

NEWSLETTER Winter Term 2018

Im zweiten Halbjahr 2017 verstärkte ein neuer wissenschaftlicher Mitarbeiter den Lehrstuhl

Für den SVI-Stiftungslehrstuhl für Marketing war die erste Hälfte des Jahres 2017 durch eine beachtliche personelle Erweiterung um vier neue Mitarbeiter gekennzeichnet. Im zweiten Halbjahr des Jahres stieß ein weiterer Mitarbeiter zum bisherigen Lehrstuhlteam, um den Lehrstuhl auf fachlicher, administrativer sowie persönlicher Ebene zu bereichern und zu unterstützen.



Damian Hesse, M. Sc.

Nach dem Erhalt des Masterabschlusses an der HHL Leipzig Graduate School of Management begann Damian Hesse im September 2017, neben Lehrstuhl- sowie Forschungsarbeit, ein Buchprojekt zu unterstützen, welches sich der Herkunft sowie der Zukunft der deutschen Werbebranche widmet. Während des

Studiums konnte er bereits praktische Kenntnisse in marketing-technischen und strategischen Themenstellungen in den Bereichen von Chemie und Pharma, Logistik, Finanzdienstleistung und E-Commerce erwerben sowie interkulturelle Erfahrungen bei Auslandsaufenthalten in den USA, Singapur, Süd-Korea und der Türkei sammeln. Passend zu seiner forschenden Tätigkeit am Lehrstuhl interessiert sich Damian Hesse insbesondere für kanalübergreifende Werbekonzepte entlang der Customer Journey.

Das Team freut sich auf spannende Forschungsjahre sowie die gemeinsame Zusammenarbeit.

AMG-Professoren-Meeting am 12./13. Juli 2017

Mittlerweile haben zehn ehemalige Doktoranden des SVI-Stiftungslehrstuhls Berufungen als Professoren an verschiedenen Hochschulen in Deutschland angenommen. Um einen Austausch zu hochschul- und lehrbezogenen Themen zu ermöglichen, initiierte Professor Kirchgeorg 2015 ein Treffen der AMG-Professoren, welches seither jährlich im Juli an der HHL stattfindet.

In diesem Jahr begrüßte der Kreis Professor Dr. Stefan Hermann als neues Mitglied.

Im Rahmen des Treffens wurden besondere Herausforderungen an den jeweiligen Hochschulen diskutiert sowie hochschulübergreifende Trends (neue Didaktik-Konzepte, Digitalisierung der Lehre) reflektiert.



AMG-Professores beim Erfahrungsaustausch an der HHL

Abschließend diskutierten die Teilnehmer vertiefend über ein gemeinsames Buchprojekt sowie über Möglichkeiten, um die individuellen Kompetenzen der AMG-Professoren besser sichtbar und nutzbar zu machen. Als Ergebnis dieser Diskussion ist ein Folder entstanden, der die unterschiedlichen Fachexpertisen des AMG Professorenkreises aufzeigt, wodurch das breite Kompetenzspektrum unter dem gemeinsamen Dach des Marketingmanagements deutlich wird – von Live Communication Management über Entrepreneurship bis hin zum International Marketing.

2018 wird der Erfahrungsaustausch fortgesetzt und weitere gemeinsame Aktivitäten sind aktuell in der Planung.

NEWSLETTER Winter Term 2018

Zusammenkunft der Akademischen Marketinggesellschaft e.V. in Hamburg im Zuge des Sommerseminars 2017

Anfang September 2017 trafen sich die Mitglieder der Akademischen Marketinggesellschaft des SVI-Stiftungslehrstuhls für Marketing in Hamburg, um gegenwärtige Forschungsergebnisse sowie deren Relevanz für die Praxis zu diskutieren. Verschiedene Forschungspräsentationen deckten alle drei Forschungsbereiche des Lehrstuhls ab und beschäftigten sich unter anderem mit nachhaltigem Konsumentenverhalten und B2B-Entscheidungsprozessen im Multikanal-Kontext. Für die Vorträge stellte die Kühne Logistics University freundlicherweise ihre modernen Räumlichkeiten inmitten der Hafencity zur Verfügung, welche einen spektakulären Blick auf den Hafen gewährten.



Teilnehmer des AMG-Sommerevents in Hamburg

Neben dem fachlichen Austausch blieb ausreichend Zeit, um die Stadt zu erkunden. Glücklicherweise fanden zeitgleich die Hamburg Cruise Days 2017 statt, wodurch sich ausreichend Möglichkeiten für Unternehmungen boten. Neben einer Hafenrundfahrt folgten die Teilnehmer der Einladung zu einer Firmenbesichtigung, die Dr. Gerd Robertz als langjähriges AMG-Mitglied und Geschäftsführer von Books on Demand ausgesprochen hatte. Als europäischer Marktführer hat das Unternehmen seit den 90er Jahren seinen Standort in Hamburg. Spannende Diskussionen über das Geschäftsmodell von BoD sowie über die Zukunft des Verlagswesens standen neben der Firmenbesichtigung im Mittelpunkt des Besuches.

SVI-Stiftungslehrstuhl für Marketing mit zwei Vorträgen bei der SustEcon-Nachhaltigkeitskonferenz in Berlin vertreten

Am 25. und 26. September 2017 fand in Berlin die internationale „Sustainable Economy (SustEcon) Conference“ statt. Ziel dieser BMBF-geförderten Konferenz war der wissenschaftliche Austausch zu Möglichkeiten einer nachhaltigen Wirtschaft, an dem sich der Forschungsbereich Sustainability Marketing des SVI-Stiftungslehrstuhls mit zwei Vorträgen beteiligte. Zum einen wurden Forschungsergebnisse aus der Doktorarbeit von Katja Rudolph zu Akzeptanzbarrieren bei ökologischen Substituten am Beispiel eines „grünen“ Dübels vorgestellt. In einer anderen Session wurden Daten aus einem Real-Experiment zum Einfluss der Werbebotschaft auf die Kaufentscheidung für Bio- oder Regionalprodukte präsentiert und diskutiert. Die Studie wurde im Rahmen des „SPIN“-Forschungsprojekts in Zusammenarbeit mit einem Leipziger Einzelhändler (Konsum Leipzig) durchgeführt.

Zu beiden Vorträgen gab es viel positives Feedback von anderen Konferenzteilnehmern, die das Thema „Sustainable Economy“ in ihren Forschungsprojekten wiederum aus überraschend vielfältigen Perspektiven betrachteten –



Dr. Anja Buerke und Anna Jäger bei der SustEcon Conference in Berlin

von technisch-naturwissenschaftlichen Aspekten über psychologische Konzepte bis hin zur Pädagogik. In den Panel-Diskussionen wurde v. a. die internationale Perspektive deutlich und von Experten die Relevanz der Zusammenarbeit auf internationaler Ebene hervorgehoben, z. B. in Bezug auf den Prozess der Entwicklung und Umsetzung der Sustainable Development Goals (SDGs). Insgesamt bot die Konferenz einen guten Ausgangspunkt, um das Thema Nachhaltigkeit erneut als „großes Ganzes“ zu reflektieren und dabei die eigene Forschung im Bereich Sustainability Marketing weiter zu fokussieren.

NEWSLETTER Winter Term 2018

Forschungstagung Marketing 2017 - 13 Marketinglehrstühle besuchten die HHL

Vom 28.09. bis 30.09.2017 veranstaltete der SVI-Stiftungslehrstuhl für Marketing unter Leitung von Professor Kirchgeorg die „Forschungstagung Marketing 2017“. Das Format wird seit vielen Jahren an unterschiedlichen Universitätsstandorten ausgerichtet und bot Ende September 13 Marketinglehrstühlen aus dem deutschsprachigen Raum eine Plattform für den akademischen Erfahrungsaustausch. 60 Doktoranden präsentierten und diskutierten ihre Promotionsthemen. Das Feedback von Professoren und akademischen Sparringspartnern anderer Lehrstühle wurde geschätzt. Dabei bildeten unter anderem die Themen Digitalisierung und E-Commerce sowie Branding die größten Schnittmengen zum Austausch unter den Lehrstühlen. Im Rahmen einer Paneldiskussion zum Thema „Erfolgreiches und Modernes Publizieren“ konnten auf individuelle Fragen der Doktoranden eingegangen und Erfahrungswerte der Professoren aus erster Hand vermittelt werden.



Leipzig zu Wasser – Gäste der Marketingtagung bei der Bootstour

Am Abend präsentierte sich Leipzig dann als Kultur-, Auto- und Sportstadt mit einer hochkarätigen Dialogrunde im Ratskeller. Der Direktor des Gewandhauses zu Leipzig, Prof. Andreas Schulz, und Dr. Joachim Lamla von der Porsche Leipzig GmbH sowie der Medienunternehmer Dr. Michael Kölmel brachten ihre Expertisen ein und gaben einen Ausblick auf die zukünftigen Marketingherausforderungen. Hieraus konnten die Doktoranden spannende und aktuelle Impulse für neue Forschungsprojekte mitnehmen.



Die Geschäftsführer des Gewandhauses zu Leipzig, der Porsche Leipzig GmbH und der Weltkion GmbH im Dialog



Marketing-Professoren diskutieren über die Zukunft ihrer Disziplin

Mit einem Auftaktabend in der Moritzbastei wurde die Tagung eröffnet. Am nächsten Tag wurden den ange-reisten Akademikern städtische Perspektiven im Rahmen einer Bootsfahrt zu Wasser geboten.

Doktorandenseminar der Stiftungslehrstühle des Siegfried Vögele Instituts

Auf Einladung des Stifters unseres Lehrstuhls, dem Siegfried Vögele Institut, reisten mit Dr. Silko Pfeil, Eric Holdack, Katja Lurie und Jens Stach vier Vertreter des SVI-Stiftungslehrstuhls am 2. und 3. November nach Königstein im Taunus. Die Professoren und Doktoranden des SVI-Forschungsverbunds tauschten sich in einem konstruktiven und kooperativen Dialog über aktuelle Forschungsvorhaben und Promotionsprojekte

NEWSLETTER Winter Term 2018

an den verschiedenen Lehrstühlen aus. Katja Lurie präsentierte ihr aktuelles Forschungspapier zum Einfluss von Arbeitgeber-Awards auf die wahrgenommene Arbeitgeberattraktivität und stellte verschiedene Herausforderungen der empirischen Effektabgrenzung zur Diskussion. Jens Stach präsentierte Ergebnisse über



Professoren, Habilitanden und Doktoranden der SVI-Stiftungslehrstühle

die Beeinflussung der haptischen Wahrnehmung von Produkten durch Sound-Modellierung. Abschließend stellte Eric Holdack ein aktuelles Research Paper vor, in dem er auf Basis des sozio-ökonomischen Panels (SOEP) generationale Unterschiede in der persönlichen Wertorientierung untersucht.

Im offenen und konstruktiven Austausch wurden Hinweise zu den präsentierten Inhalten ebenso wie Verbesserungspotenziale im Hinblick auf notwendige Präzisierungen, alternative empirische Forschungsdesigns sowie zur Gewichtung von Rigor und Relevance reflektiert.

73. Führungsgespräch: „Marketing Weiterdenken“ in Leipzig

Angesichts der Digitalisierung und des mit ihr einhergehenden disruptiven Wandels steht das Marketing im Sinne einer marktorientierten Unternehmensführung in vielen Unternehmen auf dem Prüfstand und muss sich anpassen, um zukunftsfähig zu bleiben. Doch wie genau kann diese Adaption aussehen? Rückt der Kunde in einer digitalen Welt wieder in den Mittelpunkt des Unternehmens, wie vom Marketing eigentlich seit seinen Ursprüngen gefordert? Welche weiteren Er-

folgsk Faktoren und Herausforderungen gibt es in Zukunft, wie wichtig ist beispielsweise die physische Präsenz einer (Online-)Marke heute noch? Diesen und ähnlichen Fragen stellte sich die Wissenschaftliche Gesellschaft für marktorientierte Unternehmensführung im Rahmen ihres 73. Führungsgesprächs am 9. und 10. November in Leipzig. Anlässlich des 80. Geburtstages von Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Heribert Meffert – Mitgründer der Wissenschaftlichen Gesellschaft und Nestor der Marketingdisziplin in Deutschland – ist im Vorfeld das Sammelwerk „Marketing Weiterdenken“ mit Beiträgen von über 30 Persönlichkeiten aus Wissenschaft und Unternehmensführung entstanden, die mögliche Zukunftspfade marktorientierter Unternehmensführung darin aus sehr unterschiedlichen Perspektiven reflektierten. Das Werk wurde im Rahmen des Führungsgesprächs von Prof. Kirchgeorg und Prof. Bruhn überreicht und bot den Anlass, Marketing gemeinsam vor den einzigartigen Kulissen der Alten Börse sowie des Gewandhauses zu Leipzig „weiterzudenken“.

Sowohl Vertreter erfolgreicher Digitalunternehmen als auch etablierte Player wurden hierbei zu Wort gebeten. Weitgehende Einigkeit bestand darüber, dass Kundenzentrierung heute zwar ein entscheidender Erfolgsfaktor ist, doch nur in Verbindung mit einer entsprechenden Wachstumsorientierung und einem überzeugenden Unternehmens-Purpose – dem „Warum“ hinter allem Handeln – tatsächlich zum Erfolg führen kann. Weiterhin wurde deutlich, dass die Trennung zwischen digitalen und etablierten Playern bei dieser Diskussion eigentlich nicht länger zeitgemäß ist. Beide müssen sich aktuell sehr ähnlichen Herausforderungen stellen, wie beispielsweise der ständigen Disruption von Geschäftsmodellen, vor allem durch den asymmetrischen Wettbewerb mit dem großen Konkurrenten Amazon, oder der langfristigen Bindung bzw. Rückgewinnung von Kunden durch den direkten Kundendialog sowie die intelligente Nutzung von Kundendaten. Um diesen Herausforderungen gerecht werden zu können, bedarf es allerdings genau jener Agilität des Marketings, die

NEWSLETTER Winter Term 2018

durch den Titel des Führungsgesprächs, „Marketing Weiterdenken“, bereits impliziert wurde.



Einführung von Professor Kirchgeorg beim 73. Führungsgespräch

Dieser kann somit in diesem Sinne als direkte Aufforderung an Wissenschaft und Unternehmenspraxis verstanden werden.

Beitrag im Marketing Review St. Gallen

In der zweiten Jahreshälfte ist in der Marketing Review St. Gallen von den Autoren Rico Manß und Manfred Kirchgeorg ein Beitrag zur Kundenbindung durch crossmediale Integration erschienen. Die beiden Autoren zeigen auf, wie crossmediale Instrumente Händlern bei der Kundenbindung helfen können.

Dazu wurde in einem ersten Schritt eine Strukturierung und Typologisierung von Instrumenten erstellt, die den Kunden dabei begleiten, einen Kanal während des Kaufprozesses zu wechseln. „Wenn sich ein Kunde Offline bei einem Händler zu einem Produkt informiert, dann aber Online bei einem anderen Händler kauft, kann dies geschäftsschädigend für den



Ausgabe 4/2017 des Marketing Review St. Gallen

Offline-Händler sein, da er Kosten für die Warenausstellung aufnimmt, aber keinen Umsatz verzeichnen kann.“ so Manß. Moderne Technologien helfen Händlern, den Kunden bei solchen Wechseln zu begleiten, ohne ihn zu verlieren.

In einem zweiten Schritt zeigen die Autoren exemplarisch die Wirksamkeit einer solchen Technologie in einem experimentellen Design. Dabei wurde ein „Magic Mirror“ in einer Konsum-Filiale in Leipzig aufgestellt und die Absatzzahlen verschiedener Produkte über mehrere Versuchswochen analysiert. Der Absatz von einzelnen Produkten konnte im Versuchszeitraum teilweise verdoppelt werden. Abschließend stellen die Autoren fest, dass „...für den Handel die Notwendigkeit besteht, zu verstehen, in welcher Form der Kunde in der einzelnen Phase der Customer Journey unterstützt und erreicht werden kann.“

Quelle: Manß, R., Kirchgeorg, M. (2017). Kundenbindung durch crossmediale Integration - Die Offline-Online-Integration am Beispiel eines Magic-Mirror-Experiments. Marketing Review St. Gallen, 4/2017, 24-33.

Besuch von Professor Kirchgeorg an der Harvard Business School

Anfang Dezember 2017 besuchte Professor Kirchgeorg für fünf Tage wieder das Netzwerktreffen „Mircoeconomics of Competitiveness“ an der Harvard Business School in Boston. Das Netzwerk wurde von Professor Michael E. Porter gegründet und im Dezember versammelten sich wieder 130 Professoren von Universitäten aus der ganzen Welt, die sich in Lehre und Forschung mit Cluster- und Kooperationskonzepten beschäftigen.



Professor Michel E. Porter (2. v. l.) zusammen mit den Professoren Kirchgeorg, Althammer und Harritas

NEWSLETTER Winter Term 2018

Im Mittelpunkt der Veranstaltungstage standen Präsentationen zu aktuellen Forschungsergebnissen, Chaptermeetings (z. B. Europa, USA, Lateinamerika, Asien), Cluster-Cases und zur Weltbank. Zum Abschluss hatte Michael E. Porter Ergebnisse seiner Forschungsarbeiten vorgestellt, die er seit einigen Jahren intensiv verfolgt. Hierin überträgt er seinen wettbewerbsbezogenen Ansatz auf das politische System. Porter war besorgt, dass politische Parteien (insbesondere in den USA) immer stärker auseinanderdriften und dabei keine Entscheidungen mehr zustande kommen, weil jede Partei gegen alles ist, was eine andere Partei macht oder vorschlägt. Polarisierung anstelle von Konsensfindung sieht Porter in den USA wie auch in anderen Ländern weltweit als große Gefahr für demokratische Systeme der Neuzeit an. Anhand einer Reihe statistischer Daten wies er nach, dass es in den USA bereits seit einem Jahrzehnt zu einer Lähmung von notwendigen und „vernünftigen“ Entscheidungen kommt, die für das Land und die Bürger erhebliche Nachteile beinhalten und letztlich die Wettbewerbsfähigkeit eines Landes gefährden. Mit seinem wettbewerbsbezogenen Ansatz versucht er diese Situation zu erklären und Empfehlungen abzuleiten.



Dr. Süß beim erfolgreichen Sabrieren

Leipziger Weihnachtsmarkt, um sich bei einem Glühwein für eine gruselige, historische Stadtführung aufzuwärmen. Ausgeklungen ist der gemeinsame Abend dann in einem Restaurant bei Speis und Trank.

Trendmonitor Weiterbildung in Kooperation mit dem Stifterverband und Lecturio

Die fortschreitende Digitalisierung hat viele unserer Lebensbereiche in den vergangenen Jahren verwandelt. Facebook und Co. haben einen starken Einfluss auf das Kommunikations- und Konsumverhalten. In der Bildung und insbesondere im Weiterbildungsbe- reich ist zwar noch kein Akteur in Sicht, der den Markt in vergleichbarer Weise verändern wird. Dennoch haben sich eine Reihe von Akteuren bereits auf den Weg

Weihnachtsfeier des SVI-Stiftungslehrstuhls für Marketing

Um das ereignisreiche Jahr 2017 gemeinsam ausklingen zulassen, veranstaltete das Lehrstuhl-Team am 15. Dezember eine Weihnachtsfeier.



Frau Jäger freut sich über ihr Wichtelgeschenk

Eingeleitet wurde der Tag mit einer Wichtelrunde. Anschließend besuchte das gesamte Team die Disputation von Herrn Erich Süß zu dem Promotions- thema „Empirical Analysis of the Impact of Mobile Marketing on the

Effectiveness of Customer Loyalty Programs“. Somit gab es an diesem Tag einen doppelten Grund zur Freude. Danach traf sich das Lehrstuhlteam auf dem



Trendmonitor Weiterbildung 2018

gemacht, Teile des Marktes neu zu definieren. Der Weiterbildungsmarkt ist noch relativ traditionell orientiert. Er ist einer der wenigen Bereiche, in denen die Digitalisierung zwar im Aufwind ist, dies allerdings noch in einem relativ frühen Stadium. Dies bedeutet für die Anbieter von Weiterbildung – Unternehmen wie Hochschulen –, dass sie nun die Gelegenheit haben, den Wandel aktiv zu gestalten, um mit neuen Formaten am Markt zu reüssieren. Zu diesem Zweck soll der Trendmonitor Weiterbildung den Status quo und neue Trends in der Weiterbildung in Deutschland beleuchten. Die Planung, Durchführung



NEWSLETTER Winter Term 2018

und Auswertung der Studie wurde durch den SVI-Stiftungslehrstuhl für Marketing in Kooperation mit dem Stifterverband und dem E-Learning-Anbieter Lecturio begleitet.

Im Rahmen der Untersuchung wurden erstmalig sowohl die Nachfrageseite – also Unternehmen – als auch Hochschulen als Anbieter wissenschaftlich fundierter Weiterbildung parallel einbezogen. Insgesamt haben sich 245 Unternehmen und 184 Hochschulen beteiligt. Das Ziel war es ein Instrument zu schaffen, welches den Status quo kontinuierlich dokumentiert und nachverfolgt, welche Trends und Ansätze sich in Deutschland durchsetzen. Der Trendmonitor soll über die nächsten Jahre zum Verständnis und zur Sichtbarmachung der Veränderungen im Weiterbildungsmarkt beitragen.

Abgeschlossene Masterarbeiten

Im zweiten Halbjahr 2017 wurden am Lehrstuhl folgende Masterarbeiten erfolgreich abgeschlossen:

- Generation Y – Myth or reality? (Betreuer: Dr. Silko Pfeil)
- Signaling Theory in Job Choice Behavior - The Influence of Employer Awards on the Employer Attractiveness (Betreuer: Dr. Silko Pfeil)
- Driving to a sustainable future – An experiment testing implications of construal level theory for designing advertising appeals for electronic vehicles in a cross-cultural context (Betreuer: Dr. Anja Buerke, Anna Jäger)
- Socio-psychological determinants of electric car usage intention – A systematic literature review in a cross-cultural context (Betreuer: Dr. Anja Buerke, Xisi Yang)
- Customer Relationship Management for Digital Companies (Betreuer: Prof. Dr. Kirchgeorg, Eric Holdack)

Endredaktion: Damian Hesse
SVI-Stiftungslehrstuhl für Marketing
HHL Leipzig Graduate School of Management
Jahnallee 59
04109 Leipzig
+49 341 9851 790