risikoklassifizierungsverfahren in der Praxis: Das Standard-Rating der Sparkassen-Finanzgruppe“, 22.01.2009.
- *WP/StB Dipl.-Kfm. Hans-Peter Möller* (Ebner Stolz Mönning Bachem GmbH & Co. Kg. – Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Hannover), „Hedgeaccounting nach IAS 39“, 28.01.2009.
- *Ulrich Rüter* (Vorstandsvorsitzender der Provinzial AG), „Versicherungswirtschaft in 2020 – Versichern unmöglich?“, 04.05.2009.
- *Prof. Dr. Koen Pauwels* (Tuck School, Dartmouth College), „Balancing online and offline direct channels in business-to-business“, 20.05.2009.
- *Jörn Engelmann*, Generalbevollmächtigter der Berenberg Bank Hamburg, „Die Kapitalmarktkrise – Herausforderung für Unternehmen“ im Rahmen der Vorlesung „Finanzierungstheorie“, 25.05.2009.
- *Dipl.-Betriebsw. Saskia Nörmann* (Hamburg-Mannheimer Versicherungs-AG), „Kontinuierliche Verbesserung in einem Versicherungskonzern“, 05.06.2008.
- *Prof. Dr. Peter Danaher* (Melbourne Business School), „Forecasting Television Ratings“, 17.6.2009.
- *Prof. Dr. Johann Engelhard* (Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insb. Internationales Management mit Schwerpunkt Europäisches Management der Otto-Friedrich-Universität, Bamberg), „Die Zukunft der Universitäten im deutschsprachigen Raum“, 18.06.2009.
- *Prof. Dr. Thomas Otter* (Wolfgang von Goethe-Universität Frankfurt), „Models of Strategic Behavior“, 9.12.2009.

Kapitel 2

Rufe und Auszeichnungen

Dipl.-Vw. Matthias Dockhorn erhielt den Preis der Förde Sparkasse für seine Diplomarbeit „The Pricing of Bonus Certificates – A Theoretical and Empirical Analysis“.

Dipl.-Kfm. Simon Heinrichs erhielt den Preis der BDO Deutsche Warentreuhand AG für seine Diplomarbeit „Die Entstehung und Entwicklung akademischer Spin-Offs – eine kritische Überprüfung der theoretischen und empirischen Literatur anhand von Fallstudien“.

Dipl.-Wirtsch.-Ing. Steffen Hoffmann erhielt den Prof. Dr. Werner Petersen Preis für seine Diplomarbeit „Entwicklung eines resonanten Stents zur drahtlosen nicht-invasiven Messung von Stenosen“.

Dipl.-Kffr. Dipl.-Volksw. Christine Köhler erhielt den Preis der Gesellschaft für Betriebswirtschaft für ihre Diplomarbeit „Die Schätzung von Reaktionsfunktionen für Verkaufsaußendienste im Pharmamarkt bei hierarchischen Paneldaten“.

Kapitel 3

Lehre und Studium

3.1 Studierendenzahlen und Studienanfänger

Studiengang	03/04	04/05	05/06	06/07	07/08	08/09	09/10
Betriebswirtschaftslehre	853	844	868	911	904	772	843
– davon Diplom	853	844	868	911	777	495	369
– davon Bachelor	–	–	–	–	127	277	474
Volkswirtschaftslehre	824	944	947	986	943	796	762
– davon Diplom	824	944	947	986	783	525	370
– davon Bachelor	–	–	–	–	160	271	392
Handelslehrer	177	194	203	202	213	235	254
– davon Diplom	177	194	203	202	163	147	116
– davon Bachelor	–	–	–	–	50	88	138
Summe	1854	1.982	2018	2099	2060	1803	1.859

Tabelle 3.1: Anzahl der eingeschriebenen Studierenden

Im Diplom-Studiengang Betriebswirtschaftslehre waren an der Christian-Albrechts-Universität zum Wintersemester 2009/2010 noch 369 Studierende eingeschrieben, im Bachelor-Studiengang waren es 474 Studierende. Wenn die Studierenden der Volkswirtschaftslehre und der Studiengänge zum Handelslehrer hinzugezählt werden, deren Studiengänge starke Überschneidungen mit dem Fach Betriebswirtschaftslehre aufweisen, dann studieren am Institut für Betriebswirtschaftslehre gegenwärtig 1.859 Studierende. Die Master-Studiengänge der Fakultät werden erst zum Wintersemester 2010/11 aufgenommen. Aus diesem Grund sind die Studierendenzahlen vorübergehend leicht rückläufig. Tabelle 3.1 gibt einen Überblick über die Zahl der in die Studiengänge der Fakultät eingeschriebenen Studierenden. Zu den Studierenden in den Studiengängen der Fakultät kommen noch etwa 1.375 Studierende anderer Fakultäten, die an den Veranstaltungen und den zugehörigen Prüfungen des Instituts für Betriebswirtschaftslehre teilnehmen. Von diesen Studierenden streben inzwischen 432 einen Bachelor-Abschluss an.

Die Studienplätze werden seit 2006 nicht mehr zentral von der ZVS vergeben, d.h. die Interessierten bewerben sich direkt bei den Universitäten. Dadurch kommt es zu Mehrfachbewerbun-

gen, die zu dem deutlichen Anstieg der Zahl der Bewerbungen geführt haben. Der Verlauf der Studienanfängerzahlen im Studiengang Betriebswirtschaftslehre ist Tabelle 3.2 zu entnehmen.

	Diplom					Bachelor	
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Bewerbungen	513	473	1301	1489	1648	2413	2.313
Ist-Zugang	184	188	178	178	127	160	204
Kapazität lt. KapVO	200	190	180	180	121	165	205
Belastung in %	92	99	99	99	105	97	97

Tabelle 3.2: Anzahl der Studienanfänger im Studiengang Betriebswirtschaftslehre

3.2 Prüfungen

Die Anzahl der Zwischen- und Diplom-Prüfungen im Diplom-Studiengang Betriebswirtschaftslehre ergibt sich aus Tabelle 3.3.

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Zwischenprüfungen in Betriebswirtschaftslehre	92	145	102	104	113	107	63
Diplome in Betriebswirtschaftslehre	79	79	95	93	116	120	91

Tabelle 3.3: Anzahl der Zwischenprüfungen und Diplome im Studiengang Betriebswirtschaftslehre

Im Berichtszeitraum wurden in den Diplom-Studiengängen 3.386 Hauptstudiumsklausuren geschrieben und korrigiert. Hinzu kommen beachtliche 773 betreute Seminararbeiten. Im Grundstudium summiert sich die Zahl der geschriebenen Klausuren auf insgesamt 325. Zusätzlich wurden erstmals 3.075 Klausuren im neu eingeführten Bachelor-Studium abgelegt.

Ein Bestandteil der Diplomprüfung ist die Anfertigung der Diplomarbeit, die wahlweise über zwei oder als freie wissenschaftliche Arbeit über sechs Monate geschrieben werden kann. 2009 wurden 80 Zwei-Monats-Diplomarbeiten (WS 08/09 + SS 09) und 23 Sechs-Monats-Diplomarbeiten abgegeben. In Kap. 3.4 werden exemplarisch einige bemerkenswerte Arbeiten genannt. Im Sommersemester 2010 werden die ersten Studierenden ihre Abschlussarbeit schreiben.

Im Jahre 2009 wurden durch Studierende der Studiengänge Wirtschaftsingenieur, Wirtschaftsinformatik und Wirtschaftschemie sowie von Studierenden, die Betriebswirtschaftslehre im Nebenfach studieren, insgesamt 1289 Klausuren geschrieben. Die Anzahl der Prüfungen in den Bachelor-Studiengängen stieg auf 444.

Über das von unserem Institut angebotene Lehrprogramm in den zwei Semestern des Jahres 2009 informiert der im Anhang A beigefügte Auszug aus den Vorlesungsverzeichnissen.

3.3 Internationaler Studierendenaustausch

An den Instituten für Betriebswirtschaftslehre wird im Rahmen der wissenschaftlichen Ausbildung großer Wert auf den internationalen Austausch von Studierenden gelegt. Dies gilt unverändert für das neue Bachelor-/Master-Studiensystem. Über alle Austauschprogramme bestehen direkte Partnerschaften mit 34 Hochschulen in Europa, Nordamerika und Asien. Durch Anpassungen in den Kooperationsverträgen ist die Austauschkapazität im Jahr 2009 von 79 auf 75 Plätze pro Studienjahr leicht zurückgegangen.

Das ERASMUS-Programm der Europäischen Union zur Förderung der Studierendenmobilität nimmt hier eine zentrale Rolle ein. Das ERASMUS-Office der betriebswirtschaftlichen Institute koordiniert und berät die Studierenden bei ihren Planungen für ein Auslandssemester an insgesamt 31 Partnerhochschulen in 15 Ländern Europas. Auf der anderen Seite werden Studierende, die als Gaststudenten an die Institute kommen, intensiv bei organisatorischen und fachlichen Fragen betreut.

Für das Studienjahr 2009/2010 konnte im Rahmen des ERASMUS-Programms mit der University of Tartu in Estland eine attraktive Partnerhochschule dazugewonnen werden. Dagegen ist eine Kooperation mit der Tilburg University in den Niederlanden aufgegeben worden. Somit ist die Gesamtkapazität unserer ERASMUS-Kooperationen bei 69 Studienplätzen pro Studienjahr konstant geblieben.

Die Gesamtzahl der Studierenden, die im Studienjahr 2009/2010 im Rahmen des ERASMUS-Programms ins Ausland gehen, beträgt 46. Die Zahl der „Outgoings“ ist damit seit fünf Jahren nahezu konstant. Ein befürchteter Rückgang der Nachfrage nach Auslandsstudienplätzen durch das neue kompaktere Bachelor-/Master-Studiensystem ist bislang erfreulicherweise ausgeblieben. Die ERASMUS-Studierenden sind an 24 verschiedenen Hochschulen zu Gast.

Die Anzahl der Studierenden, die von den europäischen Partnerhochschulen an die Institute für Betriebswirtschaftslehre kommen, lag im Studienjahr 2008/2009 bei sechs. Im Studienjahr 2009/2010 besuchten bislang vier ausländische Studierende die Institute, wobei die Zahl für das Sommersemester noch nicht vorliegt. Erfahrungsgemäß wird das Sommersemester jedoch ohnehin selten als Auslandssemester verbracht. Herr Christoph Petersen bietet als ERASMUS-Koordinator der Institute jedem Gaststudenten eine intensive Betreuung und Beratung über den gesamten Aufenthaltszeitraum an.

Eine Besonderheit im Austauschprogramm der Institute für Betriebswirtschaftslehre ist die Kooperationen mit der Université de Rennes 1 (Frankreich). Hier werden den Studierenden jeweils wechselseitig Double-Degree-Programme angeboten. Durch einen einjährigen integrierten Auslandsaufenthalt an der Partnerhochschule können Studierende einen zweiten vollwertigen akademischen Abschluss erwerben. In 2009 haben insgesamt drei Kieler Studierende ein Double-Degree-Studium erfolgreich abgeschlossen und eine Studentin ein Double-Degree-Studium in Rennes aufgenommen. Drei Studierende aus Rennes haben als zweiten Abschluss ein Diplom der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel verliehen bekommen, zwei französische Studierende haben im vergangenen Jahr das Studium in Kiel aufgenommen.

Partnerhochschulen	06/07*		07/08*		08/09*		09/10*	
	Out	In	Out	In	Out	In	Out	In
ERASMUS								
ICHEC Bruxelles (B)	2	–	2	–	2	–	2	–
Universiteit Gent (B)	×	×	×	×	×	×	2	–
Katholieke Universiteit Leuven (B)	–	–	2	–	2	–	–	–
Copenhagen Business School, Kopenhagen (DK)	3	–	2	–	2	–	2	–
Syddansk Universitet, Odense (DK)	3	1	3	1	2	2	1	–
Universidad de Alcalá de Henares (E)	2	–	4	–	4	–	–	–
Universidad de Cádiz (E)	2	–	2	–	2	–	2	–
Universidad da Coruña (E)	2	–	–	–	–	–	1	–
Universidad Autónoma de Madrid (E)	–	–	3	–	1	–	1	–
Universidad de Cantabria, Santander (E)	×	×	×	×	1	–	–	–
ESC Bretagne Brest (F)	1	–	–	2	1	–	–	–
Université Jean Moulin, Lyon III (F)	2	–	–	1	–	1	2	–
Université de Rennes I (F)	1	3	–	1	1	1	1	2
Vaasan Yliopisto – University of Vaasa (FIN)	3	2	3	–	1	–	3	–
Università di Bologna (I)	1	–	×	×	1	–	2	–
Università degli studi di Catania (I)	–	–	–	–	1	–	–	–
Università degli studi di Torino, Turin (I)	–	–	–	–	1	–	1	–
University of Limerick (IRL)	×	×	×	×	2	–	3	–
Norges Handelshoyskole, Bergen (N)	4	–	4	–	4	–	2	–
Norwegian School of Management, Oslo (N)	5	–	5	–	5	–	4	–
Norwegian College of Fishery Science, Tromsø (N)	1	–	1	–	–	–	–	–
Erasmus Universiteit Rotterdam (NL)	2	–	2	–	2	–	1	–
Tilburg University (NL)	–	1	1	–	1	–	1	–
ISCTE Lisboa (P)	×	×	1	–	1	–	1	–
Universidade Nova de Lisboa, Lissabon (P)	1	–	3	–	2	–	2	–
Warsaw School of Economics (PL)	2	3	3	4	1	–	2	1
Wyższa Szkoła Humanistyczno-Ekonomiczna, Lodz (PL)	–	–	–	1	–	–	–	–
Goteborgs Universitet – Göteborg University (S)	4	1	4	–	4	–	4	–
Lunds Universitet – Lund University (S)	1	–	×	×	×	×	×	×
Keele University (UK)	1	1	×	×	×	×	×	×
The University of Warwick, Coventry (UK)	2	2	2	1	2	–	2	–
The University of Manchester (UK)	×	×	×	×	2	–	2	–
Marmara Üniversitesi, Istanbul (TR)	1	–	2	1	–	1	1	–
WEITERE								
Institute of Marketing & Management, Neu-Delhi (IND)	×	×	×	×	2	1	–	–
DeGroote School of Business, McMaster University, Hamilton (CDN)	–	–	–	–	1	–	1	–
College of Business, Iowa State University, Ames (USA)	×	×	×	×	1	–	2	–
Summe	46	14	51	11	50	5	49	4

* = Der Zeitraum umfasst das jeweilige Studienjahr

×

Out = Outgoings; Kieler Studierende, die an einer Partnerhochschule im Ausland studieren

In = Incomings; Studierende von ausländischen Partnerhochschulen, die für einen Studienaufenthalt nach Kiel kommen

Tabelle 3.4: Partnerhochschulen und Studierendenaustausch

Neben ERASMUS und Double-Degree-Programmen wurde im Bereich der weiteren Kooperationen der Studierendenaustausch weiter etabliert. Die noch jungen Austauschpartnerschaften mit der Iowa State University (USA), dem Institute of Marketing & Management New-Delhi (Indien) sowie die Partnerschaft mit der McMaster University, Hamilton (Kanada), wurden für das Studienjahr 2009/2010 intensiv beworben. Drei Studierende besuchen die Partnerhochschulen in diesem Studienjahr. Außerdem durften wir im Sommersemester zum ersten Mal eine Gaststudentin unserer Partnerhochschule aus Indien begrüßen.

Ein Schwerpunkt der Arbeit hinsichtlich des internationalen Studierendenaustauschs ist auch im vergangenen Jahr die verstärkte Informationsarbeit für Studierende des neuen Bachelor-Studiengangs gewesen. Aufgrund des veränderten Studienverlaufs besteht hier ein erhöhter Beratungsbedarf. Das umfassende Beratungsangebot konnte den befürchteten Rückgang der Bewerberzahlen bislang verhindern.

3.4 Ausgewählte Diplomarbeiten

Absatzwirtschaft

- *Permann, A.*, Der Zusammenhang zwischen Corporate Social Responsibility, Markenwahrnehmung und Unternehmenserfolg,
- *Jänichen, H.*, Die Kombination von Default und Preisdarstellung zur Angebotspräsentation modularer Produkte,
- *Schreiner, T.*, Die Kombination von Default und Preisdarstellung zur Angebotspräsentation modularer Produkte,
- *Radke, H.*, Dominanz- und Kompromisseffekt bei der Produktwahl: Ein Überblick zum Stand der Forschung,
- *Blöcker, C.*, Switching Costs und Kundenbindung bei langlebigen Konsumgütern,
- *Kaminiaz, E.*, Die Messung von Corporate Social Responsibility über Rating- und Umfragedaten.

Controlling

- *Brüggensiecker, J.*, Entwurf eines Anreizsystems für einen mittelständischen Dienstleistungsbetrieb,
- *Findel, J.*, Entwicklung eines Konzepts zur Messung der Effekte Kontinuierlicher Verbesserungsprozesse in einer Unternehmung des Schienenfahrzeugbaus,
- *Hobus, J.*, Kostenmanagement in Projekten.

Finanzwirtschaft

- *Görtzen, P.*, Unternehmensfinanzierung, Risikoanreize und die Behandlung von Gesellschafterdarlehen,

- *Lee, Y. H.*, Kapitalerhöhungen mit und ohne Bezugsrecht,
- *Töppler, N.*, Regulatorische und ökonomische Kreditrisikoquantifizierung.

Gründungs- und Innovationsmanagement

- *Heitkamp, C.*, Gründerinduzierter Aufbau von Kooperationsfähigkeit: Eine empirische Untersuchung akademischer Spin-offs,
- *Voß, J.H.*, Grenzüberschreitende Wertschöpfung aus Grundlagenforschung,
- *Lorenz, J.C.*, Patentdaten in der empirischen Forschung: Ein kritischer Überblick.

Innovation, Neue Medien und Marketing

- *Fandrich, T.*, Empirische Analyse des Marketing-Mix-Budgetierungsverhaltens in der US-pharmazeutischen Industrie,
- *Goldt, S.*, Erfolgswirkung von User-generated Content – Empirische Untersuchung am Beispiel einer Social Commerce Webseite,
- *Passau, N.*, Kampagnenoptimierung bei kleinen und mittleren Filialbanken mittels Produktaffinitätsschätzungen,
- *Schlabohtm, W.*, Optimierung des Targeting in Kunden-werben-Kunden-Programmen – Methodische Ansätze bei unbalancierten Stichproben.

Organisation

- *Lahde, A.*, Beziehungen von Auslandsgesellschaften internationaler Unternehmen.

Produktion und Logistik

- *Droste-Leiwesmeier, P.*, Methoden zur Lösung von Fahrzeugeinsatzplanungsproblemen,
- *Meyer, H.*, Entwicklung von Nachbarschaften für ein Schedulingproblem unter Verwendung eines Open Source Frameworks,
- *Zeise, P.*, Vehicle Routing with Pickup and Delivery and Time Windows.

Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung

- *Grasser, R.*, Bilanzstrukturen holländischer Großunternehmen – Eine empirische Analyse der 100 größten börsennotierten Aktiengesellschaften,
- *Hinz, M.*, Entlohnung von Vorständen und Kontrollorganen in italienischen Großunternehmen – Eine empirische Analyse der 100 größten börsennotierten Aktiengesellschaften,
- *Löw, P.*, Comparative Governance – Unternehmensverfassung, Unternehmensfinanzierung und Rechnungslegung in Frankreich.

3.5 Graduierten- und Doktorandenstudium

Seit Oktober 1999 wird das Graduiertenkolleg „Betriebswirtschaftliche Aspekte lose gekoppelter Systeme und Electronic Business“ betrieben, das von der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) finanziell unterstützt wird und dessen Sprecher Prof. Albers ist. Das Graduiertenkolleg lief am 30.9.2008 nach der höchstmöglichen Dauer aus. Die DFG hat noch bis zum 30.9.2009 eine Auslauffinanzierung bereitgestellt, so dass angefangene Dissertationsprojekte zu Ende geführt werden konnten. In dieser Zeit konnte Christian Rohrlack am 13. Januar 2009 sein Promotionsprojekt mit dem Titel „Reverse Technology Transfer – Bedingungen und Gestaltungsmöglichkeiten zum erfolgreichen Technologietransfer von ausländischen Tochtergesellschaften zu den Stammlandseinheiten multinationaler Unternehmen“ erfolgreich abschließen.

Die Tabellen 3.5 und 3.6 geben einen weiteren Überblick über die aus dem Graduiertenkolleg entstandenen und noch laufenden Promotionsprojekte.

Name	Thema	Betreuer
Bielecki, André	Relative Leistungsbeurteilung von Verkaufsaußendienstmitarbeitern - Individuelle stochastische Ansätze am Beispiel der Pharmaindustrie	Albers
Han, Jiangping	Firm Organizations Chinese Style: A Quantitative Network Assessment on Firm Performance in Rural China	Henning
Hauschildt, Kristina	Self Leadership: Effects on Team Members´ Inrole and Extrarole Behaviors	Konradt
Henningsen, Sina	Räumliche Einflüsse auf Umsatzreaktionen lose gekoppelter Systeme	Albers
Reimer, Kerstin	Analyse und Prognose des Kaufverhaltens von Kunden im Internet	Albers
Wiedow, Annika	Einfluss von Strategien der Prozessoptimierung auf Koordination und Leistung in virtuellen Teams	Konradt

Tabelle 3.5: Forschungsprojekte von Stipendiaten des Graduiertenkollegs (zu weiteren Projekten siehe Tabelle 3.6)

Name	Thema	Betreuer
Bartels, Jörn	Ereignisorientiertes Kundenmanagement	Albers
Greving, Bert	Regionalisierung als strategische und organisatorische	Wolf
	Alternative international tätiger Organisationen	
Goerke, Björn	Internationalisierung im Innovationsmanagement	Albers
	kleiner und mittlerer Unternehmen	
Göthlich, Stephan E.	Strategien bei volatilen Marktbedingungen und ihre	Friedl
	Konsequenzen für das Controlling	
Horenburger, Markus	Strategische Marketing-Planung für neue Medien	Albers
Kübler, Raoul	Management von Rückruf-Aktionen im Ge-	Albers
	brauchsgüter-Bereich	
Müller, Dirk	Kooptitionsbeziehungen junger Technologieunter-	Walter
	nehmen	
Mumm, Jakob	Marktorganisation und Unternehmensentwicklung:	Henning
	Die Bedeutung der Einbettung ökonomischer Trans-	
	aktionen in Netzwerke	
Petersen, Christoph	Steuerung horizontaler Technologietransfers in mul-	Wolf
	tinationalen Unternehmen	
Reuschenbach, Daniel	Einflussfaktoren auf den Erfolg der kostenorientierten	Friedl
	Produktentwicklung unter besonderer Berücksichti-	
	gung von Anreizsystemen	

Tabelle 3.6: Forschungsprojekte weiterer Teilnehmer am Graduiertenkolleg

3.6 Lehrtätigkeiten der Honorarprofessoren

- *Prof. Dr. Hans Heinrich Driftmann*, geschäftsführender Gesellschafter der Peter Kölln KGaA sowie DIHK-Präsident, „Unternehmenspolitik“.

3.7 Lehrbeauftragte

- Herr Dr. Thorsten Grenz (Vorsitzender der Geschäftsführung von Veolia Umweltservice), „Rhetorik und Verhandlungsführung“ und „Fallstudien zur Unternehmensführung“.
- Herr Dr. Pascal Schäfer-Elmayer StB, KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Frankfurt am Main, „Unternehmensbesteuerung“.

3.8 Exkursionen und Recruiting–Veranstaltungen

- Studierende der Speziellen Betriebswirtschaftslehre „Controlling“ nahmen am 6. Mai 2009 an einer Exkursion zu OTTO teil.
- Am 28.05.2008 haben die Teilnehmer der Lehrveranstaltung „Unternehmenspolitik“ eine Ganztagesexkursion zu der Peter Kölln KGaA durchgeführt.

3.9 Sonstiges

- *Dr. Andrea Schertler* nahm im Herbst 2009 einen Lehrauftrag an der Universität Münster wahr.
- *Dr. Andrea Schertler* hielt sich im August 2009 als Gastforscherin bei der Deutschen Bundesbank in Frankfurt auf.
- *Dr. Andrea Schertler* war von Oktober 2008 - Februar 2009 auch wissenschaftliche Mitarbeiterin am Zentrum für Europäische Wirtschaft (ZEW) in Mannheim.

Kapitel 4

Forschungsprojekte

4.1 Lehrstuhl für Absatzwirtschaft

Berichterstatter: *Prof. Dr. Mark Heitmann*

1. Arbeitsgebiet: Interaktives Marketing

Eine jüngere Entwicklung auf dem Gebiet des Marketing ist die Nutzung des Internets sowie mobiler Netzwerke für die Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen. Erwirbt der Kunde Leistungen über das Internet, kann er oftmals über mehr Details entscheiden als bei einem physischen Händler. Nahezu allen produktpolitischen Aktivitäten in diesem Bereich liegt die Vorstellung zugrunde, dass Individuen die Evaluation und Selektion eines Erzeugnisses auf Basis klarer und eindeutiger Präferenzen vornehmen, die im Zeitverlauf stabil sind und bezüglich aller „features and functions“ existieren. Die deskriptive Entscheidungsforschung zeigt hingegen, dass Präferenzen für bestimmte Produktfacetten zeitlich hochgradig instabil sind. Diese Erkenntnis ist z.B. für das Mass Customization von ganz besonderer Bedeutung, da der Kunde einen Entscheidungs- bzw. Konfigurationsprozess durchläuft, in dessen Verlauf sich Präferenzen neu bilden oder bestehende Präferenzen verändern. Insofern bedarf es einer Verzahnung der deskriptiven Entscheidungstheorie mit der Gestaltung interaktiver Marketingsysteme um aufzuzeigen, in welchen Phasen einzelne entscheidungstheoretische Effekte wirksam werden können. Hieraus ergeben sich Forschungsfragen, die eine dezidierte Analyse des Entscheidungsverhaltens in interaktiven Medien erlauben und Ansatzpunkte für Unternehmen aufzeigen, um dieses Verhalten zu beeinflussen. Vor diesem Hintergrund werden insbesondere folgende Fragen untersucht: (1) Wie, warum und unter welchen Umständen beeinflussen Vorselektionen das Kaufentscheidungsverhalten von Konsumenten? (2) Welche Wirkung hat die Reihenfolge von Entscheidungen in „Mass Customization“-Systemen für das Produktkonfigurationsverhalten? (3) Wie wirken gut und schlecht vergleichbare Merkmalsausprägungen auf das Kaufverhalten im Internet?

Ausgewählte aktuelle Zeitschriftenpublikationen: [23], [20]

2. Arbeitsgebiet: Produktmanagement

Die Erkenntnisse der deskriptiven Entscheidungstheorie stellen das marktorientierte Produktmanagement vor große Herausforderungen. Besitzen Kunden keine stabilen und kontextinvarianten Präferenzen, wird die kundenorientierte Gestaltung von Produkten und Dienstleistungen

erschwert. Insbesondere geht die Mehrzahl derzeitiger Marktforschungsmethoden unzureichend darauf ein, dass Nachfrager unterschiedliche Heuristiken bei der Entscheidungsfindung anwenden. So entsteht oftmals der Befund, dass der Nachfrager vor dem Regal anders entscheidet, als dies auf Basis standardisierter Erhebungen zu erwarten gewesen wäre. Ein umfassend kundenorientiertes Produktmanagement darf sich daher nicht auf die Frage beschränken, welche Produkte bzw. Dienstleistungen Kunden normativ auswählen sollten, sondern welche Strategien in verschiedenen Entscheidungskontexten tatsächlich angewendet werden. Im ersten Schritt lassen sich klassische Marktforschungsinstrumente um individuelle Vorlieben für einzelne Entscheidungsheuristiken ergänzen, um präzisere Prognosen des Nachfrageverhaltens zu erlauben. Ferner stehen Unternehmen vor der Herausforderung strategisch flexibel auf sich ändernde Kundenpräferenzen zu reagieren. Während die Bedeutung der strategischen Flexibilität unbestritten ist, bleibt zu klären, wie Unternehmen Flexibilität im Produktmanagement erlangen können. Des Weiteren unterstellen kundenorientierte Marketingansätze, dass ein breiteres Produktangebot dem Kunden zusätzlichen Nutzen bietet und zu mehr Nachfrage und Zufriedenheit führt. Neuere Befunde zeigen hingegen, dass mehr Auswahl den Kunden auch vor immer größere Herausforderungen stellt. So kann es durchaus zu einer Gegenreaktion kommen, aufgrund derer Kunden eher vom Kauf Abstand nehmen, wird ihnen zu viel angeboten. Obwohl dieses Phänomen vereinzelt dokumentiert wurde, ist bislang noch ungeklärt, warum und unter welchen Umständen es dazu kommt. Auch deuten erste Ergebnisse darauf hin, dass die Kundenzufriedenheit unter komplexen Entscheidungsproblemen leidet. Wie genau Kaufentscheidungen und Kundenzufriedenheit zusammenhängen, ist jedoch nur in Ansätzen erforscht. Bei langlebigen Konsumgütern werden oftmals regelmäßig neue Produktgenerationen herausgebracht (z.B. MP3-Player, Automobile, Laptops). Kunden, die von einem Kauf Abstand nehmen, haben somit stets die Möglichkeit zu einem späteren Zeitpunkt eine unter Umständen fortschrittlichere Generation zu erwerben. Insofern ist zu klären, wie Sortimente generationsübergreifend optimiert werden können ohne dabei die Gefahr zu vernachlässigen, dass Nachfrager einzelne Produktgenerationen auslassen. Vor diesem Hintergrund werden die folgenden Fragen adressiert: (1) Wie können Unterschiede im individuellen Entscheidungsverhalten bei der Erhebung von Kundenpräferenzen berücksichtigt werden? (2) Warum gelingt es einigen Unternehmen mit ihren Produkten und Dienstleistungen flexibler auf Marktveränderungen zu reagieren als anderen? (3) Unter welchen Umständen und aufgrund welcher Mechanismen führen zusätzliche Varianten zu mehr und zu weniger Absatz? (4) Welche Bedeutung haben Prozesse der Kaufentscheidungsfindung für die Kundenzufriedenheit? (5) Wann sollten Unternehmen eine neue Produktgeneration einführen und welches relative Qualitätsniveau ist langfristig optimal? (6) Wie wirken Designelemente auf das Kaufverhalten von Konsumenten?

Ausgewählte aktuelle Zeitschriftenpublikationen: [24], [35]

3. Arbeitsgebiet: Markenmanagement

In vielen Märkten steht beim Kauf und Konsum von Produkten nicht mehr die Erfüllung funktional-materieller Bedürfnisse der Individuen im Mittelpunkt, sondern vielmehr die Befriedigung emotional-ästhetischer Wünsche. Die Erkenntnisse der Motivforschung zeigen, dass der Erwerb von Leistungen insbesondere durch die Übereinstimmung mit dem individuellen Selbstkonzept bestimmt wird. Bei der Gestaltung von Erzeugnissen geht es folglich darum, einen Bezug zwischen dem markierten Gut und dem Selbstbild des Konsumenten herzustellen. Dieses Anliegen vor Augen zielen Unternehmen darauf ab, die von ihnen kreierten Marken als Beziehungspartner des Individuums zu positionieren. Folglich werden im Rahmen der Markenbildung Güter und Dienste mit Persönlichkeitsmerkmalen aufgeladen, die dem Kunden beim

Ge- oder Verbrauch den Ausdruck seiner Persönlichkeit ermöglichen. Zumeist reicht jedoch eine dyadische Beziehung nicht aus, um die Bedeutung von Marken für das Individuum vollständig zu erfassen. Insbesondere ist zu klären, wie die Markenpräferenzen des sozialen Umfelds auf die individuelle Markenbeziehung wirken. Neben der Beziehung des Kunden zur Marke existieren vielfältige Beziehungen zwischen Unternehmen, die markierte Produkte vertreiben. Schlecht verstanden ist bislang, wie Nachfrager darauf reagieren, wenn Unternehmen und damit Marken fusionieren. Der Kunde muss in diesem Fall verschiedene Auffassungen gegenüber unterschiedlichen Marken integrieren und zu einem neuen Gesamturteil gelangen. Dabei ist zu prüfen, ob und in welchen Konstellationen sich mehr, weniger oder gleich viele Kunden für eine fusionierte Marke interessieren als für die zuvor isoliert angebotenen Marken. Im Markenmanagement gilt das Augenmerk vornehmlich den Ansprüchen von Kunden an die Beschaffenheit von Marken und den markenbezogenen Aktivitäten der Konkurrenten (externe Markenführung). In jüngster Zeit wenden sich Markenmanager zudem der internen Markenführung zu, die auf eine Identifikation der Mitarbeiter mit der Marke abzielt und eine Verankerung der Markenwerte im Mitarbeiterverhalten anstrebt. Obgleich einige wenige Arbeiten zu diesem Thema vorliegen, ist die Frage nach der Tauglichkeit verschiedener Instrumente zur Vermittlung der Markenbotschaft nach innen bislang unbeantwortet. Ferner ist zu beachten, dass eine Marke nicht selbständig agieren kann. Vielmehr wird das Bild bzw. das Verhalten der Marke durch die Gesamtheit der Marketingaktivitäten des Unternehmens repräsentiert. Steht eine Maßnahme nicht im Einklang mit der Markenidentität oder ist das Bild der Marke in ihrer Funktion als Beziehungspartner getrübt, empfindet der Nachfrager ein Fehlverhalten der Marke. Welche individuellen Konsequenzen aus dem Markenfehlverhalten resultieren, ist bislang nur unbefriedigend beantwortet. Ferner werden Markenidentitäten nicht zuletzt über die Produkt- und Verpackungsgestaltung kommuniziert. So zeigen einige aktuelle Forschungsarbeiten, dass sich generische Designmerkmale identifizieren lassen, die als Markenimagentreiber fungieren und damit den Produktabsatz bestimmen. Insofern werden die folgenden Forschungsfragen adressiert: (1) Inwieweit wird die individuelle Markenbeziehung durch das Markenauswahlverhalten und die Markenkommunikation des sozialen Umfelds bestimmt? (2) Welche Nachfrageeffekte resultieren aus dem Zusammenschluss von Marken? (3) Wie können Mitarbeiter dazu motiviert werden, Markenversprechen authentisch und verlustfrei an den Kunden zu vermitteln? (4) Welche Auswirkungen hat das Markenfehlverhalten auf die Kunden-Marken-Beziehung?

Ausgewählte aktuelle Zeitschriftenpublikationen: [25], [27]

4. Arbeitsgebiet: Preismanagement

Bei der Festlegung von Preisen für Produkte und Dienstleistungen treten immer wieder zwei Probleme auf. Zum einen ist zu beobachten, dass Kunden auf Preise in objektiv gleicher Höhe unterschiedlich reagieren, sofern diese verschiedenartig kommuniziert werden. Zum anderen weicht das reale Kaufverhalten oftmals erheblich von dem ab, was auf Basis standardisierter Messungen von Zahlungsbereitschaften zu erwarten gewesen wäre. Von besonderer Bedeutung sind in diesem Zusammenhang affektive Reaktionen auf die Preiskommunikation. Während im Zusammenhang mit anderen Marketinginstrumenten (z.B. Produkt- und Kommunikationspolitik) zahlreiche Befunde zu Determinanten und Konsequenzen affektiver Reaktionen vorliegen, finden sich nur unzureichende Erkenntnisse in Bezug auf die Preisdarbietung. Dies ist nicht zuletzt deshalb unbefriedigend, weil sich Affekte in anderen Domänen als besonders nachfragewirksam erwiesen haben. Viele Firmen kommunizieren zudem nur selten einen Einheitspreis für ein Produkt oder eine Dienstleistung, sondern zahlreiche Preise für verschiedene Leistungskomponenten. In diesem Zusammenhang ist das Upselling zu einem zentralen Marketingziel

geworden, d.h. Unternehmen bieten nicht nur Basisprodukte zu Einheitspreisen an, sondern sind vermehrt bestrebt, aufpreispflichtige Zusatzleistungen zu vertreiben. Dabei ergeben sich zahlreiche Möglichkeiten die Mehrkosten für Zusatzleistungen zu kommunizieren. Unklar ist, welche Kommunikationsform für welche Produkte und bei welchen Kundengruppen die größte Nachfragewirkung erzielt. Ferner zeigt die Forschung, dass Kunden mentale Budgets für verschiedene Ausgabekategorien führen. Dabei achten Nachfrager darauf, kategorienspezifische Budgetgrenzen nicht zu überschreiten. Von Interesse ist daher, in welchen Kategorien Kunden Budgets festlegen und wie Zusatzleistungen den einzelnen Kategorien zugewiesen werden. Dies ermöglicht eine Schätzung von Nachfrageinterdependenzen und damit eine übergreifende Preisoptimierung. Vor diesem Hintergrund werden Antworten auf die folgenden Forschungsfragen gesucht: (1) Welche Nachfragewirkung entfalten unterschiedliche Preisdarstellungen für Zusatz- und Ergänzungsleistungen? (2) Unter welchen Umständen lösen Preisinformationen und -änderungen emotionale Reaktionen aus und welche Nachfragewirkungen ergeben sich daraus? (3) Welche Produktcharakteristika und welche Umstände der Kaufentscheidung determinieren die Höhe von Kreuzpreiselastizitäten zwischen verschiedenen Produktgattungen? (4) Wie lassen sich Zahlungsbereitschaften ermitteln, die valide Prognosen des realen Kaufverhaltens erlauben?

Ausgewählte aktuelle Zeitschriftenpublikationen: [33], [22]

4.2 Lehrstuhl für Controlling

Berichtersteller: *Prof. Dr. Birgit Friedl*

1. Arbeitsgebiet: Grundfragen des Kostenmanagements

Das Kostenmanagement ist ein Teilgebiet der Betriebswirtschaftslehre, das im deutschsprachigen Raum während der 90er Jahre intensiv diskutiert wurde. Obwohl das Kostenmanagement in der deutschsprachigen Literatur unter anderen Bezeichnungen (z.B. Rationalisierung, Kostenpolitik) eine lange Tradition hat, konzentrierte sich die Diskussion sehr einseitig auf die Instrumente der projektbezogenen Kostengestaltung, die in Japan entwickelt und zu dieser Zeit in Deutschland bekannt wurden. International ist das Kostenmanagement auch nach der Jahrtausendwende erheblich weiterentwickelt worden. Zu nennen ist hier das unternehmensübergreifende Kostenmanagement, das in der deutschsprachigen Literatur noch nicht aufgegriffen worden ist. In einem Projekt, das bereits 2004 gestartet worden ist, wird eine Konzeption für das Kostenmanagement erarbeitet, welche die Basis für eine Reihe empirischer Untersuchungen bilden soll. Die Schwerpunkte der Arbeit liegen auf der Aufarbeitung der deutschsprachigen Literatur, die bis 1932 zurückreicht, und der Weiterentwicklungen auf diesem Teilgebiet der Betriebswirtschaftslehre auf internationaler Ebene sowie der Integration der Lösungen zu Teilproblemen zu einem Gesamtkonzept.

Ein weiteres Projekt beschäftigt sich mit der verhaltenswissenschaftlichen Fundierung des Kostenmanagements; eine Fragestellung, die auch international bisher nur am Rande betrachtet worden ist. Wird das für die Diskussion der vergangenen Jahre typische projektbezogene Verständnis des Kostenmanagements beibehalten, ergeben sich zwei Ansatzpunkte für die verhaltenswissenschaftliche Fundierung des Kostenmanagements: (1) Maßnahmen zur Kostengestaltung verändern die Arbeitsbedingungen nachhaltig oder führen unter Umständen sogar

zum Abbau von Arbeitsplätzen. Sie lösen bei den Mitarbeitern Widerstände gegen die Umsetzung aus, denen durch gezielte Maßnahmen entgegengewirkt werden muss. Das proaktive Kostenmanagement, das auf eine kontinuierliche Kostengestaltung zielt, löst weit weniger Widerstände bei den Beteiligten und den Betroffenen aus. (2) Wird auf dieses Verständnis des Kostenmanagements übergegangen, tritt ein anderer Verhaltensaspekt in den Vordergrund: Mitarbeiter auf allen Ebenen der Unternehmungshierarchie und in allen Bereichen der Unternehmung sind zu motivieren, kreative Ideen zur Kostengestaltung zu entwickeln und Entscheidungen kostenorientiert zu treffen. Ziel des Projekts ist es, die Ansätze zur Beeinflussung des Entscheidungs- und Ausführungsverhaltens sowie zur Förderung der Kreativität der Mitarbeiter, die in der Psychologie sowie in der betriebswirtschaftlichen Organisationslehre für den Unternehmungswandel und das Innovationsmanagement entwickelt worden sind, zu sichten und auf ihre Eignung für das Kostenmanagement zu überprüfen.

In beiden Projekten werden auf dem Gebiet des Kostenmanagements völlig neue Wege beschritten, der Problembereich des Kostenmanagements deutlich erweitert und neue Forschungsfragen aufgeworfen, die in nachfolgenden Projekten bearbeitet werden sollen. Die Ergebnisse sind in einer Monographie mit dem Titel „Kostenmanagement“ veröffentlicht worden.

2. Arbeitsgebiet: Einflussfaktoren auf den Erfolg der kostenorientierten Produktentwicklung

Die kostenorientierte Produktentwicklung ist durch die Planung, Kontrolle und Sicherung der Kosten eines Produktes parallel zum Entwicklungsprozess gekennzeichnet. Forschungsarbeiten zur kostenorientierten Produktentwicklung sind weitestgehend nicht empirisch fundiert. Einzelberichte und deskriptive Auswertungen sind zwar vereinzelt vorhanden, bilden jedoch nur einzelne Aspekte der kostenorientierten Produktentwicklung ab. Zumeist wird die Kostenplanung mit dem Target Costing betrachtet. Nur wenige Arbeiten beleuchten die anderen Phasen, den organisatorischen Kontext der kostenorientierten Produktentwicklung oder die Verknüpfung des Target Costing mit anderen Methoden.

Im Rahmen einer empirischen Untersuchung soll geklärt werden, welche funktionalen, instrumentalen und institutionalen Erfolgsfaktoren der kostenorientierten Produktentwicklung einen Einfluss auf den Erfolg eines Produktes haben. Im Berichtszeitraum ist ein Modell, welches die Wirkungsbeziehungen der obigen Fragestellung abbildet, entwickelt worden. Auf dieser Grundlage ist ein Fragebogen konzipiert und durch Ansprechpartner aus Theorie und Praxis mehreren Pre-Tests unterzogen worden. Die Erhebungsphase erstreckte sich von August 2009 bis Dezember 2009. Gegenwärtig werden die Daten aufbereitet und für die Auswertung vorbereitet.

3. Arbeitsgebiet: Erfolgsfaktoren des prozessorientierten Kostenmanagements im Gemeinkostenbereich

Neben den Produkten und Potentialen bilden die Prozesse einen zentralen Ansatzpunkt zur Gestaltung der Kosten in einer Unternehmung. Durch das Einwirken auf die Prozesse sollen das Kostenniveau, aber auch die Kostenstruktur und der Kostenverlauf beeinflusst werden. Die Prozesse der einzelnen Bereiche der Unternehmung können dabei auf verschiedene Weise und in verschiedenem Umfang gestaltet werden, um so auf die Kosten einzuwirken. In diesem Forschungsprojekt, welches 2009 begonnen wurde, sollen Projekte zur Gestaltung der Prozesse im administrativen Bereich der Unternehmungen untersucht werden. Damit setzt diese Forschungsarbeit am Gemeinkostenbereich der Unternehmungen an, der immer mehr an

Bedeutung gewinnt. Das Ziel dieser Arbeit ist es, die Faktoren auf der funktionalen und instrumentalen Ebene zu identifizieren, die die Planung und Steuerung derartiger Projekte sowie das Verhalten der betroffenen Personen beeinflussen und so zum Erfolg des Projekts führen.

Bisherige Forschungsarbeiten auf dem Gebiet des prozessorientierten Kostenmanagements sind primär auf den primären Leistungsbereich der Unternehmung gerichtet. Betrachtet werden dabei Projekte zur Gestaltung von Produktions- oder Logistikprozessen. Andere Arbeiten untersuchen die Anwendung einzelner Methoden in verschiedenen Bereichen der Unternehmung und betrachten damit nur Teilaspekte des prozessorientierten Kostenmanagements. Der überwiegende Teil der wissenschaftlichen Arbeiten setzt sich aus Case Studies, konzeptionellen Arbeiten oder wissenschaftlich wenig fundierten Arbeiten zusammen. Empirische Arbeiten sind eher deskriptiver Natur. Ein Defizit liegt in der großzahligen empirischen Gesamtbetrachtung des prozessorientierten Kostenmanagements im administrativen Bereich. Im Rahmen dieses Forschungsprojekts wird derzeit ein Modell entwickelt, welches Projekte zur Gestaltung administrativer Prozesse auf Erfolgsfaktoren untersucht. Das Modell soll anschließend großzahlige empirisch überprüft werden.

4.3 Lehrstuhl für Finanzwirtschaft

Berichtersteller: *Prof. Dr. Peter Nippel*

1. Arbeitsgebiet: Aktienrückkauf

Zu dem Arbeitsgebiet Aktienrückkäufe, über das in den Jahresberichten 2007 und 2008 ausführlich berichtet wurde, liegen nun mit Nekat [31] und Nippel/Nekat [32] zwei Veröffentlichungen vor.

2. Arbeitsgebiet: Kursgewinnrealisation und Abgeltungsteuer

Mit der Einführung der Abgeltungssteuer auf Kapitalerträge zum 1.1.2009 sind auch in Deutschland realisierte Kursgewinne bei Wertpapieren unabhängig von der Haltedauer zu versteuern. Dieser Beitrag untersucht anhand eines Zwei- sowie eines Mehr-Perioden-Modells die Entscheidung eines rationalen Investors hinsichtlich der Veräußerung von Wertpapieren aus seinem Portfolio unter den Bedingungen der Besteuerung von Kursgewinnen. Des Weiteren erfolgt eine quantitative Abschätzung der qualitativen Modellergebnisse unter Verwendung von numerischen Berechnungen. In die Analyse der optimalen Veräußerungszeitpunkte beziehen wir explizit die individuellen Erwartungen des Investors ein und zeigen, dass für die Entscheidung über den weiteren Verbleib eines Wertpapiers in seinem Portfolio die Höhe des Kursgewinns und dessen Besteuerung zwar relevant sind, die individuellen Erwartungen jedoch eine viel gewichtigere Rolle spielen.

3. Arbeitsgebiet: Unternehmensbewertung unter der Abgeltungsteuer

Die Abgeltungsteuer ist auch in der Unternehmensbewertung zu berücksichtigen, wenn der Unternehmenswert als der Barwert der den Kapitalgebern nach allen Steuern zufließenden Cashflows angesehen und berechnet wird (DCF-Verfahren). Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass nur realisierte Kursgewinne besteuert werden. Somit hängt die Steuer davon ab, wann und unter welchen Umständen die Anteilseigner Kursgewinne realisieren. In diesem Projekt

wird daher die Unternehmensbewertung unter alternativen Annahmen über die Strategie der Anteilseigner hinsichtlich der Realisation von Kursgewinnen untersucht. Neben den Grenzfällen mit starrer Planung, d.h. der unbedingten Realisation von Kursgewinnen in jeder Periode oder nur am Ende des Planungshorizonts, ist insbesondere die flexible Planung, die dazu führt, dass nur Kursverluste (steuersparend) realisiert werden, Kursgewinne hingegen nur am Ende des Planungshorizonts, zu berücksichtigen. Letztere führt aufgrund der Inanspruchnahme von zinslosen Steuerkrediten zum höchsten Unternehmenswert. Der Wert der Unternehmung ist um den Wert der Optionen auf die Inanspruchnahme der Steuerkredite höher. Neben einer allgemein gültigen theoretischen Analyse werden auch numerische Studien angestellt, um die quantitativen Unterschiede zwischen den Unternehmenswerten unter den alternativen Annahmen hinsichtlich der Strategien der Anteilseigner abschätzen zu können.

4. Arbeitsgebiet: Time dependence of the market price of risk: A model comparison and evidence for the German stock market

Zu dem im letzten Jahr ausführlich beschriebenen Forschungsgebiet liegt ein Arbeitspapier vor, das beim Journal „Quantitative Finance“ eingereicht wurde und sich momentan in einem Überarbeitungsprozess befindet.

5. Arbeitsgebiet: Bewertung von strukturierten Produkten

Der Lehrstuhl beschäftigt sich mit der Bewertung von strukturierten (derivativen) Produkten im Rahmen eines von der ISH (Innovationsstiftung Schleswig-Holstein) geförderten Projektes. Um die Bewertung und Risikoeinschätzung von derivativen Produkten durchführen zu können, wurde in diesem Jahr ein Schätz-Algorithmus zur Anpassung historischer Zeitreihen an parametrische nicht-lineare Prozesse implementiert. Dieser Algorithmus muss zum einen praktischen Anforderungen wie z.B. benötigte Rechenkapazität und Stabilität bezogen auf eine große Anzahl variierender Datensätze genügen und zum anderen aus der wissenschaftlichen Literatur bekannte Eigenschaften von Renditen, wie z.B. die sogenannten „fat tails“ und die Heteroskedastizität von Renditen, abbilden. Diese beiden zuletzt genannten Eigenschaften besitzen eine besondere Bedeutung bei der Berechnung des Value-at-Risk (VaR) und damit für die Risikoeinschätzung von Finanzinstrumenten. Aus der Komplexität dieser Anforderungen resultierend ist die Basis des implementierten Schätz-Algorithmus der zu den MCMC-Verfahren (Monte-Carlo-Markov-Chain-Verfahren) gehörende Griddy-Gibbs-Sampler unter Berücksichtigung der in der wissenschaftlichen Literatur weitverbreiteten GARCH-Modelle und der t -Verteilung. Darüber hinaus wurde im Rahmen dieses Projektes in Zusammenarbeit mit dem Handelsblatt eine Studie über den Markt der strukturierten Produkte angefertigt, in der deskriptive Statistiken u.A. über die Entwicklung des Zertifikatemarktes, der Performance von derivativen Produkten im Vergleich zu deren Basistiteln und relevanter Einflussfaktoren informieren.

6. Arbeitsgebiet: Liquiditätsrisiko, Fristentransformation und Abhängigkeiten zwischen Aktiv- und Passivpositionen im deutschen Bankensektor

Two decades of developments in risk-transfer instruments may have fundamentally changed the extent to which banks practice on-balance sheet term and liquidity transformation. These changes should be deliberated in on-balance sheet asset-liability dependencies. By using correlation analyses, we investigate asset-liability dependency for all three sectors of German

universal banks from 1994 to 2007 and find that it declined over our sample period. We also investigate whether asset-liability dependency varies systematically with a bank's affinity for using risk-transfer instruments, regulatory capital, and profitability and document several differences between the three sectors of German universal banks.

7. Arbeitsgebiet: Internationale Private Equity Ströme

The change in the business model of venture capitalists from investing locally towards investing across borders started to intensify in the late 1990s. We investigate whether cross-border venture capital flows compensate for potential limits in the domestic venture capital supply. According to a dataset of European and North-American countries, we find that countries with lower stock market capitalizations as well as with poor tax and legal environments for venture capital intermediation exhibit larger net cross-border venture capital inflows. These findings suggest that cross-border venture capital flows partly compensate for potential limits in the domestic venture capital supply.

4.4 Lehrstuhl für Gründungs- und Innovationsmanagement

Berichterstatter: *Prof. Dr. Achim Walter*

Arbeitsgebiet 1: Wachstum von Spin-offs aus öffentlichen Forschungseinrichtungen

Junge technologiebasierte Unternehmen können einen bedeutenden Beitrag zur Schaffung von Arbeitsplätzen, Innovationen und regionalem Wohlstand leisten. Diese wünschenswerten Effekte setzen jedoch voraus, dass sie ihre Technologien in marktfähige Produkte und Dienstleistungen umsetzen und sich in industrielle Wertschöpfungsketten integrieren. Im Falle von Spin-offs aus Forschungseinrichtungen stellt dies aufgrund von besonderen Merkmalen der Kerntechnologie und des Gründers eine Herausforderung dar. Zum einen deuten Forschungsergebnisse darauf hin, dass akademische Spin-offs jüngere, radikalere Technologien mit einem breiteren industriellen Anwendungsspektrum nutzen als etablierte Unternehmen. Zum anderen sind die Gründer von ihrem Forschungshintergrund geprägt und verfügen häufig nur über geringe Kenntnisse von Problemen und Anforderungen der Industrie. So ist bei einem Technologietransfer aus öffentlicher Forschung und speziell bei ‚technology-push‘-Innovationen akademischer Spin-offs zunächst oft unklar, wer von der Technologie am meisten profitiert und in welcher Form potentielle Kunden an ihr interessiert wären.

Vor diesem Hintergrund geht das Forschungsprojekt der Frage nach, inwieweit der Erfolg bzw. der Misserfolg akademischer Spin-offs durch Eigenschaften ihres technologischen Wissens, durch das Management und durch das Gründungsumfeld bestimmt wird. Erste Ergebnisse wurden auf Konferenzen vorgestellt und sind bereits publiziert.

Arbeitsgebiet 2: Die Entwicklung von Netzwerk-Kompetenz

Akademische Spin-offs sind zur Realisierung von Wachstumszielen auf die erfolgreiche Integration in industrielle Wertschöpfungsketten angewiesen. Damit einher geht die Notwendigkeit der Zusammenarbeit mit externen Partnern. Diese Netzwerkpartner ermöglichen ihnen, z.B. den

schnellen, effektiven und unkomplizierten Zugang zu komplementären technischen Know-how, zu Marktinformationen, zu potentiellen Kunden oder zu günstigem Kapital. Wertschöpfende Netzwerke entstehen jedoch nicht von selbst. Vielmehr birgt die Zusammenarbeit mit externen Partnern mitunter auch Risiken und kann mit konkreten Nachteilen verbunden sein. Forschungsergebnisse deuten darauf hin, dass besonders erfolgreiche Unternehmen spezielle organisationale Routinen bzw. Fähigkeiten zur Gestaltung, Nutzung und Pflege ihres Netzwerks ausbilden, die so genannte Netzwerk-Kompetenz. Bisher gibt es jedoch kaum umsetzbare Vorschläge, wie die Entwicklung von Netzwerk-Kompetenz gezielt gefördert werden kann.

In dem Forschungsprojekt wird der Frage nachgegangen, welche Maßnahmen das Management ergreifen kann, um Netzwerk-Kompetenz aufzubauen. In einem longitudinalen Design wird die Entwicklung von Netzwerk-Kompetenz am Beispiel von akademischen Spin-offs empirisch überprüft.

Arbeitsgebiet 3: Patentbewertung Patentstrategien von Ausgründungen aus Forschungseinrichtungen

Ausgründungen aus Forschungseinrichtungen verfolgen in der Regel eine Differenzierungsstrategie, um mit bereits am Markt bestehenden Unternehmen zu konkurrieren. Dem so entstehenden Innovationswettbewerb liegt die jeweilige Kerntechnologie des Spin-Offs zu Grunde, welche somit einen wesentlichen Wettbewerbsfaktor für die Unternehmen darstellt.

Dem Schutz der Kerntechnologie und des damit verbundenen geistigen Eigentums kommt bei diesen Unternehmen daher eine besondere Bedeutung zu. Dieser kann durch formale Schutzrechte erfolgen, insbesondere durch Patente. Die Effektivität der Schutzfunktion von Patenten ist jedoch stark unterschiedlich ausgeprägt und die Unternehmen sind durch die Patentanmeldung gezwungen, die Funktionsweise ihrer Kerntechnologie offen zu legen. Diese Faktoren können sich nachteilig auf die Unternehmensentwicklung auswirken.

Im Rahmen dieses Forschungsprojekts soll daher untersucht werden, inwieweit die Kerntechnologie von Spin-Offs aus Forschungseinrichtungen sinnvoll durch Patente geschützt werden kann, welche unterstützenden Managementmaßnahmen durchgeführt werden sollten und welche Einwirkungen auf den Erfolg der akademischen Spin-offs sich daraus ergeben.

Arbeitsgebiet 4: Patentschutz und technologische Eigenschaften als Erfolgsfaktoren akademischer Spin-offs

Ausgründungen aus Forschungseinrichtungen verfolgen in der Regel eine Differenzierungsstrategie, um mit bereits am Markt bestehenden Unternehmen zu konkurrieren. Dem so entstehenden Innovationswettbewerb liegt die jeweilige Kerntechnologie des Spin-Offs zu Grunde, welche somit einen wesentlichen Wettbewerbsfaktor für die Unternehmen darstellt.

Daher kommt sowohl den technologischen Eigenschaften (z.B. Radikalität einer Technologie) als auch dem Schutz der Kerntechnologie und des damit verbundenen geistigen Eigentums (z.B. Patente) eine besondere Bedeutung zu.

Im Rahmen dieses Forschungsprojekts soll daher untersucht werden (1) unter welchen Bedingungen die Kerntechnologie von Spin-Offs aus Forschungseinrichtungen sinnvoll durch Patente geschützt werden kann und (2) welche technologischen Eigenschaften von Invention aus öffentlichen Forschungseinrichtungen eine Kommerzialisierung durch Spin-off-Gründungen sinnvoll erscheinen lassen.

Arbeitsgebiet 5: : Zusammenarbeit mit Wettbewerbern

Verkürzte Innovationszyklen und globaler Wettbewerb stellen hohe Ansprüche an die Geschwindigkeit und die Flexibilität junger Technologieunternehmen. Entrepreneurs bietet sich die Möglichkeit, in Allianzen oder in strategischen (Kompetenz)-Netzwerken mit Wettbewerbern den Anforderungen im internationalen Wettbewerb zu begegnen. Derartige Kooperationen ermöglichen jungen Technologieunternehmen einerseits den Zugang zu komplementären, vielleicht einzigartigen Ressourcen, verheißen aufgrund überdurchschnittlicher Lernerfolge nachhaltige Wettbewerbsvorteile und erlauben den beteiligten Unternehmen eine schnelle Anpassung an dynamische Umwelt- und sich verändernde Marktbedingungen. Andererseits beinhalten sie jedoch ein gesteigertes Risiko, da der Anreiz für den Partner, sich opportunistisch zu verhalten, aufgrund der wettbewerblichen Situation besonders hoch ist.

Widersprüchliche Aussagen in der Literatur weisen darauf hin, dass partnerspezifische Faktoren und branchenspezifische Elemente einen entscheidenden Einfluss nicht nur auf das Entstehen von Kooperation, sondern auch auf deren Erfolgswirksamkeit ausüben. Als die Kooperation konfigurierende Elemente werden die Anzahl der Partner, die Richtung der Kooperation, die Komplexität der Zusammenarbeit, die angestrebten Kooperationsziele bzw. -zwecke sowie das Alter bzw. der Abschnitt im Lebenszyklus, in dem sich die Partnerschaft befindet, integriert. Darüber hinaus wird der Einfluss branchen- und technologiebezogener Faktoren, wie einerseits der Reifegrad der Branche, das Branchenwachstum und die brancheninterne Wettbewerbsintensität, und andererseits der Reifegrad, die Dynamik und die Komplexität der verwendeten Technologie untersucht.

Arbeitsgebiet 6: Soziale Netzwerke privatwirtschaftlicher Spin-offs

Spin-offs aus technologiebasierten Unternehmen gelten als besonders erfolgreiche Form der Unternehmensgründung, da mit den Gründern wichtige Ressourcen aus dem Mutterunternehmen in das Spin-off transferiert werden. Hierzu zählen beispielsweise technologisches und marktbezogenes Wissen und das persönliche Netzwerk der Gründer.

Der Frage, unter welchen Bedingungen diese potenziell guten Startvoraussetzungen tatsächlich zu erfolgreichen Spin-offs führen, ist in der Forschung bislang nur unzureichend betrachtet worden. Insbesondere ist unklar, welchen Einfluss Mutterunternehmen bei der Entwicklung ihrer Spin-offs haben und wie sich die Ausgestaltung und Entwicklung des industriellen Netzwerks auf den Spin-off-Erfolg auswirkt. Im Rahmen dieses Forschungsprojekts wird daher untersucht (1) wie sich die Zusammenarbeit mit dem Mutterunternehmen auf den Erfolg des Spin-offs auswirkt, (2) inwiefern Spin-offs von Netzwerkkontakten aus Ihrer vorherigen Tätigkeit profitieren und (3) wie sich die Art persönlicher Beziehungen zu verschiedenen Netzwerkpartnern auf den Erfolg des Spin-offs auswirkt. Da in unterschiedlichen Entwicklungsphasen privatwirtschaftlicher Spin-offs unterschiedliche Anforderungen an industrielle Netzwerke zu stellen sind, soll hierbei ein besonderes Augenmerk auf die Veränderung des Netzwerks im Hinblick auf die oben genannten Aspekte gelegt werden.

4.5 Lehrstuhl für Innovation, Neue Medien und Marketing

Berichtersteller: *Prof. Dr. Dr. h.c. Sönke Albers*

Hier werden nur die Arbeitsgebiete zum Marketing dargestellt, die restlichen Arbeitsgebiete finden sich unter dem Institut für Innovationsforschung.

1. Arbeitsgebiet: Verkaufs- und Kundenmanagement

Bis heute existiert keine systematische Zusammenstellung der Erkenntnisse über die Wirksamkeit des Verkaufsaußendienstes. In [5] wird deshalb eine Meta-Analyse der Elastizitäten durchgeführt, die für Verkaufsaußendienste in empirischen Studien gefunden wurden. Als Ergebnis erhält man im Mittel über alle Studien eine Elastizität von 0,34. Korrigiert man dies um durch Methoden bedingte Verzerrungen, so erhält man einen korrigierten Mittelwert von 0,31, der besagt, dass man damit rechnen kann, dass der Umsatz um 3,1 % steigt, wenn man 10 % mehr Aufwand durch den Verkaufsaußendienst investiert.

Im Rahmen einer Konferenz zu Ehren der früh verstorbenen Erin Anderson wurde von 10 international ausgewiesenen Experten aus dem Bereich des Verkaufsmanagement diskutiert, welche Erkenntnisse bisher gewonnen worden sind und welche Trends zu neuen Fragestellungen führen. In dem daraus entstandenen Aufsatz [28] wurde insbesondere herausgestellt, dass der Erfolg durch integrierten Einsatz von Verkaufsteams und Abstimmung mit dem Marketing erzielt werden kann.

Im Kundenmanagement spielen traditionelle Instrumente wie Werbung eine immer geringere Rolle. In [49] wird deshalb die Wirkungsweise von „Kunden-werben-Kunden-Programme“ näher untersucht. Im Rahmen einer empirischen Untersuchung wird gezeigt, dass die wesentlichen Determinanten für erfolgreiche Kundenempfehlungen auf der Beziehungsebene von Empfehlungs-Sender und -Empfänger zu finden sind und nicht – wie bisher in der Literatur erwartet – auf der persönlichen Ebene.

Inwieweit der Erfolg von CRM-Systemen von ihrer organisationalen bzw. technischen Implementierung sowie der Unterstützung von Mitarbeitern und Management abhängt, wird in [6] im Rahmen einer empirischen Studie untersucht. Die Ergebnisse verdeutlichen, dass sich CRM-Systeme nicht für alle Zielsetzungen des Kundenmanagement gleichermaßen eignen und dass Unternehmen die Implementierung maßgeblich unterstützen können, indem sie die Akzeptanz bei Management und Mitarbeitern für das CRM-System fördern.

In [51] werden Problemfelder des Benchmarking-Verfahrens „Data Envelopment Analysis“ (DEA) herausgearbeitet. Es wird ein erweitertes DEA-Modell entwickelt, welches auf individuell geschätzten Koeffizienten pro Außendienstmitarbeitern besteht und damit diese Problemfelder reduziert sowie zusätzliche Analysemöglichkeiten bietet. Unter Verwendung eines umfassenden Außendienstdatensatzes aus der Pharmazeutischen Industrie werden die Problemfelder der DEA empirisch verdeutlicht und die verbesserten und zusätzlichen Erkenntnisse des neuen und erweiterten DEA-Modells demonstriert.

In [55] wird eine zweistufige Methode vorgestellt, die es ermöglicht, räumliche (oder auch soziale oder andere) Spillover-Effekte in Umsatzreaktionsfunktionen zu berücksichtigen und, darauf aufbauend, eine Optimierung der Allokation über alle Regionen und Segmente hinweg unter

Einbeziehung dieser Spillovers vorzunehmen. Eine empirische Anwendung findet diese Methode für den Bereich der pharmazeutischen Industrie, für die die aus einer reinen Umverteilung des Gesamtbudgets resultierenden Unterschiede in Allokation sowie geschätztem Umsatz und Profitabilität aufgezeigt werden. Die methodischen Grundlagen für die räumliche Modellierung wurden im Beitrag „Spatial Analysis“ [21] für das im Rahmen des Graduiertenkollegs vorgelegte Buch „Methodik der empirischen Forschung“ dargestellt.

2. Arbeitsgebiet: Marketing-Management

Im Pharma-Marketing wollen Unternehmen wissen, welche Effekte von dem Einsatz ihrer verschiedenen Marketing-Instrumente auf den Absatz des Gesamtmarkts und welche auf den Marktanteil ausgehen. Dies ist deshalb von Bedeutung, da bei Effekten auf den Marktanteil die Gefahr besteht, dass sich Wettbewerber genötigt sehen, ihrerseits zu kontern. Auf der anderen Seite sind Maßnahmen, die den gesamten Markt positiv beeinflussen, auch für die Konkurrenten von Vorteil. In [15] wird deshalb gezeigt, wie man die Effekte differenziert aus Panel-Daten schätzen kann und insbesondere auch nach Patienten- und Ärzte-bezogenen Instrumenten aufteilen kann.

Bei der Tarifgestaltung von Finanzdienstleistungen bieten sich optionale, zweiteilige Tarife an, um die Zahlungsbereitschaft der Kunden abzuschöpfen. Das resultierende Entscheidungsmodell stellt eine komplexe kombinatorische Programmierungsaufgabe dar. Für eine den Anforderungen seitens des Entscheidungsträgers genügende Entscheidungsunterstützung ist es besser, Lösungen auf Basis einer inhaltlich motivierten Heuristik zu suchen. In unserem Fall wird deshalb in [3] vorgeschlagen, dass beim Vorliegen von gut unterscheidbaren Segmenten, für jedes Segment genau einen Tarif anzubieten, der dessen Präferenzen möglichst gut entspricht. Wir berücksichtigen, dass Entscheidungsträger in die Auswahl der Lösung aktiv involviert sein und nicht nur mit einer vermeintlich besten Lösung konfrontiert werden möchten. Dies erlaubt ihnen, auch nicht modellierte Aspekte in die Entscheidungsfindung einfließen zu lassen. Weiterhin sind Entscheidungsträger von dem Risiko einer Lösung betroffen und wollen Risiken gemäß ihrer eigenen und meist nicht formal erfassbaren Risikonutzenfunktion gegen erwartete Zielverbesserungen abwägen. Der Aufsatz [3] beschreibt eine konkrete Anwendung bei einem Finanzdienstleister.

Während in letzter Zeit immer kompliziertere Schätzverfahren entwickelt worden sind, um verschiedene Verzerrungen von Daten berücksichtigen und korrigieren zu können, weiß man noch nicht, wie stabil diese Verfahren wirklich zu besseren Schätzern führen, wenn die Daten durch ein hohes Maß an Rauschen gekennzeichnet sind. Insbesondere interessiert dabei, wie die Güte darauf aufbauender Allokationsentscheidungen ausfällt. In [37] wird deshalb mit Hilfe einer computergestützten Simulationsstudie untersucht, welche Schätz- und Allokationsverfahren zu den höchsten Gewinnen führen. Dabei erwies sich, dass robuste Schätzverfahren wie das Fixed Effects Model bei hoher Heterogenität der Daten zuverlässige Schätzergebnisse liefern. Bei hohem Rauschen zeigt sich, dass einfache Allokationsheuristiken wie die Verteilung eines Budgets proportional zum mittleren Umsatz häufig bessere Ergebnisse erbringen als optimale Allokationen auf der Basis kompliziert geschätzter Koeffizienten.

Während bei der Profilierung von Produktmarken der Kunde im Fokus steht, ist die Komplexität bei der Führung von Unternehmensmarken aufgrund der größeren Zahl von Stakeholdern ungleich größer. In [14] wird daher der Einfluss von Kommunikationsmaßnahmen auf das Commitment verschiedener Anspruchsgruppen empirisch untersucht. Die Ergebnisse zeigen deutliche Unterschiede zwischen den Anspruchsgruppen hinsichtlich der aktivierenden Imagekomponenten und Kommunikationsmaßnahmen.

Der Gewinn von Kreativ-Wettbewerben spielt für Werbeagenturen eine wichtige Rolle. Nur Agenturen, die jährlich in den Kreativ-Rankings führen, haben eine Chance, bei der Akquise von Neugeschäft wichtige und große Etats für sich zu sichern. Da nur über den Gewinn von Kreativ-Wettbewerben eine vordere Position den entsprechenden Rankings gesichert werden kann, stellt sich für viele Agenturen die Frage, welche Faktoren einer Kampagne für eine gute Platzierung sorgen. Mitunter entwickeln Werbeagenturen sogar kreative Kampagnen kostenlos für kleine Unternehmen, in der Hoffnung, durch kreativere Freiheiten bessere Platzierungen zu erhalten. In [58] wird auf der Basis von etwa 100 Werbekampagnen untersucht, ob solche Kampagnen häufiger Preise erzielen und auch von Experten als kreativer eingeschätzt werden. Beides ist nicht der Fall, so dass eigentlich kein Grund für solche unechten Kampagnen besteht und die Autoren Agenturen empfehlen, die vorhandenen Ressourcen in reale Projekte zu investieren.

3. Arbeitsgebiet: Methodik der empirischen Forschung

Auch die zweite Auflage des von den am Graduiertenkolleg beteiligten Professoren herausgegebene Buch zur Methodik der empirischen Forschung ist vergleichsweise schnell verkauft worden, so dass es in einer verbesserten und erweiterten 3. Auflage [4] im Gabler-Verlag erschienen ist. Gegenüber der 2. Auflage sind die in der Zwischenzeit im Web angebotenen zusätzlichen Artikel in die 3. Auflage übernommen worden. Es handelt sich um die Beiträge zur Multidimensionalen Skalierung, zur Schätzung von Marketing-Modellen mit simulationsbasierten Verfahren [36], zu Nichtparametrischen Testverfahren, zu Event Studies [19], zur Conjoint Analyse, zur Sequenzdatenanalyse und zur Spatial Analysis [21]. Weitere Artikel werden kontinuierlich ergänzt und im Internet kostenlos angeboten unter <http://www.bwl.uni-kiel.de/grad-kolleg/methodenbuch/>.

4.6 Lehrstuhl für Organisation

Berichterstatter: *Prof. Dr. Joachim Wolf*

Arbeitsgebiet 1: Strategiegerechter Entwurf von Matrixstrukturen für MNCs

Der zunehmende Facettenreichtum der Strategien multinationaler Unternehmen erfordert eine verbesserte Strategie-Struktur-Theorie, welche komplexere Organisationsformen einschließt. In [13] wird deshalb eine empirische Untersuchung vorgestellt, welche die in der Disziplin etablierte, auf eindimensionale Organisationsmodelle ausgerichtete Strategie-Struktur-Theorie auf Matrixstrukturen ausdehnt. Der Beitrag greift auf den Informationsverarbeitungsansatz zurück, um einen neuen konzeptionellen Bezugsrahmen und neue Hypothesen zu entwickeln. Die Hypothesen werden anhand einer Stichprobe von 57 deutschen multinationalen Unternehmen getestet. Dieser Test zeigt, dass der die Matrixstrukturen betreffende Teil des bekannten Stopford-Wells-Modells nicht haltbar ist. Demgegenüber stützen die Ergebnisse den größten Teil des neu entwickelten alternativen Erklärungsmodells. Hierdurch werden umfassendere Einsichten darüber gewonnen, in welcher Weise die organisationsstrukturellen Dimensionen den Informationsfluss in matrixstrukturierten Unternehmen beeinflussen. Die Untersuchung führt zu einer besser spezifizierten Theorie matrixstrukturierter Unternehmen, welche ein breiteres Spektrum der Strategieelemente internationaler Unternehmen integriert. Eine abschließend durchgeführte Diskriminanzanalyse zeigt, dass es den matrixstrukturierten Unternehmen in der

Stichprobe tatsächlich gelungen ist, ihre Organisationsstrukturen auf unterschiedliche Strategieelemente auszurichten.

Arbeitsgebiet 2: Die Grenzen der Netzwerkorganisation in multinationalen Unternehmen

Da zahlreiche Publikationen des IB/IM-Bereichs einseitig die Stärken der Netzwerkorganisation für multinationale Unternehmen herausstellen, diskutiert [48] die Grenzen, die sich bei einer Anwendung dieser Organisationsform in multinationalen Unternehmen ergeben. Im Einzelnen werden vier Problemtypen identifiziert: (1) Probleme, welche den Wissenstransfer zwischen den Teileinheiten von MNCs betreffen, (2) Probleme bezüglich des Vertrauensaufbaus und der Organisationskultur in multinationalen Unternehmen, (3) Probleme im Hinblick auf die Entwicklung von Auslandsgesellschaften und dem Stress von Auslandsgesellschaftsmanagern sowie (4) weitere Probleme von einer mehr generellen Art. Aufgrund der Erheblichkeit dieser Probleme wird erwartet, dass die Netzwerkorganisation zumindest auf die lange Sicht nicht in der Lage sein wird, die formale Organisationsstruktur multinationaler Unternehmen zu ersetzen. Vielmehr ist es wahrscheinlicher, dass die Netzwerkorganisation als ein additives Organisationsinstrument dient, welches die Informationsverarbeitungskapazitäten steigert, die von der formalen Organisationsstruktur bereitgestellt werden. Aufgrund der nachhaltigen Bedeutung der formalen Organisationsstruktur wird in einem weiteren Abschnitt aufgezeigt, in welcher Weise die formale Organisationsstruktur helfen kann, die Grenzen der Netzwerkorganisation zu überwinden. Und schließlich argumentiert der Beitrag, dass insbesondere die formale Matrixstruktur in der Zukunft wieder intensiver studiert werden sollte.

Arbeitsgebiet 3: Das Internationale Management aus organisationswissenschaftlicher Sicht

[47] untersucht den Status des Erkenntnisgebiets „Internationales Management“ aus der Perspektive der betriebswirtschaftlichen Organisationslehre. Dabei geht es insbesondere um eine Positionsabgrenzung des Internationalen Managements, welche erforderlich ist, weil Organisationsfragen seit langem im Mittelpunkt des Managements internationaler Unternehmen und somit auch des Erkenntnisbereichs von Wissenschaftlern stehen, die auf dem Gebiet des Internationalen Managements forschen. Im Einzelnen wird geprüft, ob das Internationale Management über einen besonderen Bestand an Theorien und Konzepten verfügt, zu welchem Zeitpunkt diese Theorien und Konzepte im Bereich des Internationalen Managements aufgefunden sind, wie es um die methodische Sorgfalt im Forschungszusammenhang steht und ob als führend erachtete Beiträge in Fachzeitschriften veröffentlicht wurden, die speziell dem Internationalen Management gewidmet sind. Auf der Basis dieser mehrdimensionalen Analyse zeigt sich, dass das Internationale Management bislang noch nicht den Status einer eigenständigen Teildisziplin der Betriebswirtschaftslehre erlangt hat. Abschließend werden einige forschungsprogrammatische Hinweise entfaltet, die dazu beitragen könnten, den disziplinären Status des Internationalen Managements innerhalb der Betriebswirtschaftslehre zu stärken.

Arbeitsgebiet 4: Karrierepfade von Top-Managern aus fünf Ländern

[7] führt die Methode der Optimal-Matching-Analyse in den Erkenntnisbereich der Top-Management-Forschung ein. Mittels dieser Methode werden in einem lebenslaufbasierten Datensatz sechs verschiedene Karrieremuster von Mitgliedern des Top Managements aus fünf Ländern entdeckt. Das Ausmaß internationaler Erfahrung, die Verweildauer im Unternehmen sowie das Ausmaß allgemeiner beruflicher Erfahrung werden als Kriterien identifiziert, entlang derer sich die sechs Karrieremuster voneinander unterscheiden. Die Daten liefern starke Hinweise

für die Trennschärfe dieser Muster. Weiterhin zeigt sich, dass in den betrachteten Ländern (Dänemark, Deutschland, Japan, Großbritannien und die U.S.A.) unterschiedliche Muster vorherrschen. Aber auch in unterschiedlichen Führungspositionen (z. B. Vorstandsvorsitzender oder Spartenleiter) finden sich gehäuft unterschiedliche Muster.

Arbeitsgebiet 5: Managementstile in europäischen Ländern

[45] Führungskräfte, die in Skandinavien erfolgreich Geschäfte tätigen wollen, müssen die dort herrschenden Managementstile berücksichtigen. Im vorliegenden Beitrag werden diese Managementstile anhand von Kriterien identifiziert. Die Analyse beruht auf einer Auswertung von empirischen Untersuchungen. Es zeigt sich, dass sich die in den skandinavischen Ländern bestehenden Managementstile erheblich von den in Deutschland bestehenden unterscheiden. Ein weiteres Untersuchungsergebnis besteht darin, dass die vorgefundenen Managementstile – obwohl diese sicherlich auch unter dem Einfluss nichtkultureller Faktoren entstanden sind – in hohem Maße mit den landeskulturellen Besonderheiten der skandinavischen Länder erklärbar sind. Im Hinblick auf die Beurteilung des skandinavischen Managementmodells ist festzustellen, dass die dortigen Entscheidungsprozesse qualitativ hochwertig, aber langsam sind.

Arbeitsgebiet 6: Neuauflagen von Lehrbüchern

Auch im Jahr 2009 war die Arbeit des Lehrstuhlinhabers in erheblichem Maße von der Vorbereitung der Neuauflagen seiner im deutschsprachigen Raum genutzten Lehrbücher beherrscht. Zum Abschluss zu bringen war die Vorbereitung der fünften Auflage des Lehrbuchs „Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken“ [42]. Gegen Jahresende wurde die Überarbeitung des Standardlehrbuchs „Unternehmensführung“ in Angriff genommen, welches 2010 in der siebten Auflage erscheinen wird.

4.7 Lehrstuhl für Produktion und Logistik

Berichterstatter: *Dr. Dirk Briskorn (in Vertretung)*

In den Arbeitsgebieten Logistik, Operations Research und Produktion stand die Entwicklung von Modellen und Methoden für unterschiedliche Anwendungsprobleme im Mittelpunkt der Forschungsaktivitäten. Im Folgenden werden je Arbeitsgebiet einige Arbeiten skizziert. Mit dem Ziel der Kürze und Prägnanz geben wir jeweils Titel und Abstract (im Format „[Nr.] Abstract“) wieder.

Arbeitsgebiet 1: Logistik

[53] This paper focuses on single machine scheduling subject to inventory constraints. Jobs add and remove items to and from, respectively, the inventory. Jobs that remove items cannot be processed if the required number of items is not available. We consider scheduling problems on a single machine with regular objective functions L_{max} , $\sum w_j C_j$, $\sum w_j U_j$, and $\sum w_j T_j$, and propose a genetic algorithm framework to tackle them. The focus is on discussion of different representations with respect to redundancy and corresponding decoding schemes. Moreover, we evaluate the different techniques by means of a computational study.

Arbeitsgebiet 2: Operations Research

- [52] Single round robin tournaments are a well known class of sports leagues schedules. We consider leagues with a set T of n teams where n is even. Costs are associated to each possible match. Moreover, stadium availability, fixed matches, and regions' capacities are taken into account. The goal is to find the minimum cost tournament among those having the minimum number of breaks and being feasible with regard to these additional constraints. A branching scheme is developed where branching is done by fixing a break for a team. Thus, the focus is on identifying breaks leading to an infeasible home away pattern set in order to avoid the resulting infeasible subtrees of a branch and bound tree.
- [54] Single round robin tournaments are a well known class of sports leagues schedules. We consider leagues with a set T of n teams where n is even. Costs are associated to each possible match. Since matches are carried out at one of both opponents venues matches may be forbidden in certain periods due to unavailability of stadiums. The goal is to find the minimum cost tournament among those having no forbidden match. We employ a Lagrangian relaxation approach in order to obtain tight lower bounds. Moreover, we develop a cost-oriented repair mechanism yielding a feasible tournament schedule to each solution of the relaxed problem.
- [57] Several types of constraints must be satisfied by schedules of real world sports leagues, e. g. stadium unavailability, fixed matches, forbidden matches, minimum number of breaks. Taking into account such constraints, determining a feasible schedule becomes a challenging task. Usually, there is no schedule satisfying all given constraints and, hence, some of the constraints are considered as "softones. There are various models appropriately describing the environment of real sport leagues. Only heuristic methods are known from the literature for solving instances of such models for real dimensions. We consider here a model which satisfies the demands of many sports leagues. We solve our model by a method which consists in formulating the problem as series of instances of the propositional satisfiability problem and adaption of a satisfiability solver for these specific instances. We test our method on two real world sports leagues and solve the problem optimally in each case. Our solver shows good computational results also on generated test instances, which are motivated by real life requirements of sports league scheduling. Our solver can be easily extended to meet the demands of other sports leagues.
- [60] We study round-robin tournaments for $2n$ teams. Here n is either interpreted as the number of clubs, each having two teams, or the number of strength groups with two teams each. For even n we give a construction of a single round-robin tournament for $2n$ teams with $2n - 2$ breaks, where the teams of the same club have complementary home-away patterns and play against each other in the first round. If the pairs of teams are strength groups, then a cyclic permutation of the constructed schedule results in a group-balanced tournament.

Arbeitsgebiet 3: Produktion

- [56] We formulate the resource-constrained project scheduling problem as a satisfiability problem and adapt a satisfiability solver for the specific domain of the problem. Our solver is lightweight and shows good performance both in finding feasible solutions and in proving

lower bounds. Our numerical tests allowed us to close several benchmark instances of the RCPSP that have never been closed before by proving tighter lower bounds and by finding better feasible solutions. Using our method we solve optimally more instances of medium and large size from the benchmark library PSPLIB and do it faster compared to any other existing solver.

4.8 Lehrstuhl für Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung

Berichtersteller: *Prof. Dr. Sascha Mölls*

1. Arbeitsgebiet: Comparative Corporate Governance

Ausgehend von der Auffassung, dass Kontrollphilosophien als Paradigmen das wirtschaftlich relevante Rechtssystem und die Handlungsmuster der Akteure in den Unternehmen und Märkten ganzheitlich prägen, können zur Unterscheidung und Analyse von Corporate Governance-Systemen die idealtypischen Kontrollphilosophien Exit, Voice und Loyalty herangezogen werden. Als Exit-geprägte Governance-Systeme werden traditionell das britische und das US-amerikanische System angesehen, die sich durch eine strikte Kapitalmarktorientierung und – damit verbunden – eine Fokussierung auf die Eigenkapitalgeber (Shareholder) auszeichnen. Das deutsche System gilt demgegenüber als klassisches Beispiel für die Kontrolle durch Voice, d.h. einer Institutionalisierung des organisationsinternen Widerspruchs. Damit korrespondieren die Vorstellung einer interessenpluralistischen Unternehmensverfassung sowie eine Unternehmensfinanzierung durch Hausbanken. Kontrolle durch Loyalty – kennzeichnend für das japanische Governance-System sowie verschiedene romanische Länder – ist schließlich geprägt durch eine Vielzahl informeller Regelungen sowie die Selbstbindung der beteiligten Akteure. Vor dem Hintergrund der zuvor skizzierten Einteilung ist es das Untersuchungsziel des Lehrstuhls, die vergleichende Corporate Governance-Forschung um ein umfassendes, empirisch ausgerichtetes Forschungsprogramm zu ergänzen. Dabei wird die „Leistungsfähigkeit“ alternativer Governance-Systeme auf der Grundlage sowohl verschiedener share- und stakeholderorientierter Erfolgsgrößen als auch relevanter unternehmensbezogener Strukturdaten (z.B. die realisierten Finanzierungsmuster oder die Ausgestaltung der Kompetenzen in Führungs- und Kontrollgremien) analysiert. Zudem steht vor dem Hintergrund einer beobachtbaren Annäherung an die Exit-geprägte Kontrollphilosophie die Frage im Mittelpunkt, welche Implikationen sich aus der Übernahme systemfremder Elemente in die deutsche Unternehmensverfassung sowohl für die Ausgestaltung der Rechnungslegung und des Prüfungswesens als auch für die Unternehmenssteuerung ergeben.

2. Arbeitsgebiet: Rechnungslegung und Kapitalmarkt

Im Rahmen der Information des Kapitalmarktes erfüllt die Rechnungslegung mit der Steuerungs- bzw. Kontrollfunktion sowie der Wohlfahrts- und Entscheidungsfunktion verschiedene Aufgaben, die einerseits auf die Rechenschaft angestellter Manager abzielen, andererseits aber insbesondere die Effizienz des Kapitalmarktes durch ein „Mehr“ an Informationen steigern sollen. Der Informationsgehalt der Rechnungslegung wird vor allem in der US-amerikanischen Literatur seit langer Zeit intensiv diskutiert. Dabei geht es um verschiedene Schwerpunktsetzungen: Im Rahmen direkter Kapitalmarktstudien werden einerseits die Entscheidungsrelevanz (d.h. die

von neuen Informationen ausgehende Wirkung auf den Entscheidungsprozess von Marktteilnehmern) und andererseits die Bewertungsrelevanz (d.h. die Frage, ob die Informationen der Rechnungslegung die auf die Zukunft fokussierenden Marktpreise erklären können) untersucht. In einem weiteren Verständnis finden sich zudem Studien zur Prognoserelevanz, in denen mittels geeigneter jahresabschlussbezogener Kennzahlenkombinationen Insolvenzen vorher gesagt werden sollen, und darüber hinaus Arbeiten, die sich mit dem Ausmaß und den Konsequenzen einer verzerrten Informationsvermittlung infolge einer bewussten Bilanzpolitik („Earnings Management“) beschäftigen.

Die Projekte des Lehrstuhls greifen aus dem zuvor skizzierten Kreis an Forschungsrichtungen verschiedene Schwerpunkte auf. Der Fokus liegt dabei gegenwärtig einerseits auf verschiedenen Fragestellungen aus dem Bereich des „Earnings Management“ (z.B. Bilanzpolitik und „Firm Characteristics“), der Entscheidungsrelevanz (z.B. Informationsgehalt unterjähriger Publizität) sowie der Erklärung von Aktienrückkäufen in Abhängigkeit von Erfolgs- und Strukturdaten. Darüber hinaus werden die Determinanten und die (inhaltliche) Qualität von Credit-Ratings mithilfe von Rechnungslegungs-, Kapitalmarkt- und sonstigen Unternehmensgrößen untersucht.

3. Arbeitsgebiet: Entscheidungsverhalten/Motivation von Wirtschaftsprüfern

Realiter ist die Entscheidungssituation des Prüfers bezüglich einer wahrheitsgemäßen Berichterstattung über aufgedeckte Unregelmäßigkeiten durch (multiple) Unsicherheiten gekennzeichnet. Die Existenz dieser Unsicherheiten führt in dynamischen „Rentenmodellen“ zur Werthaltigkeit von Handlungsflexibilitäten, die explizit im Entscheidungskalkül des Prüfers berücksichtigt werden sollten und zusammen mit der „Irreversibilität“ der Ausstiegsentscheidung die Anwendung des Realloptionsansatzes auf Fragen des Prüfungswesens unmittelbar nahe legen. Dieser Ansatz berücksichtigt die Möglichkeit einer zeitlichen Steuerung des Berichtsverhaltens (Ausstiegsoption) und zeigt, dass es unter den genannten Bedingungen – in Analogie zum „Low Balling“ beim Einstieg in das Mandat – zu Situationen kommen kann, in denen der Prüfer das Mandat trotz eines negativen „statischen“ Barwertes fortführt. Gegenüber einer statischen Entscheidungsfindung kann demnach ein zusätzlicher Hold-Up seitens des Prüfers entstehen. Für die zuvor skizzierte Entscheidungssituation werden unter Beachtung sowohl multipler Unsicherheiten als auch unterschiedlicher Eigenschaften der prüferseitigen Opportunität(en) Möglichkeiten zur gezielten Steigerung der Berichterstattungsanreize im Kontext der aktuellen Regulierungsdiskussion analysiert.

Im Gegensatz zur strikt modelltheoretischen Analyse des Entscheidungsverhaltens geht es in einem weiteren Projekt um die Fortentwicklung des institutionellen Rahmens des Marktes für Prüfungsleistungen aus der Sicht der Motivationspsychologie. Während die (wenigen) existierenden ökonomischen Analysen zur Unabhängigkeit des Prüfers die Motivation des Prüfers regelmäßig ausblenden, zeigen die erzielten Befunde, dass die aktuell diskutierten und teilweise bereits umgesetzten unabhängigkeitssteigernden Maßnahmen die intrinsische Motivation der betroffenen Parteien in einem ganz unterschiedlichen Ausmaß beeinflussen.

4. Arbeitsgebiet: Finanzwirtschaftliche Unternehmensbewertung

Innerhalb des Gebietes der Unternehmensbewertung werden – neben verschiedenen Aspekten der wertorientierten Steuerung auf der Grundlage des Realloptionsansatzes (u.a. Venture Capital) – insbesondere das Problem mehrperiodiger Eigenkapitalkosten sowie die Bewertung

auf unvollständigen Kapitalmärkten diskutiert. Bezüglich der Eigenkapitalkosten ist unter dem Schlagwort „Risikoauflösung“ in der jüngeren Zeit eine intensive und dabei kontrovers geführte Diskussion über die Festlegung angemessener (mehrperiodiger) Diskontierungssätze entbrannt. Im Mittelpunkt steht dabei die Frage, was unter Risiko zu verstehen ist und in welchen Perioden es im Kalkül berücksichtigt werden muss. In einem Forschungsprojekt werden vor diesem Hintergrund zentrale mehrperiodige Kapitalkosten- und Risikoauflösungskonzepte sowie ihre Verknüpfungen analysiert, um auf dieser Grundlage zu zeigen, dass die getroffenen Annahmen teilweise unerwartet starke Restriktionen darstellen oder ihre Auswirkungen allgemein nicht absehbar sind. Eng verbunden mit dem zuvor skizzierten Projekt ist schließlich die Analyse von Bewertungsproblemen auf unvollständigen Märkten, bei denen es um eine „semi-subjektive“ Bewertung insofern geht, als eine kapitalmarktgestützte und eine individuelle Bewertung bestmöglich miteinander verknüpft werden sollen. Der Ansatz, der konzeptionell damit zwischen der strikt individualistisch ausgerichteten Ertragswertmethode und der im angelsächsischen Raum dominierenden DCF-Methode steht, soll helfen, die Eigenschaften realer Kapitalmärkte adäquater im Kalkül zu erfassen.

4.9 Institut für Innovationsforschung

Berichtersteller: *Prof. Dr. Dr. h.c. Sönke Albers*

1. Arbeitsgebiet: Produkt- und Innovationsmanagement
2. Arbeitsgebiet: Marktdurchsetzung von Innovationen
3. Arbeitsgebiet: Marketing von Neuen Medien (Electronic Business)

Vor 12 Jahren haben Albers/Peters in Marketing ZFP den Einfluss des eCommerce auf die Wertschöpfungskette des Handels untersucht. Auf der Basis der Transaktionskostentheorie prognostizieren sie erhebliche Veränderungen entlang der Wertschöpfungskette. In [28] werden aus deren Analyse sieben Propositionen abgeleitet und daraufhin untersucht, ob dafür aus aktuellen Marktdaten empirische Evidenz vorliegt. Die Ergebnisse zeigen, dass die aktuellen Marktentwicklungen ihre Prognosen überwiegend widerspiegeln, wenn auch mit einigen Ausnahmen. Meist ist dabei eher eine evolutionäre als revolutionäre Entwicklung zu konstatieren. Die Ausnahmen radikaler Änderungen sind vornehmlich in Produktkategorien zu finden, in denen die Angebote in digitaler Form angeboten werden können oder hohe Suchkosten bestehen. Auch wenn Albers/Peters 1997 signifikante Veränderungen insbesondere im Kontext der Informationsfunktion des Handels erwarteten, so sind die Veränderungen entlang des Kaufprozesses der Konsumenten im Vergleich wesentlich nachhaltiger, als dies auf der Angebotsseite festzustellen ist. In Anbetracht der aktuellen Entwicklung neuer Technologien und des zunehmenden Engagements der Konsumenten wird ein Szenario abgeleitet, das für die heutigen Online- und Offline-Händler bzw. für die Infomediäre erhebliche Herausforderungen bereithält.

Kapitel 5

Publikationen, Manuskripte und Vorträge

5.1 Publikationen

- [1] Albers, S.: Editorial: Well Documented Articles Achieve More Impact, *Business Research*, Vol. 2, No. 1 (May 2009), S. 8–9.
- [2] Albers, S.: Misleading Rankings of Research in Business, *German Economic Review*, Vol. 10, No. 3 (2009), S. 352–363.
- [3] Albers, S., Gensler, S. und Van de Bergh, J.: Entscheidungsunterstützung unter Berücksichtigung der Anforderungen von Entscheidungsträgern am Beispiel der Gestaltung von optionalen Girokonto-Tarifen, conditionally accepted durch *Zeitschrift für Betriebswirtschaft*.
- [4] Albers, S., Klapper, D., Konradt, U., Walter, A. und Wolf, J. H.: *Methodik der empirischen Forschung*, 3. Auflage. Gabler Verlag, Wiesbaden 2009.
- [5] Albers, S., Mantrala, M. K. und Sridhar, S.: A Meta-Analysis of Personal Selling Elasticities, to appear in *Journal of Marketing Research*.
- [6] Becker, J., Greve, G. und Albers, S.: The Impact of Technological and Organizational Implementation of CRM on Customer Acquisition, Maintenance, and Retention, *International Journal of Research in Marketing*, Vol. 26, No. 3 (2009), S. 207–215.
- [7] Biemann, T. und Wolf, J.: Career Patterns of Top Management Team Members in Five Countries – An Optimal Matching Analysis, in: *International Journal of Human Resource Management*, 20. Jg., 2009, Heft 5, S. 975-991.
- [8] Briskorn, D.: Verwendung von Maschinenschedulingmodellen zur Abbildung betriebswirtschaftlicher Problemstellungen, *WiSt - Wirtschaftswissenschaftliches Studium*, No. 10, 2009, S. 506-512.
- [9] Briskorn, D.: Combinatorial Properties of Strength Groups in Round Robin Tournaments, *European Journal of Operational Research*, Vol. 192, 2009, No. 3, S. 744-754.

- [10] Briskorn, D. und Drexl, A.: Integer Programming Models for Round Robin Tournaments, *Computers & Operations Research*, Vol. 36, 2009, No. 3, S. 837-852.
- [11] Briskorn, D. und Drexl, A.: Scheduling Sport Leagues using Branch-and-Price, *Journal of the Operational Research Society*, Vol. 60, 2009, No. 1, S. 84-93.
- [12] Briskorn, D. und Drexl, A.: A Branching Scheme for Finding Cost-Minimal Round Robin Tournaments, *European Journal of Operational Research*, Vol. 197, 2009, No. 1, S. 68-76.
- [13] Egelhoff, W. und Wolf, J.: Designing Matrix Structures to Fit MNC Strategy, *Proceedings der 35. Jahrestagung der European International Business Academy (EIBA)*, Valencia 2009.
- [14] Fiedler, L., Becker, J. und Kirchgeorg, M.: Unternehmens- und Stakeholderkommunikation als Einflussfaktoren des Unternehmensmarkenimages, *Marketing - Zeitschrift für Forschung und Praxis*, 31. Jg. (2009), Nr. 3, S. 197-211.
- [15] Fischer, M. und Albers, S.: Patient- or Physician-Oriented Marketing: What Drives Primary Demand for Prescription Drugs?, to appear in *Journal of Marketing Research*.
- [16] Friedl, B.: *Kostenmanagement*, Stuttgart (Lucius & Lucius) 2009.
- [17] Friedl, B.: *Kostenrechnung. Grundlagen, Teilrechnungen und Systeme der Kostenrechnung*, 2. Aufl., München, Wien (Oldenbourg) 2010.
- [18] Gerum, E. und Mölls, S.-H.: Unternehmensordnung, in: Bea, F.-X., Schweitzer, M. (Hrsg.), *Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Band 1: Grundlagen*, 10. Auflage, Stuttgart 2008, S. 225-311.
- [19] Goerke, B.: Event-Studies, in: Albers, S., Klapper, D., Konradt, U., Walter, A. und Wolf, J. (Hrsg.): *Methodik der empirischen Forschung*, 3. Aufl., Gabler Verlag, Wiesbaden 2009, S. 467-484.
- [20] Goldstein, D., Johnson, E., Herrmann, A. und Heitmann, M.: So lenken Sie Ihre Kunden, in: *Harvard Business Manager*, Februar 2009, S. 70-79.
- [21] Henningsen, S.: Spatial Analysis, in: Albers, S., Klapper, D., Konradt, U., Walter, A. und Wolf, J. (Hrsg.): *Methodik der empirischen Forschung*, 3. Aufl., Gabler Verlag, Wiesbaden 2009, S. 413-432.
- [22] Herrmann, A., Heitmann, M. und Landwehr, J.: Aufpreise oder Gesamtpreise? Wirkung der Preisdarstellung auf das individuelle Entscheidungsverhalten, erscheint in: *Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung*.
- [23] Herrmann, A., Heitmann, M., Landwehr, J. und Huber, F.: Dem Entscheidungsverhalten auf der Spur, in: *Marketing Review* St. Gallen, 4, 2009, S. 6-10.
- [24] Herrmann, A., Heitmann, M., Morgan, R., Henneberg, S. und Landwehr, J.: Consumer Decision Making under Variety: The Effect of Attribute Alignability, in: *Psychology and Marketing* (26:4), 2009, S. 333-358.

- [25] Herrmann, A., Landwehr, J. und Heitmann, M.: To be different or to be average? Die Attraktivität des Durchschnittsprodukts, in: Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung (61:5), S. 226-250.
- [26] Horbach, A.: A combinatorial property of the maximum round robin tournament problem, Operations Research Letters, DOI: 10.1016/j.orl.2009.10.008.
- [27] Landwehr, J., Herrmann, A. und Heitmann, M.: Liebe auf den zweiten Blick - Wirkung der Vertrautheit eines Produkts auf dessen Attraktivität, in: Die Betriebswirtschaft (69:3), 2009, S. 331-348.
- [28] Mantrala, M., Albers, S., Caldieraro, F., Jensen, O., Joseph, K., Krafft, M., Narasimhan, C., Gopalakrishna, S., Zoltner, A., Lal, R. und Lodish, L.: Sales Force Modeling: State of the Field and Research Agenda, to appear in Marketing Letters.
- [29] Meincke, S. und Nippel, P.: Der optimale Bezugspreis bei Kapitalerhöhungen mit Bezugsrechten, in: Kredit und Kapital, 42. Jg, (2009), S. 353-376.
- [30] Mölls, S.-H.: Leasing, in: Brösel, G., Zwirner, C. (Hrsg.), IFRS-Rechnungslegung: Grundlagen-Aufgaben-Fallstudien, 2. Auflage, München 2009, S. 241-256.
- [31] Nekat, K.: Ausgewählte Aspekte des Rückkaufs eigener Aktien - Eine modelltheoretische Analyse von Aktienrückkäufen bei preiselastischer Marktnachfrage. Verlag Peter Lang, Frankfurt am Main, 2009.
- [32] Nippel, P. und Nekat, K.: The Impact of a Firm's Payout Policy on Stock Prices and Shareholders' Wealth in an Inefficient Market, Banking and Finance Review, Vol. 1 (2009), S. 63-84.
- [33] Peine, K., Heitmann, M. und Herrmann, A.: Getting a Feel for Price Affect: Consumers Emotional Responses to Price Information, in: Psychology and Marketing (26:1), 2009, S. 39-66.
- [34] Peters, K., Albers, S., Asselmann, D. und Schäfers, B.: ECommerce Revisited: The Impact of an Uncoupled Consumer Buying Process on Retailing, Marketing - Journal of Research and Management, Vol. 5, No. 2 (2009), S. 85-104.
- [35] Polak, B., Herrmann, A., Heitmann, M., Caesar, M. und Landwehr, J.: Radio oder Schiebedach? Wirkung von mentalen Budgets auf das individuelle Produktwahlverhalten, in: Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung (61:11), 2009, S. 783-803.
- [36] Proppe, D.: Schätzung von Marketing-Modellen mit simulationsbasierten Verfahren, in: Albers, S., Klapper, D., Konradt, U., Walter, A. und Wolf, J. (Hrsg): Methodik der empirischen Forschung, 3. Aufl., Gabler Verlag, Wiesbaden 2009, S. 433-450.
- [37] Proppe, D. und Albers, S.: Choosing Response Models for Budget Allocation in Heterogeneous and Dynamic Markets: Why Simple Sometimes Does Better, Marketing Science Institute Special Report 09-202, April 2009 <http://www.msi.org/publications/publication.cfm?pub=1485>.
- [38] Schertler, A.: The Dependency of the Banks' Assets and Liabilities: Evidence from Germany (mit C. Memmel). Erscheint in: European Financial Management, 2009.

- [39] Schertler, A.: Macroeconomic shocks and foreign bank assets (mit C. Buch and K. Carstensen). Erscheint in: *Journal of Money, Credit and Banking*, 2009.
- [40] Schertler, A.: The liquidity regulation and savings banks' liquid assets (mit D. Holl). Erscheint in: *Kredit und Kapital*, 2009.
- [41] Schmidt, A. und Riesenhuber, F.: On the Performance of Young Technology-Based Ventures - The Role of Patents and Entrepreneurial Orientation. In: Walter, A., Auer, M. (Hrsg.): *Academic Entrepreneurship*, Gabler Edition Wissenschaft, Wiesbaden, 1. Auflage 2009, S. 79-94.
- [42] Stichel-Wolf, C. und Wolf, J.: *Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken – gewusst wie!*, 5. Aufl., Wiesbaden 2009.
- [43] Walter, A. und Auer, M.: *Academic Entrepreneurship*, Gabler Edition Wissenschaft, 1. Auflage, 2009.
- [44] Walter, S. und Walter, A.: Personenbezogene Determinanten von Unternehmensgründungen: Stand der Forschung und Perspektiven des Fortschritts. In: *Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung*, 2009, 61 (2), S. 57-89.
- [45] Wolf, J.: Managementstile in skandinavischen Ländern – Eine kulturbezogene Analyse, in: *Zeitschrift Führung und Organisation*, 78. Jg., 2009, Heft 1, S. 14-25.
- [46] Wolf, J.: Die Internationalisierung der Unternehmenstätigkeit aus der Perspektive der Pfadabhängigkeitstheorie, in: Schmid, S. (Hrsg.), *Management der Internationalisierung*, Wiesbaden 2009, S. 25-49.
- [47] Wolf, J.: Das Internationale Management aus organisationswissenschaftlicher Sicht, in: Oesterle, M.-J., Schmid, S. (Hrsg.), *Internationales Management als Wissenschaft*, Stuttgart 2009, S. 487-516.
- [48] Wolf, J. und Egelhoff, W.: Limitations of the Network Organization in MNCs, Proceedings der 35. Jahrestagung der European International Business Academy (EIBA), Valencia 2009.

5.2 Manuskripte sowie Arbeits- und Konferenzpapiere aus den Instituten für Betriebswirtschaftslehre

- [49] Barrot, C., Becker, J. und Bremer, L.: Personal vs. relational characteristics: What are the drivers of customer referrals?, in: Helfer, J.-P. and Nicolas, J.-L. (eds.): *Marketing & the Core Disciplines: Rediscovering References?*, Proceedings of the 38th EMAC Conference, 26th-29th May 2009, Nantes, erschienen auf CD-Rom.
- [50] Berg, T., Moells, S.-H. und Willershausen, T.: (Real-)Options, Uncertainty and Comparative Statics: Are Black and Scholes mistaken?, in: *Manuskripte aus den Instituten für Betriebswirtschaftslehre der Universität Kiel*, Nr. 645.

- [51] Bielecki, A. und Albers, S.: DEA with statistically estimated individual coefficients: A pharmaceutical sales force application, in: Helfer, J.-P. and Nicolas, J.-L. (eds.): Marketing & the Core Disciplines: Rediscovering References?, Proceedings of the 38th EMAC Conference, 26th-29th May 2009, Nantes, erschienen auf CD-Rom.
- [52] Briskorn, D.: A Branching Scheme for Minimum Cost Tournaments with regard to Real World Constraints, Nr. 643.
- [53] Briskorn, D., Choi, B.-C., Lee, K., Leung, J. und Pinedo, M.: Genetic Algorithms for Inventory Constrained Scheduling on a Single Machine, Nr. 649.
- [54] Briskorn, D. und Horbach, A.: A Lagrangian Approach for Minimum Cost Tournaments, Nr. 647.
- [55] Henningsen, S., Albers, S. und Bijmolt, T.: Optimizing the Allocation of Marketing Resources. Employing Spatial Methods to Account for Social Multiplier Effects between Physicians, in: Helfer, J.-P. and Nicolas, J.-L. (eds.): Marketing & the Core Disciplines: Rediscovering References?, Proceedings of the 38th EMAC Conference, 26th-29th May 2009, Nantes, erschienen auf CD-Rom.
- [56] Horbach, A.: A Boolean Satisfiability Approach to the Resource-Constrained Project Scheduling Problem, Nr. 644.
- [57] Horbach, A., Bartsch, T. und Briskorn, D.: Optimally Scheduling Real World Sports Leagues by Reduction to SAT, Nr. 646.
- [58] Kübler, R. und Proppe, D.: Are Fake Campaigns really needed for winning Creative Awards?, in: Helfer, J.-P. and Nicolas, J.-L. (eds.): Marketing & the Core Disciplines: Rediscovering References?, Proceedings of the 38th EMAC Conference, 26th-29th May 2009, Nantes, erschienen auf CD-Rom.
- [59] Schmidt, A., Walter, S. und Walter, A.: Zur Kommerzialisierung radikaler Technologien durch akademische Spin-offs – die Rolle von Patentschutz und unternehmerischer Orientierung, G-Forum, Leipzig, 29.-30. Oktober 2009.
- [60] van 't Hof, P., Post, G. und Briskorn, D.: Round-robin Tournaments with Minimum Number of Breaks and Two Teams per Club, Nr. 648.
- [61] Walter, S.: Can Universities Shape Academic Entrepreneurs? New Cross-Level Evidence on the Effectives of Entrepreneurship Promotion Programs. IECER, Lissabon, 04.-05. März 2009.
- [62] Walter, S. und Dohse, D.: Sources of Human Capital and Entrepreneurial Intentions, G-Forum, Leipzig, 29.-30. Oktober 2009.
- [63] Walter, S. und Dohse, D.: The Interplay between Entrepreneurship Education and Regional Knowledge Potential in Forming Entrepreneurial Intentions. Kiel Working Paper No. 1549, 2009.
- [64] Walter, S., Müller, D. und Walter, A.: Dysfunktionen in F&E-Kooperationen: Präventivmaßnahmen und Kooperationserfolg. TIM, Aachen 04.-05. November 2009.

5.3 Vorträge

- [65] Albers, S.: The Role of Spatial Proximity in the Adoption of a Digital Product, Queensland University of Technology, Brisbane, Australia, 29.01.2009.
- [66] Albers, S.: Impact of Measurement of Risk on the Test of Principal-Agent Relationships in the Field of Salesforce Compensation, Humboldt Universität zu Berlin, 8.5.2009.
- [67] Albers, S.: Drivers of Replacement and Additional Purchases Timing for Durables: The Overlooked Role of Consumer Innovativeness?, Universität Tartu, Estland, 3.11.2009.
- [68] Albers, S. und Proppe, D.: Choosing Response Models for Budget Allocation in Heterogeneous and Dynamic Markets – Why Simple Sometimes Does Better, 5th Marketing Dynamics Conference, Hamilton, New Zealand, 06.01.2009.
- [69] Albers, S. und Proppe, D.: Choosing Response Models for Budget Allocation in Heterogeneous and Dynamic Markets – Why Simple Sometimes Does Better, University of Technology, Sydney, Australia, 22.01.2009.
- [70] Albers, S. und Proppe, D.: Choosing Response Models for Budget Allocation in Heterogeneous and Dynamic Markets – Why Simple Sometimes Does Better, University of Melbourne, Australia, 10.02.2009.
- [71] Barrot, C.: Did They Tell Their Friends? – Using Social Network Analysis to Detect Social Contagion Processes, Hamburg-Cologne Marketing Camp, Hamburg, 05.01.2009.
- [72] Barrot, C.: Too Close to Call? The Effects of Closeness on the Referral Likelihood of Mobile Phone Users, 2009 INFORMS Marketing Science Conference, Ann Arbor, USA, 04.06.2009.
- [73] Barrot, C., Becker, J. und Bremer, L.: Personal vs. relational characteristics: What are the drivers of customer referrals?, 38th EMAC Conference, Nantes, Frankreich, 28.05.2009.
- [74] Bielecki, A. und Albers, S.: DEA with statistically estimated individual coefficients: A pharmaceutical sales force application, 38th EMAC Conference, Nantes, Frankreich, 28.05.2009.
- [75] Briskorn, D.: Optimierungsprozesse in der Automobilindustrie, Auto Uni Wolfsburg, 06/2009.
- [76] Briskorn, D.: Single machine scheduling with regard to inventory constraints, MAPSP, Kerkrade, Niederlande, 07/2009.
- [77] Briskorn, D.: A Genetic Algorithm for Inventory Constrained Scheduling on a Single Machine, 23rd European Conference on Operational Research, Bonn, 07/2009.
- [78] Briskorn, D.: Inventory Constrained Scheduling on a Single Machine and Metaheuristic Solution Approaches, Universität Wuppertal, Wuppertal, 07/2009.
- [79] Briskorn, D.: New Machine Scheduling Models with Applications in Logistics, Technical University of Denmark, Kopenhagen, 09/2009.

- [80] Briskorn, D.: An Evolutionary Algorithm for Machine Scheduling subject to Inventory Constraints, INFORMS Annual Meeting 2009, San Diego, USA, 10/2009.
- [81] Briskorn, D.: Inventory Constrained Scheduling on a Single Machine: Complexity and Appropriate Representation Schemes, TU Clausthal, Clausthal, 11/2009.
- [82] Briskorn, D.: Scheduling Problems at Transshipment Terminals and Evolutionary Solution Techniques, TU München, München, 11/2009.
- [83] Egelhoff, W. und Wolf, J.: Matrix Strategies and Structures in MNCs, Präsentation auf der Jahrestagung der Academy of Management, Chicago, 9. August 2009.
- [84] Egelhoff, W. und Wolf, J.: Designing Matrix Structures to Fit MNC Strategy, Präsentation auf der 35. Jahrestagung der European International Business Academy (EIBA), Valencia, 14. Dezember 2009.
- [85] Henningsen, S., Albers, S. und Bijmolt, T.: Optimizing the Allocation of Marketing Resources. Employing Spatial Methods to Account for Social Multiplier Effects between Physicians, 38th EMAC Conference, Nantes, Frankreich, 28.05.2009.
- [86] Horbach, A.: A New Fast Complete Method for Resource-Constrained Project Scheduling, 23rd European Conference on Operational Research, Bonn, 07.07.2009.
- [87] Horbach, A.: A Satisfiability Approach to Combinatorial Optimization Problems, ISMP, Chicago, USA, 27.08.2009.
- [88] Horbach, A. und Briskorn, D.: An Exact Method for Scheduling Real World Sports Leagues, MAPSP, Kerkrade, Niederlande, 02.07.2009.
- [89] Kübler, R.: Are Fake Campaigns really needed for winning Creative Awards?, 38th EMAC Conference, Nantes, Frankreich, 28.05.2009.
- [90] Lee, K., Choi, B.-C., Leung, J., Pinedo, M. und Briskorn, D.: Container Scheduling Problem, INFORMS Annual Meeting 2009, San Diego, USA, 10/2009.
- [91] Reimer, K.: Got Downloads? How the long-term effects of advertising and promotion differ across customer segments in the Media Download Industry, 6th Marketing Dynamics Conference, New York, USA, 28.08.2009.
- [92] Schertler, A.: Economic workshop in Tübingen (Repeated relationships and distance in venture capital transactions), 2009.
- [93] Schertler, A.: Seminar in Münster (Repeated relationships and distance in venture capital transactions), 2009.
- [94] Schertler, A.: VHB Tagung in Nürnberg (Prudential liquidity requirements and bank behavior – Evidence for German banks), 2009.
- [95] Schertler, A.: Bankenworkshop in Münster (The dependency of the banks' assets and liabilities: Evidence from Germany), 2009.

- [96] Wolf, J.: Matrix Structures of Multinational Corporations, Gastvortrag am Institute of International Business (IIB) der Handelshochschule Stockholm, Stockholm, 9. Januar 2009.
- [97] Wolf, J.: Management International Review, Gastvortrag am Institut of International Business (IIB) der Handelshochschule Stockholm, Stockholm, 9. Januar 2009.
- [98] Wolf, J.: Wie haben die „neuen Medien“ den Wissenschaftsbereich verändert und welche Konsequenzen ergeben sich hieraus für die wissenschaftlichen Fachbibliotheken?, Podiumsdiskussion anlässlich des 90jährigen Bestehens der Deutschen Zentralbibliothek für Wirtschaftswissenschaften (ZBW), Kiel, 1. Februar 2009.
- [99] Wolf, J.: Was können wir tun, um die praktische Relevanz der betriebswirtschaftlichen Forschung zu steigern?, Gastvortrag im Agrar- und Ernährungsökonomischen Kolloquium der CAU Kiel, Kiel, 26. Mai 2009.
- [100] Wolf, J.: Was können wir tun, um die praktische Relevanz der betriebswirtschaftlichen (und volkswirtschaftlichen) Forschung zu steigern?, Gastvortrag am Institut für Weltwirtschaft (IfW), Kiel, 9. Juli 2009.
- [101] Wolf, J. und Egelhoff, W.: Why it is Likely that the Network Organization will Fail in MNCs, Präsentation auf der Jahrestagung der Academy of Management, Chicago, 9. August 2009.
- [102] Wolf, J. und Egelhoff, W.: Limitations of the Network Organization in MNCs, Präsentation auf der 35. Jahrestagung der European International Business Academy (EIBA), Valencia, 14. Dezember 2009.

Kapitel 6

Weitere Aktivitäten

6.1 Akademische Selbstverwaltung

Prof. Dr. Dr. h.c. S. Albers

- ist Sprecher des Graduiertenkollegs „Betriebswirtschaftliche Aspekte lose gekoppelter Systeme und Electronic Business“,
- ist Geschäftsführender Direktor des Instituts für Innovationsforschung,
- ist Mitglied im Ausschuss für die Vergabe des Fakultätspreises.

Dr. D. Briskorn

- ist seit 07/2008 Vertreter des Mittelbaus in der Prüfungskommission der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel.

Prof. Dr. B. Friedl

- ist Prüferin des Korporationsvermögens der Universität,
- ist Mitglied des Zentralen Studiausschusses,
- ist Kapazitätsbeauftragte für die betriebswirtschaftlichen Studiengänge,
- ist stellvertretende Vorsitzende des Diplom-Prüfungsausschusses,
- ist Mitglied des Prüfungsausschusses für den Studiengang Wirtschaftsinformatik an der Technischen Fakultät,
- ist stellvertretendes Mitglied des Prüfungsausschusses für den Studiengang Informatik an der Technischen Fakultät,
- ist Mitglied des Prüfungsausschusses der Bachelor-Studiengänge der Fakultät,
- ist Koordinatorin für die Bachelor- und Masterstudiengänge in Betriebswirtschaftslehre und Wirtschaftswissenschaft,

- ist Mitglied in den fakultätsübergreifenden Arbeitsgruppen zur Koordination der Bachelor- und Master-Studiengänge der Universität zu Kiel.

Prof. Dr. M. Heitmann

- ist Mitglied des Vorstandes der Gesellschaft für Betriebswirtschaft zu Kiel e.V.,
- ist Vertreter der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät im Vorstand der Schleswig-Holsteinischen Universitäts-Gesellschaft,

Prof. Dr. S.-H. Mölls

- ist Leiter der Fachbibliothek für Wirtschaftswissenschaften,
- ist Mitglied im Leitungsgremium der Universitätsbibliothek,
- ist Mitglied im Konvent der WiSo-Fakultät,
- ist Geschäftsführender Direktor des Instituts für Betriebswirtschaftslehre (seit 01.04.2009),
- hat zusammen mit Prof. Dr. P. Nippel den Fakultätstag „WiSo trifft Wirtschaft“ am 28.11.2009 vorbereitet.

Prof. Dr. P. Nippel

- ist zuständig für die Studienberatung in den Studiengängen BWL und Handelslehrer,
- ist Mitglied der Berufungskommission zur Besetzung einer W3 Professur für VWL,
- hat zusammen mit Prof. Dr. S. Mölls den Fakultätstag „WiSo trifft Wirtschaft“ am 28.11.2009 vorbereitet.

Prof. Dr. A. Walter

- ist Leiter des Studienkollegs Betriebswirtschaftslehre,
- ist Mitglied des Prüfungsausschusses für den Studiengang Wirtschaftsingenieurwesen/Elektrotechnik,
- ist Mitglied im Ausschuss für Forschung und Technologietransfer der CAU,
- ist Mitglied im Prüfungsausschuss der WiSo-Fakultät,
- war Mitglied im Berufungsausschuss Juniorprofessur Agribusiness Management,
- ist Mitglied im Berufungsausschuss Stiftungsprofessur für Ökonomie der Milch- und Ernährungswirtschaft.

Prof. Dr. J. Wolf

- ist Erasmus-Beauftragter für die Austauschprogramme mit den ausländischen Partner-Universitäten,
- ist Erster Prodekan der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät,
- ist Mitglied des Senats der Universität zu Kiel,
- ist Koordinator der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät hinsichtlich der Gremienwahlen,
- ist Vertreter der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät im Deutsch-Norwegischen Studienzentrum (DNSZ),
- ist Vertreter der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät im Senatsausschuss zur Förderung des wissenschaftlichen und künstlerischen Nachwuchses,
- ist Träger des Graduiertenkollegs „Betriebswirtschaftliche Aspekte lose gekoppelter Systeme und Electronic Business“,
- ist stellvertretender Sprecher dieses Graduiertenkollegs,
- ist Vertreter der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät im Gemeinsamen Ausschuss des Instituts für Sozialwissenschaften,
- ist Mitglied des Beirats des Kieler Forum für Wirtschaftsethik und politische Philosophie.

6.2 Andere Ämter und Funktionen

Prof. Dr. Dr. h.c. S. Albers

- ist Treasurer der European Marketing Academy,
- ist Editor-in-chief der Zeitschrift „BuR - Business Research“,
- ist Mitglied des Editorial Board der Zeitschrift „International Journal of Research in Marketing“,
- gehört dem Herausgeberbeirat der Zeitschrift „Marketing - Zeitschrift für Forschung und Praxis“ an,
- ist Mitglied des Beirates der dataport, Altenholz und Hamburg,
- ist Mitglied des Fachbeirates der Zentralbibliothek für Wirtschaftswissenschaften,
- ist Mitglied des Beirats und der Programmkommission des Marketing-Clubs Schleswig-Holstein,
- ist Geschäftsführender Herausgeber der Schriftenreihen „Beiträge zur betriebswirtschaftlichen Forschung“, „Betriebswirtschaftslehre für Technologie und Innovation“ und „Lose gekoppelte Systeme und Electronic Business“ im Deutschen Universitäts-Verlag.

Dr. D. Briskorn

- ist National Contributing Editor der „International Abstracts in Operational Research (IAOR)“,
- ist Mitglied des Editorial Boards des „International Journal of Operations Research and Information Systems (IJORIS)“,
- war Mitglied des Scientific Committees von „Mathematics in Sport – IMA Sport 2009“,
- ist Gutachter für die Zeitschriften EJOR, Journal of Scheduling, INFORMS Journal on Computing, OR Spectrum, JORS, C&OR, Optimization Methods and Software, Computers and Mathematics with Applications, Electronic Journal of Combinatorics, Mathematical and Computer Modelling of Dynamical Systems, Bulletin of the ICA.

Prof. Dr. B. Friedl

- ist Mitglied der Berufungskommission zur Besetzung des Lehrstuhls für Wirtschaftsinformatik an der Technischen Fakultät der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel,
- war Mitglied der Berufungskommission zur Besetzung des Lehrstuhls für Supply Chain Management an der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät,
- ist Gutachterin der FIBAA für die Akkreditierung wirtschaftswissenschaftlicher Studiengänge an Universitäten und Fachhochschulen,
- ist Gutachterin der Zeitschrift für Planung; der Zeitschrift für Betriebswirtschaft und der Zeitschrift für Controlling & Management.

Prof. Dr. M. Heitmann

- war externes Mitglied der Berufungskommission zur Besetzung des Lehrstuhls für Markt-orientiertes Medienmanagement am Fachbereich Betriebswirtschaftslehre der Universität Hamburg,
- ist Gutachter des Schweizerischen Nationalfonds,
- verfasst Gutachten u.A. für Zeitschrift für Betriebswirtschaft, Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, Die Betriebswirtschaft, Die Unternehmung, International Journal of Research in Marketing, Marketing Science und Journal of Marketing.

Prof. Dr. S.–H. Mölls

- ist Mitglied des gemeinsamen Prüfungsausschusses für Wirtschaftsprüfer der Länder Bremen, Hamburg, Mecklenburg–Vorpommern, Niedersachsen und Schleswig–Holstein,
- ist Mitglied des Vorstands der Gesellschaft für Autoimmun-Erkrankungen e.V.,
- war Gutachter für diverse Zeitschriften.

Prof. Dr. P. Nippel

- ist Vorsitzender des Aufsichtsrats der ARIVA.DE AG,
- war Gutachter für den Schweizerischen Nationalfonds,
- war Gutachter für diverse Zeitschriften.

Prof. Dr. A. Walter

- ist Gutachter für zahlreiche nationale und internationale Fachzeitschriften,
- ist Mitglied in der internationalen Forschergemeinschaft IMP (Industrial Marketing and Purchasing) und Gutachter für die jährlich stattfindende IMP-Konferenz,
- ist Mitglied des Aufsichtsrates des Wissenschaftszentrums Kiel GmbH,
- ist Mitglied im Förderkreis Gründungs-Forschung e.V.,
- ist Mitglied des Vorstandes der Gesellschaft für Betriebswirtschaft zu Kiel e.V.,
- ist Mitglied der Academy of Management (AOM),
- ist Gastprofessor an der Copenhagen Business School,
- ist Mitglied des Innovations-Club Schleswig-Holstein.

Prof. Dr. J. Wolf

- ist Mitglied von Alumni Kiel e.V. der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel,
- ist Co-Editor-in-Chief der Zeitschrift „Management International Review“,
- ist Mitglied des Editorial Review Board der Zeitschrift „Journal of International Business Studies“,
- ist Gutachter für verschiedene deutsch- und englischsprachige Fachzeitschriften bzw. berufsständische Vereinigungen (Academy of Management, Academy of International Business, Carnegie Mellon Stiftung) im Bereich der Organisationslehre und des internationalen Managements,
- erstellte (vergleichende) Gutachten für andere Universitäten im Rahmen der Berufung bzw. Ernennung von Ordinarien, außerplanmäßigen Professoren und Honorarprofessoren,
- war gutachterlich tätig im Rahmen der Verleihung wissenschaftlicher Preise an verschiedenen deutschen Universitäten und berufsständischen Vereinigungen (z. B. Schmalenbach-Preis),
- ist Reader für den Schweizerischen Nationalfonds zur Förderung der wissenschaftlichen Forschung (SNF)

Anhang A

Lehrveranstaltungen

A.1 Lehrveranstaltungen im SS 2009

Bachelor-/Masterstudiengänge

Pflichtteil Betriebswirtschaftslehre

030063	Einführung in das Marketing (Marketing I) V; 1 SWS; ben. Schein; ECTS: 3; diese Vorlesung ist der zweite Teil des Bachelor-Moduls „Marketing und Methoden“, zu dem noch „Operations Research I“ gehört; Mi. 8:15 - 9:45, AM/H; vom 10.6.2009 bis zum 15.7.2009	Heitmann, M.
030175	Übung zu: Einführung in das Marketing (Marketing I) UE; 1 SWS, Mo. 10:15-11:45, WR425-R.10 vom 22.6.2009 bis zum 20.7.2009	Bähr, U.
030177	Übung zu: Einführung in das Marketing (Marketing I) UE; 1 SWS, Mo. 12:15-13:45, AM/B vom 29.6.2009 bis zum 20.7.2009	Bähr, U.
030062	Übung zu: Einführung in das Marketing (Marketing I) UE; 1 SWS, Mi. 10:15-11:45, AM/D vom 17.6.2009 bis zum 15.7.2009	Bähr, U.
030106	Übung zu: Einführung in das Marketing (Marketing I) UE; 1 SWS, Mi. 12:00-13:30, AM/D vom 17.6.2009 bis zum 15.7.2009	Bähr, U.
030109	Übung zu: Einführung in das Marketing (Marketing I) UE; 1 SWS, Do. 14:15-15:45, AM/D vom 18.6.2009 bis zum 16.7.2009	Mehrafshan, N.

- 030108 Übung zu: Einführung in das Marketing (Marketing I) Mehrafshan, N.
 UE; 1 SWS, Do. 16:00-17:30, AM/D, und Bremer, L.
 UE; 1 SWS, Do. 16:00-17:30, AM/F
 vom 18.6.2009 bis zum 16.7.2009
- 030098 Operations Research I Horbach, A.
 V; 1 SWS; Diese Vorlesung ist der erste Teil des Bachelor-Moduls „Marketing und Methoden“, zu dem noch „Marketing I“ gehört; Mi. 8:15-9:45, AM/H;
 vom 15.4.2009 bis zum 27.5.2009; Nur erste Semesterhälfte
- 030092 Übung zu Operations Research I Horbach, A.
 UE; 1 SWS; (Bachelor-Modul „Marketing und Methoden“), Briskorn, D.
 Nur erste Semesterhälfte - 15.04.-27.05.09!
 Mi. 12:15-13:45, Do. 14:15-15:45, Do. 16:15-17:45 AM/D;
- 030051 Finanzwirtschaft I Nippel, P.
 V; 1 SWS; Bachelor-Modul „Finance and Accounting“; Blockveranstaltung
 15.4.2009-20.5.2009, Mi. 10:15-11:45, AM/G
- 030012 Übung Finanzwirtschaft I (Gruppe 1) Nekat, K.
 UE; 1 SWS; Die Veranstaltung wird in 6 Gruppen durchgeführt!;
 Di. 10:15-11:45, Alte Mensa / Hebbelhörsaal; 21.4.-2.6.2009
- 030005 Übung Finanzwirtschaft I (Gruppe 2) Nekat, K.
 UE; 1 SWS; Die Veranstaltung wird in 6 Gruppen durchgeführt!;
 Di. 14:15-15:45, Alte Mensa gr.HS; 21.4.-2.6.2009
- 030006 Übung Finanzwirtschaft I (Gruppe 3) Weiterer, A.
 UE; 1 SWS; Die Veranstaltung wird in 6 Gruppen durchgeführt!;
 Mo. 10:15-11:45, AM/F; 20.4.-25.5.2009
- 030004 Übung Finanzwirtschaft I (Gruppe 4) Weiterer, A.
 UE; 1 SWS; Die Veranstaltung wird in 6 Gruppen durchgeführt!;
 Mo. 14:15-15:45, AM/F; 20.4.-25.5.2009
- 030120 Übung Finanzwirtschaft I (Gruppe 5) Weiterer, A.
 UE; 1 SWS; Die Veranstaltung wird in 6 Gruppen durchgeführt!;
 Fr. 8:15-9:45, LMS 2, R.Ü1; 17.4.-29.5.2009
- 030119 Übung Finanzwirtschaft I (Gruppe 6) Weiterer, A.
 UE; 1 SWS; Die Veranstaltung wird in 6 Gruppen durchgeführt!;
 Fr. 12:15-13:45, HRS7-R.3; 17.4.-29.5.2009
- 030053 Jahresabschluss Mölls, S.H.
 V; 1 SWS; ben. Schein; Bachelor-Modul „Finance and Accounting“;
 Mi. 10:00-11:30, AM/G; 10.6.-15.7.2009

- 030080 Übung Jahresabschluss (Gruppe 1) Rumohr, C.
UE; 1 SWS; Die Veranstaltung wird in 6 Gruppen durchgeführt!;
Di. 10:15-11:45, AM/F; 16.6.-21.7.2009
- 030083 Übung Jahresabschluss (Gruppe 2) Rumohr, C.
UE; 1 SWS; Die Veranstaltung wird in 6 Gruppen durchgeführt!;
Di. 14:15-15:45, AM/F; 16.6.-21.7.2009
- 030088 Übung Jahresabschluss (Gruppe 3) Weiterer, A.
UE; 1 SWS; Die Veranstaltung wird in 6 Gruppen durchgeführt!;
Mo. 10:15-11:45, AM/F; 15.6.-20.7.2009
- 030084 Übung Jahresabschluss (Gruppe 4) Weiterer, A.
UE; 1 SWS; Die Veranstaltung wird in 6 Gruppen durchgeführt!;
Mo. 14:15-15:45, AM/F; 15.6.-20.7.2009
- 030122 Übung Jahresabschluss (Gruppe 5) Zwilling, R.
V; 1 SWS; Die Veranstaltung wird in 6 Gruppen durchgeführt!;
Fr. 8:15-9:45, LMS2-R.Ü1; 12.6.-17.7.2009
- 030121 Übung Jahresabschluss (Gruppe 6) Zwilling, R.
UE; 1 SWS; Die Veranstaltung wird in 6 Gruppen durchgeführt!;
Fr. 12:15-13:45, HRS7-R.3; 12.6.-17.7.2009
- Wahlteil Betriebswirtschaftslehre**
- 030141 Controlling-Konzeptionen Friedl, B.
V; 2 SWS; ben. Schein; ECTS: 4; Klausur am Ende des Semesters,
Fr. 10:00-11:30, Alte Mensa Hebbelhörsaal, 17.4.-17.7.2009
- 030113 Risk and Entrepreneurship Hanley, A.
V; 2 SWS; Klausur am Ende des Semesters, Unterrichtssprache ist
Englisch; Di. 8:15 - 9:45, HRS7-R.3; 14.4.-14.7.2009
- 030003 Organisationstheorien Wolf, J.
V; 2 SWS; ben. Schein; ECTS: 6; Mo. 8:15-9:45, AM/D; ab 20.4.2009
- 030060 Prozesse des Innovationsmanagements Walter, A.
V; 2 SWS; ben. Schein; ECTS: 4; Di. 10:15-11:45, AM/C; 14.4.-14.7.2009
- 030115 Corporate Social Responsibility Heidbrink, L.
S; 2 SWS; Diese Veranstaltung entspricht „CORPORATE CITIZENSHIP“
aus dem Studienführer!
Einzeltermine am 31.7.2009, 11:45-19:30, 1.8.2009, 9:00-19:00, 2.8.2009,
9:30-16:00, OS75/S2-R.168/R.166; Blockseminar 31.7.09-2.8.09.09

7. Grundstudium Betriebswirtschaftslehre - Diplomstudiengang, auslaufend

- 030155 Einführung in LaTeX Wende, S.
 KU; 2 SWS; Mi. 14:00-16:00, WSP1-R.114
- 030156 Einführung in Linux Wende, S.
 KU; 1 SWS; Mi. 16.00-18.00, WSP1-R.114

Hauptstudium**8. Absatzwirtschaft****Allgemeine BWL**

- 030069 Unternehmensplanspiel Markstrat Online Heitmann, M.
 S; 2 SWS; ben. Schein; Durchführung als Blockseminar, 19.06.2009,
 Gutenberg-Seminarraum

Spezielle BWL

- 030064 Forschungstrends im Marketing Heitmann, M.
 S; 2 SWS; ben. Schein; Durchführung als Blockseminar,
 24.-25.04.2009, Gutenberg-Seminarraum
- 030067 Markenpolitik Heitmann, M.
 V; 2 SWS; ECTS: 6; Do. 8:15-9:45, Alte Mensa Hebbelhörssaal; 16.4.-9.7.2009

9. Controlling

- 030179 Diplomanden- und Doktorandenseminar Friedl, B.
 KO; 1 SWS; Fr. 12:00-15:00, WR425-R. 321

Allgemeine BWL

- 030035 Hauptseminar zur Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre Friedl, B.
 HS; 2 SWS; ben. Schein; ECTS: 4; Es ist eine Hausarbeit zu einem vorgegebenen
 Thema anzufertigen, die zu Beginn des Semesters abzugeben ist.;
 Do. 8:15-9:45, AM/E; 16.4.-16.7.2009

Spezielle BWL

- 030030 Controlling-Funktionen Friedl, B.
 V; 2 SWS; ben. Schein; ECTS: 4; Klausur am Ende des Semesters;
 Do. 10:00-11:30, Alte Mensa Hebbelhörssaal; 16.4.-16.7.2009

- 030141 Controlling-Konzeptionen Friedl, B.
 V; 2 SWS; ben. Schein; ECTS: 4; Klausur am Ende des Semesters,
 Fr. 10:00-11:30, Alte Mensa Hebbelhörsaal; 17.4.-17.7.2009
- 030034 Hauptseminar zum Controlling Friedl, B.
 HS; 2 SWS; ben. Schein; ECTS: 4; Es ist eine Hausarbeit zu einem vorgegebenen
 Thema anzufertigen, die zu Beginn des Semesters abzugeben ist.;
 Fr. 8:15-9:45, AM/E; 17.4.-17.7.2009

10. Finanzwirtschaft

Allgemeine BWL

- 030066 ABWL-Seminar Nippel, P.
 S; 2 SWS; ben. Schein; Mo. 16:15-17:45, WSP1-R.114; ab 20.4.2009

Spezielle BWL

- 030071 Finanzierungstheorie (CoFi II) Nippel, P.
 V; 2 SWS; ben. Schein; ECTS: 6; Mo. 12:15-13:45, AM/F; 20.4.-13.7.2009
- 030008 Risikomanagement im Bankensektor Schertler, A.
 V; 2 SWS; ben. Schein; ECTS: 6; BLOCKVERANSTALTUNG; Einzeltermine
 am 23.4.2009, 8:00-10:00, 12:00-14:00, 24.4.2009, 10:00-12:00, 13:00-15:00,
 14.5.2009, 8:00-10:00, 12:00-14:00, 15.5.2009, 10:00-12:00, 13:00-15:00,
 28.5.2009, 8:00-10:00, 12:00-14:00, 29.5.2009, 10:00-12:00, 13:00-15:00,
 MES6-R.4; 23.4.-29.5.2009
- 030038 Seminar SBWL Unternehmensbewertung Nippel, P.
 S; 2 SWS; ben. Schein; in Verbindung mit 030016; Einzeltermine am 12.6.2009,
 13:00-19:00, Klingelhörsaal; 13.6.2009, 9:00-19:00, Klingelhörsaal;
 BLOCKVERANSTALTUNG
- 030139 Seminar SBWL Unternehmensbewertung (extern) Nippel, P.
 S; 2 SWS; ben. Schein; Blockseminar; 28.3.-4.4.2009
- 030167 Übung Risikomanagement im Bankensektor Schertler, A.
 UE; 1 SWS; Blockveranstaltung 11.5.-25.5.2009, Mo. 8:00-10:00, MES6-R.4;

11. Innovation, Neue Medien und Marketing

- 030079 ABWL-Seminar „Social Network Analysis“ Barrot, Ch.
 S; ben. Schein; ECTS: 6; Durchführung als Blockseminar im Zentrum für
 Betriebswirtschaft, Westring 425, vom 15.5, 13.00 - 16.5., ca. 20 Uhr;

- 030070 Doktorandenseminar „Publizieren und Positionieren“
S; 9:00-18:00, Gutenberg-Seminarraum, Westring 425; vom 2.7.-16.7.2009;
an zwei Tagen ganztägig Albers, S.
- 030180 Marketing mit Excel
UE; keine Credits, nur Teilnahmechein, Mo. 10:00-12:00, PC-Labor
vom 18.5.-29.6.2009 Fandrich, Th.
- 030073 Marketing mit Excel
UE; keine Credits, nur Teilnahmechein, Mi. 12:00-14:00, PC-Labor
3.6.-8.7.2009 Reimer, K.
- 030072 Marketing mit interaktiven Medien
V; ben. Schein; ECTS: 6; Di. 12:00-13:30, 16:00-17:30, AM/D;
14.4.-26.5.2009; Geblockt auf die erste Semesterhälfte Barrot, C.
- 030078 Sales Management
V; ben. Schein; ECTS: 6; Di. 12:00-13:30, 16:00-17:30, AM/D;
9.6.-21.7.2009; Geblockt auf die zweite Semesterhälfte;
in englischer Sprache (KISS) Albers, S.
- 030150 SBWL-Seminar „Verhandeln, Verkaufen und ethisches Verhalten“
S; ben. Schein; ECTS: 6; Durchführung als Blockseminar in der Jugendherberge
Schönberg vom 15.5.09, 13:00 Uhr bis 17.5.09, 15:00 Uhr Albers, S.

12. Organisation

Allgemeine BWL

- 030148 Unternehmenspolitik
V; ben. Schein; ECTS: 4; Mi. 16:00-18:00, WR425-R.10; 22.4.-10.6.2009;
jeweils 22.04., 29.04., 06.05., 13.05., 27.05., Exkursion ganztägig am 03.06.09 Driftmann, H.H.

Spezielle BWL

- 030171 Doktorandenseminar
S; 2 SWS; nur für Doktoranden des Lehrstuhls; Einzeltermine am
02.04. und 10.07.2009, jeweils ganztägig, WR425-R.10 Wolf, J.

13. Produktion und Logistik

Spezielle BWL

- 030112 Logistik
V; 2 SWS; ECTS: 6; (Hauptstudium); Mi. 8:00-10:00, AM/F;
Mi. 12:00-14:00, AM/F Briskorn, D.

- 030140 Prozessmanagement Sprecher, A.
 V; 1 SWS; 0 PP; Einzeltermine am 19.6.2009, 8:15-11:45, 12:30-16:00,
 WSP1-R.114; 26.6.2009, 8:15-11:45, 12:30-16:00, WSP1-R.114

14. Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung

Allgemeine BWL

- 030105 Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse Möller, S.H.
 V; 2 SWS; ben. Schein; ECTS: 6; Do. 12:00-14:00, AM/H; Einzeltermin
 am 30.4.2009, 12:00-14:00, AM/H; 16.4.-16.7.2009
- 030014 Seminar zur Allgemeinen BWL Möller, S.H.
 S; 2 SWS; ben. Schein; ECTS: 6; Das Seminar wird als Blockseminar angeboten,
 Termin: Freitag, 05.06.2009, 13:00-20:00 Uhr, Schmalenbach-Seminarraum,
 Westring 425.

Spezielle BWL

- 030178 Doktorandenseminar Möller, S.H.
 KO; 2 SWS; nur für die Doktoranden der Professur Rechnungslegung und
 Wirtschaftsprüfung; Zeit und Ort: nach individueller Vereinbarung
- 030054 Ökonomische Analyse der Rechnungslegung Möller, S.H.
 V; ECTS: 6; Do. 14:15-15:45, Alte Mensa Hebbelhörsaal; 16.4.-16.7.2009
- 030016 Seminar (SBWL) Unternehmensbewertung Möller, S.H.
 S; 2 SWS; ben. Schein; Das Seminar wird geblockt angeboten zusammen mit
 dem Lehrstuhl Finanzwirtschaft. Einzeltermine am 12.6.2009, 13:00-19:00,
 Klingelhörsaal; 13.6.2009, 9:00-19:00, Klingelhörsaal;
- 030085 Seminar Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung (SBWL) Möller, S.H.
 S; 2 SWS; ben. Schein; ECTS: 6; Das Seminar wird in Form eines
 Ski-Seminars angeboten. Skiseminar vom 28.03.-04.04.2009 in
 Riezlern/Kleinwalsertal
- 030110 Seminar Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung (SBWL) Möller, S.H.
 S; Fallstudienseminar, Blockveranstaltung am 03.07.2009, 13:00-20:00 Uhr
 im Gutenberg-Seminarraum, Westring 425

15. Gründungs- und Innovationsmanagement

- 030101 Diplomanden- und Doktorandenkolloquium Walter, A.
 KO; 2 SWS; siehe Aushang am Lehrstuhl

030068 Entrepreneurship
V; 2 SWS; ben. Schein; ECTS: 6; Mi. 10:15-11:45, AM/C; 29.4.-15.7.2009
Walter, A.

030060 Prozesse des Innovationsmanagements
V; 2 SWS; ben. Schein; ECTS: 4; Di. 10:15-11:45, AM/C; 14.4.-14.7.2009
Walter, A.

Allgemeine BWL

030068 Entrepreneurship
V; 2 SWS; ben. Schein; ECTS: 6; Mi. 10:15-11:45, AM/C; 29.4.-15.7.2009
Walter, A.

030052 Forschungspraxis-Seminar „Relationship Championing“
S; 2 SWS; ben. Schein; ECTS: 6; nur für Diplom-Studiengänge; alle Termine
im Gutenberg-Seminarraum am Institut für BWL; 24.02.09 15:00h,
02.03.09, 14:00, 05.06.-06.06.09 09:00-18:00h, Gutenberg-Seminarraum
Walter, A.

Spezielle BWL

030143 Innovation durch strategische Allianzen
S; 2 SWS; ben. Schein; ECTS: 6; Einzeltermine am 12.6.2009, 9:00-20:00,
AM/A; 13.6.2009, 9:00-16:00, CAP3-Hörsaal 1
Walter, S.

17. Studienkolleg Betriebswirtschaftslehre

030052 Forschungspraxis-Seminar „Relationship Championing“
S; 2 SWS; ben. Schein; ECTS: 6; nur für Diplom-Studiengänge; alle Termine
im Gutenberg-Seminarraum am Institut für BWL; 24.02.09 15:00h,
02.03.09, 14:00, 05.06.-06.06.09 09:00-18:00h, Gutenberg-Seminarraum
Walter, A.

030143 Innovation durch strategische Allianzen
S; 2 SWS; ben. Schein; ECTS: 6; Einzeltermine am 12.6.2009, 9:00-20:00,
AM/A; 13.6.2009, 9:00-16:00, CAP3-Hörsaal 1
Walter, S.

A.2 Lehrveranstaltungen im WS 2009/2010

Bachelor-/Masterstudiengänge

Pflichtteil BWL

- | | |
|--|--------------|
| 030063 Einführung in das Marketing (Marketing I)
V; 1 SWS; ben. Schein; ECTS: 3; diese Vorlesung ist der erste Teil des Bachelor-Moduls „Marketing und Methoden“, zu dem noch „Operations Research I“ gehört; Do. 8:15-9:45, AM/H; 29.10.-3.12.2009 | Heitmann, M. |
| 030139 Übung zu: Einführung in das Marketing (Marketing I)
UE; 1 SWS; Mo. 12:15-13:45, Alte Mensa kl.HS, 2.11.-30.11.2009 | Bremer, L. |
| 030048 Übung zu: Einführung in das Marketing (Marketing I)
UE; 1 SWS; Mo. 14:15-15:45, OHP2-Hörsaal, 2.11.-30.11.2009 | Bremer, L. |
| 030141 Übung zu: Einführung in das Marketing (Marketing I)
UE; 1 SWS; Mo. 16:15-17:45, Klingelhörsaal, 2.11.-30.11.2009 | Bremer, L. |
| 030106 Übung zu: Einführung in das Marketing (Marketing I)
UE; 1 SWS; Mo. 12:15-13:45, AM/F, 3.11.-1.12.2009 | Bremer, L. |
| 030051 Übung zu: Einführung in das Marketing (Marketing I)
UE; 1 SWS; Mi. 12:15-13:45, HRS7-R.3, 4.11.-2.12.2009 | Bremer, L. |
| 030109 Übung zu: Einführung in das Marketing (Marketing I)
UE; 1 SWS; Mi. 14:15-15:45, AM/F, 4.11.-2.12.2009 | Bremer, L. |
| 030049 Übung zu: Einführung in das Marketing (Marketing I)
UE; 1 SWS; Do. 12:15-13:45, Alte Mensa kl.HS, 5.11.-3.12.2009 | Bremer, L. |
| 030055 Übung zu: Einführung in das Marketing (Marketing I)
UE; 1 SWS; Do. 14:15-15:45, Klingelhörsaal, 5.11.-3.12.2009 | Bremer, L. |
| 030143 Entscheidung
V; 1 SWS; ben. Schein; ECTS: 4,5; Für die Veranstaltung gibt es 3 Prüfungspunkte.; Di. 12:00-13:30, 16:00-17:30, AM/H; Einzeltermine am 8.12.2009, 12:00-13:30, AM/D; 8.12.2009, 16:00-17:30, AM/H; 27.10.-1.12.2009; gemeinsam mit Entscheidungen für Diplom-Studierende in AM/H | Albers, S. |
| 030073 Übung zu: Entscheidung
UE; 1 SWS; Die Übung wird in vier Gruppen durchgeführt.; Mo. 10:15-11:45, 12:00-13:30, Klingelhörsaal; Mi. 8:30-10:00, 10:15-11:45, Alte Mensa kl.HS; 9.11.-9.12.2009 | Bähr, U. |

- 030115 Operations Research I Horbach, A.
 V; 1 SWS; Diese Vorlesung ist der zweite Teil des Bachelor-Moduls
 „Marketing und Methoden“, zu dem noch „Marketing I“ gehört;
 Do. 8:15-9:45, AM/H; 10.12.2009-4.2.2010; 2. Semesterhälfte
- 030123 Übung zu Operations Research I Briskorn, D.
 UE; 1 SWS; (Bachelor-Modul Marketing und Methoden), Nur 2. Semesterhälfte, Horbach, A.
 16.12.09-04.02.10); Mi. 12:15-13:45, AM/A; Mi. 14:15-15:45, AM/F;
 Do. 14:15-15:45, Klingelhörsaal; 16.12.2009-4.2.2010
- 030033 General Management I, Betriebswirtschaftslehre I für Ingenieure und Friedl, B.
 Naturwissenschaftler
 V; 1 SWS; ben. Schein; ECTS: 3; Klausur am Ende des Semesters;
 Di. 10:15-11:45, AM/G; 27.10.-8.12.2009; General Management I Klausur
 am Ende des Semesters, im direkten Anschluss findet die Klausur General
 Management II statt
- 030031 Übung zu General Management I, Übung zu Betriebswirtschaftslehre I Reuschenbach, D.
 für Ingenieure und Naturwissenschaftler
 UE; 1 SWS; siehe Vorlesung General Management I; Di., Mi. 14:15-15:45,
 CAP3-Hörsaal 2; Di. 16:00-17:30, OHP2-Hörsaal; Mi. 16:00-17:30,
 CAP3-Hörsaal 2; Die Übung findet in vier Gruppen während der ersten
 Hälfte des Semesters zweistündig statt.
- 030047 Unternehmensführung und Organisation Metz, S.
 UE; 1 SWS; Die Übung wird in Gruppen durchgeführt.; Mi., Do. 8:00-10:00,
 Klingelhörsaal; Mi. 10:00-12:00, Alte Mensa kl.HS; Mi. 14:00-16:00,
 Do. 10:00-12:00, Klingelhörsaal; Do. 14:00-16:00, AM/E; ab 13.1.2010;
 Die Übung richtet sich nur an Bachelor-Studierende und ist auf die
 zweite Semesterhälfte geblockt. Dunemann, T.
Rosenberg, T.
- 030078 Unternehmensführung und Organisation Wolf, J.
 V; 1 SWS; ben. Schein; ECTS: 3; Die Vorlesung ist für Bachelor-Studierende auf die
 zweite Semesterhälfte geblockt.; Di. 12:15-13:45, AM/H; ab 17.12.2009
- 030086 General Management II, Betriebswirtschaftslehre II für Ingenieure Walter, S.
 und Naturwissenschaftler
 V; 1 SWS; ben. Schein; ECTS: 3; Di. 10:15-11:45, AM/G; 15.12.2009-9.2.2010;
 General Management I Klausur am Ende des Semesters, im direkten Anschluss
 findet die Klausur General Management II statt
- 030072 Übung zu General Management II, Übung zur Betriebswirtschaftslehre II Gerth, N.
 für Ingenieure und Naturwissenschaftler
 UE; 1 SWS; ben. Schein; Di., Mi. 14:15-15:45, CAP3-Hörsaal 2; Di., Do.
 16:00-17:30, OHP2-Hörsaal; Mi. 16:00-17:30, CAP3-Hörsaal 2; Do. 14:15-15:45,
 OHP2-Hörsaal; 15.12.2009-11.2.2010; Die Übung findet während der zweiten
 Semesterhälfte im Anschluss an die Übungen für GM I statt.

Wahlteil BWL

- 030074 „Rankings und Ratings von Produkten und Dienstleistungen“ Albers, S.
 WPFL-Seminar Inno
 S; 2 SWS; ben. Schein; ECTS: 6; Blockseminar in der JH Eckernförde,
 20.11.-22.11.2009
- 030035 Hauptseminar zum Finanz- und Rechnungswesen Friedl, B.
 HS; 2 SWS; ben. Schein; ECTS: 5; Es ist eine Hausarbeit zu einem vorgegebenen
 Thema anzufertigen, die zu Beginn des Semesters abzugeben ist. Über weitere
 Leistungen wird in der Vorbereitungssitzung informiert; Do. 8:15-9:45, AM/E;
 5.11.2009-22.1.2010
- 030127 Seminar zu Risk and Entrepreneurship Hanley, A.
 S; 2 SWS; Unterrichtssprache ist Englisch, es ist eine Seminararbeit anzufertigen,
 Abgabetermin: 29.03.2010, Introductory Lecture: 27.10.2009,
 Blockveranstaltung 23.1.-24.1.2010, Sa., So, 10:00-18:00, Die Blockveranstaltung
 findet im Raum WSP1-R.502 statt.
- 030044 Systeme der Kosten- und Leistungsrechnung Friedl, B.
 V; 2 SWS; ben. Schein; ECTS: 4; Am Ende des Semesters wird eine Klausur angeboten.;
 Do. 10:00-11:30, AM/H; 29.10.2009-4.2.2010
- 030081 Seminar für die Bachelor-Studiengänge Wolf, J.
 S; ben. Schein; ECTS: 6; Seminar für den Bachelor-Studiengang; WR425-R.10;
 Das Seminar findet am 14.11. und 21.11. jeweils ganztägig statt.
- 030014 BA-Seminar Mölls, S.H.
 S; 2 SWS; ben. Schein; Einzeltermine am 4.12.2009, 13:00-19:00,
 WR425-R.3; 5.12.2009, 8:30-18:00, WR425-R.3; Das Seminar wird als
 Blockveranstaltung angeboten, Nähere Angaben zum Termin können Sie
 dem Aushang am Lehrstuhl entnehmen.
- 030097 Vertiefung Jahresabschluss Mölls, S.H.
 V; 2 SWS; ben. Schein; Di. 10:15-11:45, AM/H; 27.10.2009-9.2.2010

7. Grundstudium Betriebswirtschaftslehre - Diplomstudiengang, auslaufend**Hauptstudium****8. Absatzwirtschaft****Allgemeine BWL**

- 030069 BWL-Seminar Unternehmensplanspiel Markstrat Online Heitmann, M.
 S; 2 SWS; ben. Schein; Durchführung als Blockseminar, 29.01.2010,
 Gutenberg-Seminarraum

Spezielle BWL

- | | | |
|--------|---|--------------|
| 030057 | Preismanagement
V; 2 SWS; ben. Schein; ECTS: 6; geblockte Veranstaltung, nur für
und Marketing sowie Absatzwirtschaft angerechnet werden;
Diplom-Studierende; Mi. 8:15 - 11:30, AM/D | Heitmann, M. |
| 030064 | SBWL-Seminar zur Absatzwirtschaft „Messung von Kundenpräferenzen“
S; 2 SWS; ben. Schein; Durchführung als Blockseminar, 21.-22.01.2010,
Gutenberg-Seminarraum | Heitmann, M. |

9. Controlling

- | | | |
|--------|---|------------|
| 030175 | Diplomanden- und Doktorandenseminar
KO; 1 SWS; Fr. 12.00-15.00, WR425-R. 321 | Friedl, B. |
|--------|---|------------|

Allgemeine BWL

- | | | |
|--------|---|------------|
| 030044 | Systeme der Kosten- und Leistungsrechnung
KV; 2 SWS; ben. Schein; ECTS: 4;
Do. 10:00-11:30, AM/H; 29.10.2009-4.2.2010 | Friedl, B. |
|--------|---|------------|

Spezielle BWL

- | | | |
|--------|---|------------|
| 030034 | Hauptseminar zum Controlling
HS; 2 SWS; ben. Schein; ECTS: 4;
Fr. 8:15-9:45, AM/K; 6.11.2009-5.2.2010 | Friedl, B. |
| 030076 | Kostenmanagement
V; 2 SWS; ben. Schein; Fr. 10:00-11:30, Alte Mensa Hebbelhörsaal | Friedl, B. |

10. Finanzwirtschaft

Allgemeine BWL

- | | | |
|--------|---|----------------------------|
| 030066 | Angewandte Finanzmathematik
S; 2 SWS; ben. Schein; Mo. 14:15-15:45, WSP1-R.114
26.10.2009-25.1.2010 | Podlech, N. |
| 030190 | Investition und Finanzierung /Finanzwirtschaft II
TU; 2 SWS; ben. Schein; Diplom- und Bachelorveranstaltung;
Einzeltermin am 18.12.2009, 8:15-10:00, OHP8-R.233 | Hansen, M.
Hoffmann, S. |

Spezielle BWL

- | | | |
|--------|--|----------|
| 030024 | Theory of Financial Markets/Theorie der Finanzmärkte
V; 2 SWS; ben. Schein; Do., Fr. 10:00-12:00, AM/K; 29.10.-11.12.2009 | Lux, Th. |
|--------|--|----------|

11. Innovation, Neue Medien und Marketing**Allgemeine BWL**

- 030067 Entscheidungen Heitmann, M.
 V; 2 SWS; ben. Schein; ECTS, Di. 12:00-13:30, 16:00-17:30, AM/H,
 27.10.-8.12.2009

Spezielle BWL

- 030150 „Marketing in Krisenzeiten“ Seminar zur SBWL Barrot, Chr.
Becker, J.
 S; ben. Schein. Blockseminar in der JH Schönberg, 27.11.-29.11.2009
- 030058 Diplomanden-Kolloquium Albers, S.
 Am 01.02.2010, ganztägig, Gutenbergraum, Westring 425, R. 10
- 030165 Marktdurchsetzung von Innovationen Barrot, Chr.
 V; 2 SWS; ben. Schein; Mi. 12:00-13:30, 16:00-17:30, AM/D
 Die Vorlesung ist auf die erste Semesterhälfte geblockt.
- 030054 Medienmanagement Becker, J.
 V; 2 SWS; Schein; Mi. 12:00-13:30, 16:00-17:30, AM/D;
 ab 16.12.2009; Die Vorlesung ist auf die zweite Semesterhälfte geblockt.
- 030068 Produktpolitik Albers, S.
 V; 2 SWS; ECTS: 6; Di. 12:00-13:30, 16:00-17:30, AM/D;
 ab 15.12.2009; Die Vorlesung ist auf die zweite Semesterhälfte geblockt.

12. Organisation**Allgemeine BWL**

- 030079 ABWL Seminar zur Organisation Wolf, J.
 S; ben. Schein; Einzeltermine am 9.1.2010, 16.1.2010, 8:00-18:00, WR425-R.10
- 030147 Organisationsgestaltung Wolf, J.
 V; 2 SWS; ben. Schein; Do. 14:15-15:45, AM/C

Spezielle BWL

- 030145 Doktorandenseminar Wolf, J.
 S; 2 SWS; nur für Doktoranden des Lehrstuhls;
 Mo. 14:00-16:00, WR425-R.10 bzw. WR425-R.3
- 030148 SBWL Seminar zur Organisation Wolf, J.
 S; 2 SWS; ben. Schein; gilt sowohl für ABWL als auch für SBWL;
 WR425-R.10; Das Seminar findet am 09.01 und 16.01. jeweils ganztägig statt.

- 030146 Unternehmensführung Wolf, J.
V; 2 SWS; ben. Schein; Do. 12:15-13:45, AM/F; ab 29.10.2009

13. Produktion und Logistik

- 030140 Prozessmanagement Sprecher, A.
V; 1 SWS; 0 PP; Einzeltermine am 29.1.2010, 12.2.2010, 8:00-16:00,
WSP1-R.114; Diese Vorlesung wird zusätzlich zu den Lehrveranstaltungen
als Blockveranstaltung angeboten.

Allgemeine BWL

- 030124 Seminar zur Allgemeinen BWL Horbach, A.
Briskorn, D.
S; 2 SWS; Einzeltermine am 11.12.2009, 15:00-18:00, WSP1-R.114,
12.12.2009, 10:00-17:00, WSP1-R.114; Das Seminar wird als
Blockveranstaltung angeboten.

Spezielle BWL

- 030116 Projektplanung Briskorn, D.
V; 2 SWS; Mi. 12:00-14:00, AM/A; Mi. 14:00-16:00, AM/D;
11.11.-9.12.2009
- 030130 Seminar zur Speziellen BWL „Produktion und Logistik“ Horbach, A.
Briskorn, D.
S; 2 SWS; ben. Schein; Es handelt sich um eine Blockveranstaltung.
Einzeltermine am 11.12.2009, 15:00-18:00, WSP1-R.114;
12.12.2009, 10:00-17:00, WSP1-R.114

14. Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung

- 030144 Seminar Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung (SBWL) Mölls, S.H.
S; 2 SWS; ben. Schein; Das Seminar wird als Blockseminar am 08.04.2010 angeboten.

Allgemeine BWL

- 030118 Seminar Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung (ABWL) Mölls, S.H.
S; 2 SWS; ben. Schein; Einzeltermin am 27.11.2009, 13:00-19:00, WR425-R.3;
Das Seminar wird als Blockveranstaltung angeboten.

Spezielle BWL

- 030178 Doktorandenseminar Mölls, S.H.
KO; 2 SWS; nur für die Doktoranden der Professur Rechnungslegung und
Wirtschaftsprüfung; Zeit und Ort: nach individueller Vereinbarung

- 030010 Internationale Rechnungslegung Mölls, S.H.
V; 2 SWS; ben. Schein; Mi. 8:15-9:45, AM/K;
28.10.2009-10.2.2010
- 030080 Prüfungswesen Mölls, S.H.
V; 2 SWS; ben. Schein; Di. 12:15-13:45, AM/B;
27.10.2009-9.2.2010
- 030085 Seminar Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung (SBWL) Mölls, S.H.
S; 2 SWS; ben. Schein; Das Seminar wird in Form eines Ski-Seminars
Nippel, P.
angeboten vom 10.-17.01.2010 in Riezlern /Kleinwalsertal. Nähere
Angaben siehe Aushang am Lehrstuhl oder Homepage.
- 030083 Unternehmensbesteuerung Schäfer-Elmayer, P.
V; ben. Schein; Einzeltermine am 29.10.2009, 14:00-20:00, Klingelhörsaal;
30.10.2009, 8:00-18:00, Klingelhörsaal; 31.10.2009,
8:00-16:00, Klingelhörsaal; Die Vorlesung wird geblockt angeboten.

15. Gründungs- und Innovationsmanagement

- 000000 Diplomanden- und Doktorandenseminar Walter, A.
KO; 2 SWS; siehe Aushang am Lehrstuhl
- 030086 General Management II, Betriebswirtschaftslehre II für Walter, S.
Ingenieure und Naturwissenschaftler
V; 1 SWS; ben. Schein; ECTS: 3; Di. 10:15-11:45, AM/G; 15.12.2009-9.2.2010
- 030077 Gründungspraktikum Walter, A.
P/SEM; ben. Schein; Einzelne Projekttermine nach Vereinbarung.
- 030071 Kooperation und Netzwerke Walter, A.
V; 2 SWS; ben. Schein; ECTS: 4; geblockte Veranstaltung im Anschluss
an Preismanagement, nur für Diplom-Studierende; Mi. 8:15-11:45, AM/D;
16.12.2009-10.2.2010
- 030072 Übung zu General Management II, Übung zur Betriebswirtschaftslehre II Gerth, N.
für Ingenieure und Naturwissenschaftler
UE; 1 SWS; ben. Schein; Di., Mi. 14:15-15:45, CAP3-Hörsaal 2;
Di., Do. 16:00-17:30, OHP2-Hörsaal; Mi. 16:00-17:30, CAP3-Hörsaal 2;
Do. 14:15-15:45, OHP2-Hörsaal; 15.12.2009-11.2.2010; Die Übung findet
während der zweiten Semesterhälfte im Anschluss an die Übungen für GM I statt.

Allgemeine BWL

- 030052 Forschungspraxis-Seminar „Spin-off-Gründungen aus öffentlicher Forschung“ Walter, A.
S; 2 SWS; ben. Schein; Präsentation der Ergebnisse des Seminars am Tischler, J.
04.12./05.12.2009 am Institut für BWL; WR425-R.10

030134 Forschungspraxis-Seminar „Universitäre Gründungsförderung im internationalen Vergleich“, S; 2 SWS; ECTS: 4; ausschließlich für Studierende im Hauptdiplom; Einzeltermine am 5.3.2010, 6.3.2010, 8:00-18:00, WR425-R.10 Walter, S.

Spezielle BWL

030046 Advanced Readings in Technology Management Walter, A.
S; 2 SWS; ben. Schein; Di. 14:00-15:30, WR425-R.10

030126 Forschungspraxis-Seminar „Kooperationen mit Wettbewerbern“ Walter, S.
S; 2 SWS; ben. Schein; Einzeltermine am 27.11.2009, 28.11.2009, 8:00-18:00, WR425-R.10

030071 Kooperation und Netzwerke Walter, A.
V; 2 SWS; ben. Schein; Mi. 8:15-11:45, AM/D; 16.12.2009-10.2.2010

17. Studienkolleg Betriebswirtschaftslehre

030033 General Management I, Betriebswirtschaftslehre I Friedl, B.
für Ingenieure und Naturwissenschaftler
V; 1 SWS; ben. Schein; Di. 10:15-11:45, AM/G; 27.10.-8.12.2009

030086 General Management II, Betriebswirtschaftslehre II Walter, S.
für Ingenieure und Naturwissenschaftler
V; 1 SWS; ben. Schein; Di. 10:15-11:45, AM/G; 15.12.2009-9.2.2010

030031 Übung zu General Management I, Übung zu Reuschenbach, D.
Betriebswirtschaftslehre I für Ingenieure und Naturwissenschaftler
UE; 1 SWS; Di., Mi. 14:15-15:45, CAP3-Hörsaal 2; Di. 16:00-17:30, OHP2-Hörsaal; Mi. 16:00-17:30, CAP3-Hörsaal 2; 10.11.-10.12.2009

030072 Übung zu General Management II, Übung zur Betriebswirtschaftslehre II Gerth, N.
für Ingenieure und Naturwissenschaftler
UE; 1 SWS; ben. Schein; Di., Mi. 14:15-15:45, CAP3-Hörsaal 2; Di., Do. 16:00-17:30, OHP2-Hörsaal; Mi. 16:00-17:30, CAP3-Hörsaal 2; Do. 14:15-15:45, OHP2-Hörsaal; 15.12.2009-11.2.2010

Alte Mensa gr.HS	Alte Mensa, großer Hörsaal
AM/A	Audimax, Hörsaal A
HRS7-R.3	Physiologie C3, kleiner Hörsaal
CAP3-R.I - III	Christian-Albrechts-Platz, Hörsaal I bis III
WR425-R.10	Westring 425, Raum 10 (Zentrum für Betriebswirtschaft)
WSP1-R.114	Wilhelm-Seelig-Platz 1, Raum 114 [PC-Labor-Seminarraum]
OS75/Geb.H-R.3	Hörsaalgebäude Olshausenstraße 75
LMS 2, R.Ü1	Ludewig-Meyn-Straße 2, Übungsraum 1

Manuskripte aus den Instituten für Betriebswirtschaftslehre

- 649 Briskorn, D., Choi, Y.-C., Lee, K., Leung, J., Pinedo, M., A genetic algorithm for inventory constrained scheduling on a single machine (2009)
- 648 van 't Hof, P., Post, G., Briskorn, D., Round-robin tournaments with minimum number of breaks and two teams per club (2009)
- 647 Briskorn, D., Horbach, A., A Lagrangian approach for minimum cost tournaments (2009)
- 646 Horbach, A., Bartsch, T., Briskorn, D., Optimal scheduling real world sports leagues by reduction to SAT (2009)
- 645 Berg, T., Mölls, S.H., Willershausen, T.: (Real-)Options, uncertainty and comparative statics - Are Black and Scholes mistaken? (2009)
- 644 Horbach, A., A Boolean satisfiability approach to the resource-constrained project scheduling problem (2009)
- 643 Briskorn, D., A branching scheme for minimum cost tournaments with regard to real world constraints (2009)
- 642 o.V., Jahresbericht 2008
- 641 Choi, B.C., Briskorn, D., Lee, K., Leung, J., Pinedo, M., Allocating containers to ships with fixed departure times (2008)
- 640 Briskorn, D., Choi, B.C., Lee, K., Leung, J., Pinedo, M., Inventory constrained scheduling on a single machine (2008)
- 639 Briskorn, D., Leung, J., Pinedo, M., Robust scheduling on a single machine using time buffers (2008)
- 638 Wolf, J., Die Internationalisierung der Unternehmenstätigkeit aus der Perspektive der Pfadabhängigkeitstheorie (2008)
- 637 Horbach, A., A new class of valid inequalities for the round robin tournament problem (2008)
- 636 Briskorn, D., Knust, S., On circular 2-factorizations of the complete tripartite graph (2008)
- 635 Briskorn, D., Knust, S., Constructing fair sports league schedules (2008)
- 634 Büther, M., Beam search for the elastic generalized assignment problem (2008)
- 633 o.V., Jahresbericht 2007
- 632 Büther, M., Reducing the elastic generalized assignment problem to the standard generalized assignment problem (2007)
- 631 Veit, K.-R., Aktienrechtliches und übernahmerechtliches Squeeze out im Vergleich (2007)
- 630 Veit, K.-R., Die Verlustanzeige gemäß § 92 Abs. 1 AktG bzw. § 49 Abs. 3 GmbHG aus der Sicht des Abschlussprüfers (2007)