ECONSTOR
Make Your Publications Visible.

A Service of

ZBW Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
Leibniz Information Centre for Economics

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

Working Paper

Jahresbericht 2008

Manuskripte aus den Instituten für Betriebswirtschaftslehre der Universität Kiel, No. 642

Provided in Cooperation with:
Christian-Albrechts-University of Kiel, Institute of Business Administration

Suggested Citation: Christian-Albrechts-Universität zu Kiel, Institut für Betriebswirtschaftslehre (Ed.) (2009) : Jahresbericht 2008, Manuskripte aus den Instituten für Betriebswirtschaftslehre der Universität Kiel, No. 642, Universität Kiel, Institut für Betriebswirtschaftslehre, Kiel

This Version is available at:
https://hdl.handle.net/10419/147560

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.

WWW.ECONSTOR.EU

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

Nr. 642
Jahresbericht
2008

Februar 2009

Christian–Albrechts–Universität zu Kiel
Institut für Betriebswirtschaftslehre
Olshausenstraße 40, Besucheradresse: Westring 425
24098 Kiel
Tel.: 0431 / 880–3999
Fax: 0431 / 880–3213
http://www.bwl.uni-kiel.de/

Inhaltsverzeichnis

Vorwort der Institutsleitung 3

1 Struktur und Ausstattung des Instituts 5

1.1 Personal und Organisation 5

1.2 Drittmittel 8

1.3 PC–Labor 9

1.4 Vorträge am Institut für Betriebswirtschaftslehre 9

2 Rufe und Auszeichnungen 11

3 Lehre und Studium 13

3.1 Studierendenzahlen und Studienanfänger 13

3.2 Zwischen– und Diplom–Prüfungen 14

3.3 Internationaler Studierendenaustausch 15

3.4 Ausgewählte Diplomarbeiten 18

3.5 Graduierten– und Doktorandenstudium 19

3.6 Lehrtätigkeiten der Honorarprofessoren 22

3.7 Exkursionen und Recruiting–Veranstaltungen 22

3.8 Sonstiges 22

4 Forschungsprojekte 23

4.1 Lehrstuhl für Absatzwirtschaft 23

4.2 Lehrstuhl für Controlling 26

4.3 Lehrstuhl für Finanzwirtschaft 28

4.4 Lehrstuhl für Gründungs– und Innovationsmanagement 30

4.5 Lehrstuhl für Innovation, Neue Medien und Marketing 33

4.6 Lehrstuhl für Organisation 35

4.7 Lehrstuhl für Produktion und Logistik 37

4.8 Lehrstuhl für Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung 39

4.9 Institut für Innovationsforschung 41

5 Publikationen, Manuskripte und Vorträge **45**

5.1 Publikationen 45

5.2 Manuskripte sowie Arbeits- und Konferenzpapiere aus den Instituten für Betriebswirtschaftslehre 48

5.3 Vorträge 51

6 Weitere Aktivitäten **55**

6.1 Akademische Selbstverwaltung 55

6.2 Andere Ämter und Funktionen 57

A Lehrveranstaltungen **61**

A.1 Lehrveranstaltungen im SS 2008 61

A.2 Lehrveranstaltungen im WS 2008/2009 67

Würdigung Prof. Dr. Dr. h.c. Jürgen Hauschildt 76

Vorwort der Institutsleitung

Das zurückliegende Berichtsjahr begann für uns alle mit der sehr traurigen Nachricht vom Tode unseres langjährigen Kollegen Professor Dr. Dr. h.c. Jürgen Hauschildt. Er verstarb am 2. Februar nach schwerer Krankheit im Alter von 71 Jahren. Jürgen Hauschildt wurde 1979 auf den Lehrstuhl für Organisation am Institut für Betriebswirtschaftslehre der Christian-Albrechts-Universität berufen, den er bis 1999 innehatte. Anschließend gründete und leitete er das Studienkolleg Betriebswirtschaftslehre, in dem heute mehr als 800 Studierende anderer Fakultäten aktiv sind. Während seiner Zeit am Institut für Betriebswirtschaftslehre hat Professor Hauschildt die Innovationsforschung in Deutschland maßgeblich geprägt. Eine Würdigung der Arbeit von Professor Hauschildt ist diesem Bericht beigefügt.

Mit großem Bedauern ist hier auch zu berichten, dass Prof. Dr. Andreas Drexl krankheitsbedingt zum 31.12.2008 vorzeitig aus dem Dienst ausscheiden musste. Professor Drexl hatte den Lehrstuhl für Produktion und Logistik an der Christian-Albrechts-Universität seit 1989 inne. Er gehört national wie international zu den herausragenden Forscherpersönlichkeiten und hat sich in den Bereichen Losgrößenplanung, Ressourceneinsatzplanung und Reihenfolgeplanung einen hervorragenden Ruf erworben. Professor Drexl hat zu diesen Themen mehrfach in international führenden Zeitschriften publiziert. Seine überragende Forschungsleistung wird unter anderem in dem 2003 erschienenen Forschungsranking des Handelsblatts dokumentiert.

Professor Dr. Klaus-Rüdiger Veit ist am 31. März des vergangenen Jahres aus dem aktiven Dienst ausgeschieden. Professor Veit wurde zum 1. April 1990 auf den Lehrstuhl für Rechnungswesen an die Christian-Albrechts-Universität berufen und hat sich während seiner Amtszeit sehr um die Lehre und Forschung am Institut für Betriebswirtschaftlehre verdient gemacht. Am 13. Januar 2008 beging Professor Veit mit zahlreichen Gästen am Institut für Betriebswirtschaftslehre seinen 65. Geburtstag, an dem er zugleich feierlich von der Fakultät und seinen Kollegen verabschiedet wurde.

Zum 1. April 2008 übernahm Professor Dr. Sascha Mölls die Leitung des Lehrstuhls für Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung (früher Lehrstuhl für Rechnungswesen). Mit Professor Dr. Mark Heitmann konnte auch der Lehrstuhl für Absatzwirtschaft 2008 neu besetzt werden. Die Kollegen des Instituts freuen sich darüber, dass mit den beiden neu berufenen Professoren junge forschungsproduktive Hochschullehrer für die Kieler Betriebswirtschaftslehre gewonnen werden konnten.

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. Hierzu passt die Meldung, dass im Frühjahr 2008 die von Professor Dr. Joachim Wolf herausgegebene Zeitschrift „Management International Review" in den Social Science Index (SSCI) aufgenommen wurde. Im deutschsprachigen Raum werden lediglich zwei Managementzeitschriften herausgegeben, die in diesem weltweit führenden Zitationsindex registriert sind. Zudem konnten neue Forschungsprojekte gestartet, Praxisprojekte mit Unternehmen durchgeführt sowie zahlreiche Seminare, Diplomarbeiten und Promotionen betreut werden. Des Weiteren ist eine Unternehmensgründung aus dem Institut zu vermelden.

Ebenfalls ins Berichtsjahr fiel der 60. Geburtstag von Professor Dr. Dr. h.c. Sönke Albers am 16. Februar, den er tags darauf mit einer großen Zahl an Gästen feierte. Ihm zu Ehren fand am 18. Februar ein Symposium zum Thema „Netzwerke – Neue Trends in der Marketing- und Innovationsforschung" statt. Neben Fachvorträgen zu den Themen „Kunden werben Kunden" und „Innovationen in Netzwerken" wurden auf der Veranstaltung die Stationen des Wissenschaftlers und dessen wegweisender Einfluss auf die Marketingforschung gewürdigt. Früher als die meisten anderen seiner deutschen Kollegen setzte Sönke Albers auf empirisches Arbeiten und quantitative Methoden. An dem Festakt nahmen auch seine ehemaligen Schüler teil, von denen bis heute sieben an Universitäten und drei an Fachhochschulen auf Professuren berufen wurden.

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 Berichtes 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. Achim Walter

Kiel, im Februar 2009

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. Abbbildung 1.2 zeigt die Struktur dieser Institute.

Abbildung 1.1: von links nach rechts: Prof. Dr. M. Heitmann, Prof. J. Wolf, Prof. Dr. S.-H. Mölls, Prof. A. Walter, Prof. B. Friedl und Prof. P. Nippel.
Es fehlen: Prof. Dr. Dr. h.c. Sönke Albers und Prof. Dr. A. Drexl

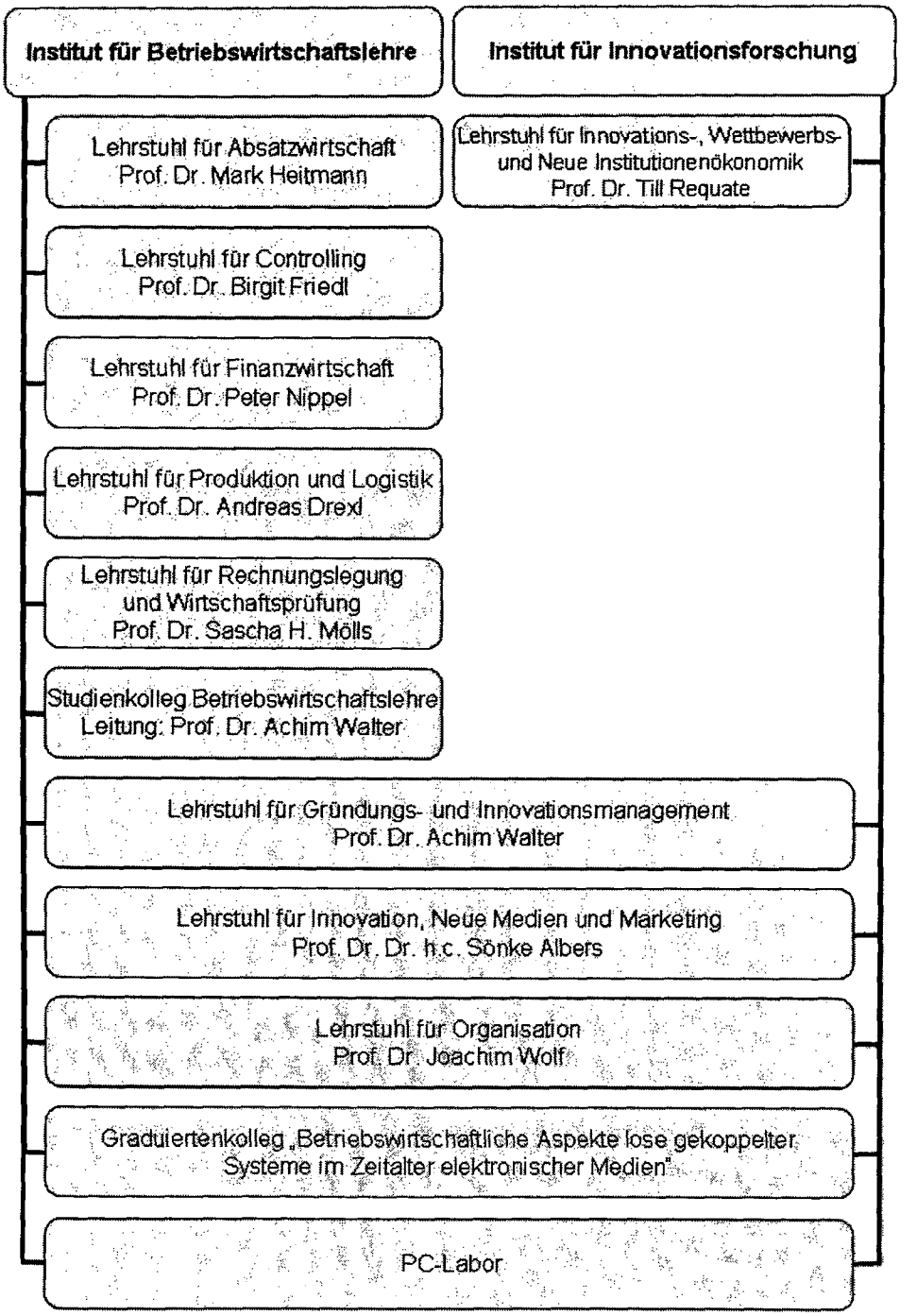

Abbildung 1.2: Struktur der Institute

Auf dem Gruppenbild der Professoren des Instituts für Betriebswirtschaftslehre fehlt Professor Drexl krankheitsbedingt. Professor Albers absolvierte zum Zeitpunkt der Berichterstellung einen Forschungsaufenthalt an der University of Technology in Sidney.

Nach Erreichen des Pensionsalters ist Professor Dr. Klaus-Rüdiger Veit zum 1. April 2008 in den Ruhestand getreten. In seiner Zeit am Institut für Betriebswirtschaftslehre von 1990 bis 2008 hat Professor Veit nahezu 300 Diplomarbeiten betreut und 14 Doktoranden zu einem erfolgreichen Abschluss geführt. Für seine Studierenden war Professor Veit stets ein Vorbild. Für viele von ihnen verkörpert er die Vorstellung von einem Wirtschaftsprüfer in geradezu idealer Weise.

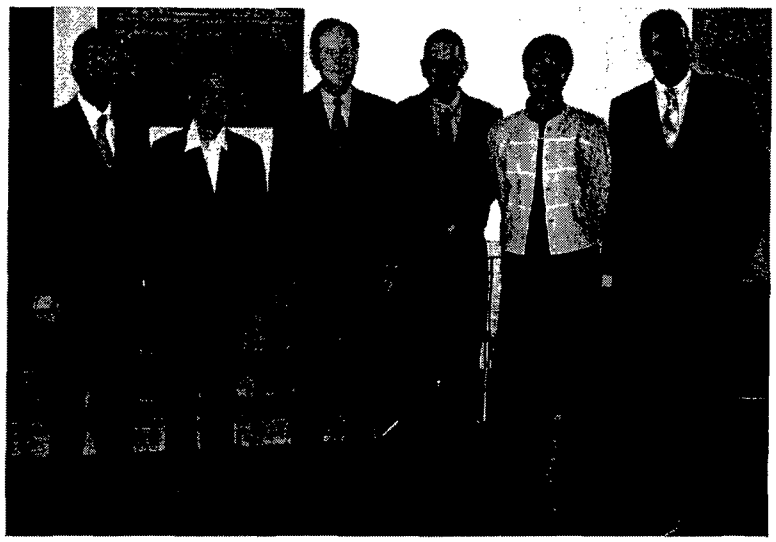

Abbildung 1.3: Verabschiedung von Prof. Veit

Professor Veit verfasste zahlreiche Beiträge zur Bilanzpolitik, zu Sonderbilanzen, zum Insolvenzwesen, zu Unternehmensverbindungen sowie zum Prüfungswesen. Darüber hinaus war er während seiner Amtszeit in der akademischen Selbstverwaltung sehr aktiv. Er übernahm wiederholt das Amt des geschäftsführenden Direktors des Instituts für Betriebswirtschaftlehre. Von 1994 bis 1996 war er Dekan der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät. Zum professionellen Selbstverständnis von Professor Veit gehörte es auch, dass er als Mitglied des akademischen Senats seiner Christian-Albrechts-Universität diente.

An dieser Stelle sollen die beiden neu berufenen Professoren am Institut für Betriebswirtschaftslehre kurz vorgestellt werden. Mit Professor Dr. Sascha Mölls und Professor Dr. Mark Heitmann ist es gelungen, zwei junge und sehr forschungsaktive Kollegen nach Kiel zu holen.

Professor Mölls übernahm zum 1. April 2008 den Lehrstuhls für Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung (früher Lehrstuhl für Rechnungswesen). Von 1992 bis 1997 studierte er Betriebswirtschaftslehre an der Philipps-Universität Marburg und wurde nach der Erlangung des Diploms zunächst Projektmitarbeiter am Lehrstuhl für Betriebswirtschaftliche Steuerlehre und anschließend Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Wirtschaftsprüfung. Im Jahr 2003 promovierte ihn der Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Universität Marburg mit einer Arbeit zum Thema „Grenzpreisbestimmung von Unternehmensnetzwerken – Netzwerkeffekte in der Unternehmensbewertung". In ummittelbarem Anschluss an die Promotion begann er

an gleicher Stelle die Arbeit an seiner Habilitationsschrift, in der er sich unter anderem mit dem Entscheidungsverhalten bzw. der Verhaltenssteuerung von Wirtschaftsprüfern beschäftigte. Während der Habilitationszeit nahm er Gastdozenturen im Ausland wahr und verbrachte als Visiting Scholar eine längere Zeit an der School of Management der University of Texas in Dallas. Nach seiner erfolgreich abgeschlossenen Habilitation im Februar 2008 erfolgte unmittelbar der Ruf an die Christian-Albrechts-Universität zu Kiel. Seine Forschungsschwerpunkte erstrecken sich auf die rechnungslegungsbezogene empirische Kapitalmarktforschung, ausgewählte Probleme des Prüferverhaltens sowie die finanzwirtschaftliche Unternehmensbewertung und die Unternehmensverfassung.

Professor Heitmann nahm im Sommer 2008 den Ruf auf den Lehrstuhl für Absatzwirtschaft an der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel an. Herr Heitmann schloss sein Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Universität Hamburg ab. Er wurde an der Universität St. Gallen promoviert, wo er sich später habilitierte. Seine Forschungstätigkeit führte ihn an die University of Michigan, die Columbia University sowie an das Max-Planck-Institut für Bildungsforschung. Im Jahr 2008 erhielt er weitere Rufe auf den Lehrstuhl für Marketing an der Ruhr-Universität Bochum sowie den Lehrstuhl für Medienmanagement und Marketing an der Universität Flensburg. Professor Heitmann hat bereits in führenden internationalen Zeitschriften publiziert (Journal of Marketing Research, Harvard Business Review) und mehrere Auszeichnungen für seine Arbeiten erhalten (z.B. durch den Verband der Schweizer Markt- und Sozialforscher, die American Marketing Academy und die Academy of Management). Seine Forschungsschwerpunkte liegen auf der Analyse des menschlichen Entscheidungsverhaltens, der Markenführung, der Steuerung von Kundenzufriedenheit und -bindung sowie dem Produkt- und Preismanagement.

1.2 Drittmittel

Das Land Schleswig-Holstein finanzierte die Forschungsarbeit von Dipl.–Kfm. Marcel Büther zum Thema „Capacitated Facility Location with Single Source: Models, Algorithms and Applications".

Die Investitionsstiftung Schleswig-Holstein (ISH) fördert in Kooperation mit der Firma ARIVA.DE 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 des acatech-Konvents für Technikwissenschaften der Union der deutschen Akademien der Wissenschaft e.V. München, des Fraunhofer Instituts Arbeitswirtschaft und Organisation (IAO) Stuttgart und des Lehrstuhls von Prof. Dr. Achim Walter zum Thema „Wirtschaftliche Entwicklung von Ausgründungen außeruniversitärer Forschungseinrichtungen".

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".

Der Innovationsfonds des Landes Schleswig-Holstein fördert das von Prof. Dr. Dr. h.c. Sönke Albers und Prof. Dr. Dennis Snower beantragte Projekt: „Gastprofessur für Global Management and Economics im Bereich Ozeanwirtschaft".

Die Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG) fördert den von Prof. Dr. Dr. h.c. Sönke Albers beantragten Aufbau eines Open Access Online Journals für Betriebswirtschaftslehre „BuR – Business Research".

Die Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG) finanziert das Graduiertenkolleg „Betriebswirtschaftliche Aspekte lose gekoppelter Systeme und Electronic Business" bis 30.09.2008.

1.3 PC–Labor

Vom Institut für Betriebswirtschaftslehre wird (betreut vom Lehrstuhl für Produktion und Logistik) 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 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.

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:

- *Skaruppe, M.* (Förde Sparkasse), „Regulierung und Banksteuerung", 14.01.2008.
- *Schäfer, M.* (KPMG), „Implikationen aufsichtsrechtlicher Anforderungen für die Gesamtbanksteuerung", 28.01.2008.
- *Prof. Demetrios Vakratsas* (McGill University, Montreal, Canada), „Dynamic Market-Level Effects of Highly Regulated Advertising Messages", 17.04.2008.
- *Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Horst Steinmann* (Emeritierter Professor der Friedrich–Alexander–Universität Erlangen–Nürnberg, Lehrstuhl für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, insb. Unternehmensführung), „Betriebswirtschaftslehre mit Unternehmensethik", 24.04.2008.
- *Dipl.–Math. Frank Stege* (ERGO Versicherungsgruppe AG), Kostenmanagement in einem Versicherungskonzern, 06.06.2008.
- *Dipl.–Betriebsw. Saskia Nörmann* (Hamburg–Mannheimer Versicherungs–AG), Wandel der Unternehmungskultur, 06.06.2008.

- *Prof. Dr. Thomas Ritter* (Center for Business Marketing and Purchasing, Copenhagen Business School), „Radical Innovations: With and Without Customer Involvement", 24.06.2008.
- *Pausch, T.* (Deutsche Bundesbank), „Credit Risk and Credit Derivatives in Banking", 30.06.2008.
- *Raeke, J.* (Behrenberg Private Capital GmbH), „Asset Allocation", 11.07.2008.
- *Bauer, C.* (KPMG), „ABS Transaktionen", 14.07.2008.
- *Prof. Wolfgang Jank* (Dept. of Decisions, Operations & Information Technologies, University of Maryland, USA), „Forecasting Box-office Revenue Using Virtual Stock Exchanges and Functional Shape Analysis", 24.11.2008.

Kapitel 2

Rufe und Auszeichnungen

Dipl.–Kffr. Pia Buchalle erhielt den Preis der Gesellschaft für Betriebswirtschaft für ihre Diplomarbeit „Organisationsstruktur und Auslandsentsendung – Unternehmensinterne Faktoren als Prädiktoren für die Gestaltung und den Karriereerfolg bei internationalem Personaleinsatz".

Dr. Felix Riesenhuber wurde im Herbst 2008 mit dem 1. Preis für wissenschaftliche Arbeiten der Stiftung Industrieforschung in Köln ausgezeichnet. Darüber hinaus wurde seine Arbeit mit einem Preis der Esche Schümann Commichau Stiftung Hamburg sowie mit einem Förderpreis des Unternehmensverbands Kiel e.V. gewürdigt.

Dipl.–Kffr. Julia Siegmon erhielt den Preis der Förde Sparkasse für ihre Diplomarbeit „Experimente zur Beeinflussung des Website-Nutzungsverhaltens auf otto.de".

Dipl.–Kffr. Deborah Wörner erhielt den Preis der BDO Deutsche Warentreuhand AG für ihre Diplomarbeit „Neue Herausforderungen der internen Revision".

Kapitel 3

Lehre und Studium

3.1 Studierendenzahlen und Studienanfänger

Zum Wintersemester 2007/08 sind die Diplom-Studiengänge der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät eingestellt worden. Einschreibungen sind nur noch in die Bachelor-Studiengänge Betriebswirtschaftslehre, Volkswirtschaftslehre und Wirtschaftswissenschaft, dem Nachfolgestudiengang zum Handelslehrer, möglich. Die Studierenden in den Diplom-Studiengängen können ihre Diplomprüfung noch bis 2012 bzw. 2013 ablegen.

Studiengang	02/03	03/04	04/05	05/06	06/07	07/08	08/09
Betriebswirtschaftslehre	795	853	844	868	911	904	772
– davon Diplom	795	853	844	868	911	777	495
– davon Bachelor	–	–	–	–	–	127	277
Volkswirtschaftslehre	709	824	944	947	986	943	796
– davon Diplom	709	824	944	947	986	783	525
– davon Bachelor	–	–	–	–	–	160	271
Handelslehrer	165	177	194	203	202	213	235
– davon Diplom	165	177	194	203	202	163	147
– davon Bachelor	–	–	–	–	–	50	88
Summe	1669	1854	1.982	2018	2099	2060	1803

Tabelle 3.1: Anzahl der eingeschriebenen Studierenden

Im Diplom-Studiengang Betriebswirtschaftslehre waren an der Christian-Albrechts-Universität zum Wintersemester 2008/2009 noch 495 Studierende eingeschrieben, im Bachelor-Studiengang waren es 277 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 1.803 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 880 Studierende anderer Fakultäten, die an

den Veranstaltungen und den zugehörigen Prüfungen des Instituts für Betriebswirtschaftslehre teilnehmen.

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 Mehrfachbewerbungen, 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	
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Bewerbungen	412	513	473	1301	1489	1648	2413
Ist–Zugang	209	184	188	178	178	127	160
Kapazität lt. KapVO	165	200	190	180	180	121	165
Belastung in %	127	92	99	99	99	105	97

Tabelle 3.2: Anzahl der Studienanfänger im Studiengang Betriebswirtschaftslehre

3.2 Zwischen– und Diplom–Prüfungen

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

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Zwischenprüfungen in Betriebswirtschaftslehre	115	92	145	102	104	113	107
Diplome in Betriebswirtschaftslehre	60	79	79	95	93	116	120

Tabelle 3.3: Anzahl der Vordiplome und Diplome im Studiengang Betriebswirtschaftslehre

Ein Bestandteil der Diplomprüfung ist die Anfertigung der Diplomarbeit, die wahlweise über zwei oder als freie wissenschaftliche Arbeit über sechs Monate geschrieben werden kann. 2008 wurden 86 Zwei-Monats-Diplomarbeiten (WS 07/08 + SS 08) und 30 Sechs-Monats-Diplomarbeiten abgegeben. In Kap. 3.4 werden exemplarisch einige bemerkenswerte Arbeiten genannt.

Nach der neuen Prüfungsordnung, auf deren Basis inzwischen die meisten Studierenden geprüft werden, wurden im Berichtszeitraum 3087 Hauptstudiumsklausuren geschrieben und korrigiert. Hinzu kommen beachtliche 407 betreute Seminararbeiten. Im Grundstudium summiert sich die Zahl der geschriebenen Klausuren auf insgesamt 2248. Zusätzlich wurden erstmals 969 Klausuren im neu eingeführten Bachelor-Studium abgelegt.

Daneben wurden Studierende anderer Fakultäten im Bereich Betriebswirtschaftslehre schriftlich geprüft. Die Koordination dieser Prüfungen obliegt dem Studienkolleg Betriebswirtschaftslehre. Im Jahre 2008 wurden insgesamt 670 Klausuren geschrieben. Davon entfielen 63 Prüfungen in Bachelor-Studiengänge.

Über das von unserem Institut angebotene Lehrprogramm in den zwei Semestern des Jahres 2008 informiert der im Anhang A beigefügte Auszug aus den Vorlesungsverzeichnissen.

3.3 Internationaler Studierendenaustausch

Im Rahmen der wissenschaftlichen Ausbildung wird an den Instituten für Betriebswirtschaftslehre großer Wert auf den internationalen Austausch von Studierenden gelegt. Über alle Austauschprogramme bestehen direkte Partnerschaften mit 34 Hochschulen in Europa, Amerika und Asien. Durch neu geschlossene Kooperationen wurde die Austauschkapazität im Jahr 2008 von 72 auf 79 Plätze pro Studienjahr erneut gesteigert.

Das EU-Erasmus-Programm nimmt hier eine zentrale Rolle ein. Das Erasmus-Office der Institute koordiniert und berät die Studierenden bei ihren Planungen für ein Auslandssemester an insgesamt 31 Partnerhochschulen in Europa. Auf der anderen Seite werden Studierende, die als Gaststudenten an die Institute kommen, intensiv bei organisatorischen und fachlichen Fragen betreut.

Für das Studienjahr 2008/2009 konnten im Rahmen des Erasmus-Programms mit der Universidad de Cantabria, Santander (Spanien), und der University of Limerick (Irland) zwei attraktive Partnerhochschulen dazugewonnen werden. Eine bestehende Austauschkooperation mit der Manchester Business School (Großbritannien) wurde in das Erasmus-Programm integriert und zwei frühere Kooperationen mit der Università di Bologna (Italien) und der Universiteit Gent (Belgien) wieder aufgenommen. Es wurden dagegen keine Austauschkooperationen aufgegeben, sodass die Gesamtkapazität unserer Erasmus-Kooperationen von 60 auf 69 Plätze deutlich zugenommen hat.

Die Gesamtzahl der Studierenden, die im Studienjahr 2008/2009 im Rahmen des Erasmus-Programms ins Ausland gehen, beträgt 46. Die Zahl der „Outgoings" ist damit seit vier Jahren nahezu konstant. 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 2007/2008 bei elf. Für das jetzige Studienjahr deutet sich eine erneute Rückläufigkeit der Zahlen an. Auch wenn bislang nur die fünf Gaststudenten des Wintersemesters 2008/2009 berücksichtigt werden können, wird die Gesamtzahl unter den elf Studierenden bleiben, die im vorherigen Studienjahr nach Kiel kamen, da das Sommersemester erfahrungsgemäß nicht so intensiv für Auslandssemester genutzt wird. 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 sind die Kooperationen mit der Tilburg University (Niederlande) und der Université de Rennes I (Frankreich). Hier werden den Studierenden jeweils wechselseitig Double-Degree-Programme angeboten. Durch einen einjährigen integrierten Auslandsaufenthalt an einer der Partnerhochschulen können Studierende einen zweiten vollwertigen akademischen Abschluss erwerben. Für die Studienjahre 2007/2008 und 2008/2009 konnten Stipendien für Kieler Teilnehmer akquiriert werden, die das Programm noch attraktiver machen. In 2008 haben insgesamt vier Kieler Studierende ein Double-Degree-Studium an einer der Partnerhochschulen erfolgreich abgeschlossen und drei ein Doppeldiplom-Studium aufgenommen. Drei Studierende aus Rennes sowie

eine Studentin aus Tilburg haben als zweiten Abschluss ein Diplom der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel verliehen bekommen.

Neben Erasmus und Double-Degree-Programmen wurde vor allem der Austausch im Bereich der weiteren Kooperationen ausgeweitet. Die neu etablierten 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 2008/2009 intensiv beworben. Vier Studierende besuchen die Partnerhochschulen in diesem Studienjahr.

Ein Schwerpunkt der Arbeit hinsichtlich des internationalen Studierendenaustauschs ist die verstärkte Informationsarbeit für Studierende des neuen Bachelor-Studiengangs gewesen. Aufgrund des veränderten Studienverlaufs besteht hier ein erhöhter Beratungsbedarf. Im Studienjahr 2009/2010 werden die Bachelor-Studierenden zum ersten Mal im größeren Umfang an den Austauschprogrammen der Institute teilnehmen.

Partnerhochschulen	05/06* Out	05/06* In	06/07* Out	06/07* In	07/08* Out	07/08* In	08/09* Out	08/09* In
ERASMUS								
ICHEC Bruxelles (B)	2	–	2	–	2	–	2	–
Universiteit Gent (B)	–	–	×	×	×	×	×	×
Katholieke Universiteit Leuven (B)	–	–	2	–	2	–	–	–
Copenhagen Business School, Kopenhagen (DK)	2	–	3	–	2	–	2	–
Syddansk Universitet, Odense (DK)	3	–	3	1	3	1	2	2
Universidad de Alcalá de Henares (E)	4	–	2	–	4	–	4	–
Universidad de Cádiz (E)	2	–	2	–	2	–	2	–
Universidad da Coruña (E)	×	×	×	×	2	–	–	–
Universidad Autónoma de Madrid (E)	3	–	–	–	3	–	1	–
Universidad de Cantabria, Santander (E)	×	×	×	×	×	×	1	–
ESC Bretagne Brest (F)	–	–	1	–	–	2	1	–
Université Jean Moulin, Lyon III (F)	2	2	2	–	–	1	–	1
Université de Rennes I (F)	2	4	1	3	–	1	1	1
Helsinki School of Economics and Business Administration (FIN)	2	–	2	×	×	×	×	×
Vaasan Yliopisto – University of Vaasa (FIN)	3	1	3	2	3	–	1	–
Università di Bologna (I)	–	–	1	–	×	×	1	–
Università degli studi di Catania (I)	–	1	–	–	–	–	1	–
Università degli studi di Torino, Turin (I)	–	–	–	–	–	–	1	–
University of Limerick (IRL)	×	×	×	×	×	×	2	–
Norges Handelshoyskole, Bergen (N)	4	–	4	–	4	–	4	–
Norwegian School of Management, Oslo (N)	5	–	5	–	5	–	5	–
Norwegian College of Fishery Science, Tromsø (N)	×	×	1	–	1	–	–	–
Technische Universiteit Eindhoven (NL)	–	–	–	–	×	×	×	×
Erasmus Universiteit Rotterdam (NL)	2	–	2	–	2	–	2	–
Tilburg University (NL)	2	–	–	1	1	–	1	–
ISCTE Lisboa (P)	×	×	×	×	1	–	1	–
Universidade Nova de Lisboa, Lissabon (P)	2	–	1	–	3	–	2	–
Warsaw School of Economics (PL)	2	4	2	3	3	4	1	–
Wyzsza Szkola Humanistyczno-Ekonomiczna, Lodz (PL)	–	–	–	1	–	–	–	-
Goteborgs Universitet – Göteborg University (S)	4	1	4	1	4	–	4	–
Lunds Universitet – Lund University (S)	1	–	1	–	×	×	×	×
Keele University (UK)	1	1	1	1	×	×	×	×
The University of Warwick, Coventry (UK)	2	1	2	2	2	1	2	–
The University of Manchester (UK)	×	×	×	×	×	×	2	–
Marmara Üniversitesi, Istanbul (TR)	×	×	1	–	2	1	–	1
WEITERE								
Institute of Marketing & Management, Neu-Delhi (IND)	×	×	×	×	×	×	2	–
DeGroote School of Business, McMaster University, Hamilton (CDN)	–	–	–	–	–	–	1	–
College of Business, Iowa State University, Ames (USA)	×	×	×	×	×	×	1	–
Summe	50	16	46	14	51	11	50	5

* = Der Zeitraum umfasst das jeweilige Studienjahr
× = In diesem Studienjahr hat keine Kooperation mit dieser Hochschule bestanden
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

3.4 Ausgewählte Diplomarbeiten

Absatzwirtschaft

- *Platonov, A.*, Der Einfluss internetbasierter Entscheidungshilfen auf das Kaufverhalten
- *Urdahl, N.-P.*, Herdenverhalten und Identitätskommunikation im Marketing
- *Wisniewska, B.*, Determinanten des Aufschubs von Kaufentscheidungen

Controlling

- *Knoche, S.*, Analyse und Gestaltung der Effizienz von Planungs- und Controllingprozessen in einer Industrieunternehmung
- *Südbeck, R.*, Entwicklung von Vorschlägen zur Optimierung der Transferpreisgestaltung in einer Industrieunternehmung
- *Gödeke, C.*, Entwicklung eines Kennzahlensystems für das Performance Measurement in einer Druckerei

Finanzwirtschaft

- *Dockhorn, M.*, The Pricing of Bonus Certificates – A Theoretical and Empircal Anaylsis
- *Hanstedt, H.*, Der Emissionspreis bei Kapitalerhöhungen mit Bezugsrecht
- *Rumohr, C.*, Aktienrückkäufe in Deutschland – Eine empirische Untersuchung der Determinanten

Gründungs- und Innovationsmanagement

- *Heinrichs, S.*, Die Entstehung und Entwicklung akademischer und privatwirtschaftlicher Spin-offs - eine kritische Überprüfung der theoretischen und empirischen Literatur anhand von Fallstudien
- *Böge, N.*, Landesbezogene Einflüsse auf individuelle Gründungsneigungen: Ein Forschungsüberblick
- *Selke, A.*, Dynamic Capabilities – Ein Forschungsüberblick

Innovation, Neue Medien und Marketing

- *Bremer, L.*, Determinanten für die Teilnahme an Kundenempfehlungsprogrammen – Empirische Analyse von sozialen Netzwerken in der Telekommunikationsindustrie
- *Köhler, C.*, Die Schätzung von Reaktionsfunktionen für Verkaufsaußendienste im Pharmamarkt bei hierarchischen Paneldaten
- *Kübler, R.*, Was macht Werbung kreativ? Eine empirische Erfolgsfaktorenanalyse kommunikationspolitischer Mittel

Organisation

- *Lahde, A.*, Beziehungen von Auslandsgesellschaften internationaler Unternehmen
- *Krause, H.*, Pfadabhängigkeit im Internationalen Management
- *Jebe, M.*, Der Einfluss von Machtverhältnissen auf die Koordination von Technologietransfers in Multinationalen Unternehmen

Produktion und Logistik

- *Goroncy, P.*, „Fahrzeugeinsatzplanung mittels Netzwerkflussalgorithmen"
- *Jargstorff, S.*, „Ganzheitliche Produktionssysteme – Analyse der Implementierung anhand von Kennzahlen des Fragenkatalogs zum Wettbewerb „Fabrik des Jahres"" (in Kooperation mit Volkswagen AG)
- *Sverev, N.*, „Routenplanung für Paketdienste mittels Netzwerkflussalgorithmen"

Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung

- *Bödecker, J. C.*, Ansätze zur Aufdeckung von Fraud – Ein kritischer Verfahrensüberblick
- *Caliebe, S.*, Wirtschaftskriminalität als Herausforderung für die Wirtschaftsprüfung – Entstehungsursachen von Fraud
- *Lüthje, S.*, Aktuelle Entwicklungen in der Leasingbilanzierung nach IFRS

3.5 Graduierten– und Doktorandenstudium

Seit Oktober 1999 wird das Graduiertenkolleg „Betriebswirtschaftliche Aspekte lose gekoppelter Systeme im Zeitalter elektronischer Medien" betrieben, das von der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) finanziell unterstützt wird und dessen Sprecher Prof. Albers ist. In diesem Graduiertenkolleg stehen 12 Doktorandenstipendien und ein Postdoc-Stipendium zur Verfügung. Gegenwärtig arbeitet das Graduiertenkolleg mit der Zahl von 8 Stipendiaten und weiteren 15 nicht finanziell geförderten Kollegiaten. Das Graduiertenkolleg wurde nach den ersten beiden Bewilligungsphasen von 6 Jahren letztmalig um weitere 3 Jahre bis zum 30.9.2008 mit einem finanziellen Förderungsvolumen von 891.911 € von der Deutschen Forschungsgemeinschaft verlängert. Der Name des Graduiertenkollegs wurde in „Betriebswirtschaftliche Aspekte lose gekoppelter Systeme und Electronic Business" umbenannt. Das Graduiertenkolleg wird seit dem 1.10.2008 für ein weiteres Jahr mit einer Auslauffinanzierung durch die Deutsche Forschungsgemeinschaft gefördert.

Vor dem Hintergrund der stürmischen Entwicklung im Electronic Business umfasst das Themengebiet des Graduiertenkollegs neue Formen der Zusammenarbeit zwischen Unternehmen bei der Leistungserstellung und -verwertung. Erweiterte und kostengünstige Möglichkeiten der Kommunikation mithilfe elektronischer Medien erleichtern, dass Spezialisten, die eine Aktivität als Kernkompetenz besonders gut beherrschen, unabhängig vom geographischen Standort in lose gekoppelten Systemen oder Netzwerken zusammenarbeiten.

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)

Das Graduiertenkolleg wendet sich an Absolventen aller Studiengänge, die betriebswirtschaftlichen Fragen lose gekoppelter Systeme und des Electronic Business sowie angrenzenden Gebieten der Rechtswissenschaft, der Psychologie und Soziologie nachgehen wollen. Alle Kollegiaten nehmen an speziellen Vorlesungen, Seminaren und Arbeitsgruppen für Graduierte teil. Gastvorträge, Exkursionen und Gastvorlesungen ergänzen das Programm. Außerdem ist für jeden Kollegiaten ein Aufenthalt an einer der Partner-Institutionen im Ausland vorgesehen, der ausnahmslos realisiert wurde.

Name	Thema	Betreuer
Bartels, Jörn	Ereignisorientiertes Kundenmanagement	Albers
Greving, Bert	Regionalisierung als strategische und organisatorische Alternative international tätiger Organisationen	Wolf
Goerke, Björn	Internationalisierung im Innovationsmanagement kleiner und mittlerer Unternehmen	Albers
Göthlich, Stephan E.	Strategien bei volatilen Marktbedingungen und ihre Konsequenzen für das Controlling	Friedl
Horenburger, Markus	Strategische Marketing-Planung für neue Medien	Albers
Kübler, Raoul	Management von Rückruf-Aktionen im Gebrauchsgüter-Bereich	Albers
Müller, Dirk	Koopetitionsbeziehungen junger Technologieunternehmen	Walter
Mumm, Jakob	Marktorganisation und Unternehmensentwicklung: Die Bedeutung der Einbettung ökonomischer Transaktionen in Netzwerke	Henning
Petersen, Christoph	Steuerung horizontaler Technologietransfers in multinationalen Unternehmen	Wolf
Reuschenbach, Daniel	Einflussfaktoren auf den Erfolg der kostenorientierten Produktentwicklung unter besonderer Berücksichtigung von Anreizsystemen	Friedl
Riesenhuber, Felix	Erfolgsfaktoren von Spinoff-Gründungen aus öffentlicher Forschung	Walter
Rohrlack, Christian	Reverse Technology Transfer-Bedingungen und Gestaltungsmöglichkeiten zum erfolgreichen Technologietransfer von ausländischen Tochtergesellschaften zu Stammlandseinheiten multinationaler Unternehmen	Wolf

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 Präsident der Unternehmensverbände in Hamburg und Schleswig-Holstein, „Unternehmenspolitik".

3.7 Exkursionen und Recruiting–Veranstaltungen

- Am 28.05.2008 haben die Teilnehmer der Lehrveranstaltung „Unternehmenspolitik" eine Ganztagesexkursion zu der Peter Kölln KGaA durchgeführt.
- Am 23.06.2008 fand das Symposium „Unternehmensausgründungen aus Hochschulen" vom Lehrstuhl für Gründungs- und Innovationsmanagement statt. Mit diesem Symposium wurde neben der besonderen Bedeutung des Themas Unternehmertum auch über die Arbeit des von der Innovationsstiftung Schleswig-Holstein (ISH) geförderten Lehrstuhls informiert.
- Vom 09.07.–11.07.2008 fand die Entrepreneurs' Innovation Summer School (EISS) statt Die EISS war eine Veranstaltung des Lehrstuhls für Gründungs- und Innovationsmanagement der Universität Kiel in Zusammenarbeit mit der Innovationsstiftung Schleswig-Holstein (ISH) und der Wirtschaftsförderung und Technologietransfer Schleswig-Holstein GmbH (WTSH). Das Intensiv-Training für potentielle Gründer, das in 2008 bereits zum dritten Mal ausgerichtet wurde, richtete sich speziell an Wissenschaftler aus Schleswig-Holstein mit Geschäftsidee und Unternehmergeist, die ihre Idee in die Realität umsetzen wollen. Im Rahmen des Intensiv-Workshops wurde in Schwerpunkten das notwendige betriebswirtschaftliche Wissen für eine erfolgreiche Gründung vermittelt. Die Teilnehmer wurden durch namhafte Wissenschaftler und erfahrene Unternehmer praxisnah unterrichtet. Auf das konkrete Projekt jedes Teilnehmers wurde explizit eingegangen.

3.8 Sonstiges

- *Dr. Andrea Schertler* hielt sich im im April und August 2008 als Gastforscherin bei der Deutschen Bundesbank in Frankfurt auf.
- *Dr. Christian Barrot* ist seit August 2008 Habilitand am Lehrstuhl für Innovation, Neue Medien und Marketing.
- *Dr. Andrea Schertler* ist von Oktober 2008 – Februar 2009 auch wissenschaftliche Mitarbeiterin am Zentrum für Europäische Wirtschaft (ZEW) in Mannheim.
- *Professor J. Wolf* war als Gastprofessor an der Universität Rennes vom 25.02.2008 - 07.03.2008, Rennes, Frankreich.
- *Professor J. Wolf* hatte am 09. und 10.11.2008 einen Lehrauftrag an der Turin University, Faculty of Economics and Business, zum Thema „Forms of International Market Entry", Turin, Italien.

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?

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. Desweiteren 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. Ferner wird immer deutlicher, dass das rationale Produktauswahlverhalten durch einzelne Merkmale getrübt werden kann. Hierzu zählt nicht zuletzt das Design physischer Produkte. Geht es z.B. um den Kauf eines neuen Fahrzeugs, vernachlässigen Autokunden ihre rationalen Überlegungen vielfach aufgrund der Wahrnehmung und Verarbeitung des Fahrzeugdesigns. Dies kann soweit führen, dass einzelne Leistungseigenschaften wider besseres Wissen fehlerhaft interpretiert werden. 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?

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 beim Erwerb einer Leistung insbesondere die Zufriedenstellung des individuellen Selbstbildes

eine zentrale Rolle spielt. Bei der Gestaltung von Erzeugnissen geht es folglich darum, einen Bezug zwischen dem markierten Gut und dem Ich des Kunden zu erzeugen. 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 auf der Bühne des sozialen Lebens 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 (interne Markenführung). 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. Insofern werden die folgenden Forschungsfragen adressiert: (1) In wie weit 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?

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 ein Basisprodukt 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?

4.2 Lehrstuhl für Controlling

Berichterstatter: *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 unternehmungsübergreifende 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. Dieses Projekt ist im Berichtsjahr abgeschlossen worden.

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, ergibt sich folgender Ansatzpunkt für die

verhaltenswissenschaftliche Fundierung des Kostenmanagements: Maßnahmen zur Kostengestaltung verändern die Arbeitsbedingungen nachhaltig oder führen unter Umständen sogar zum Abbau von Arbeitsplätzen. Sie lösen bei den Mitarbeitern Widerstände 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. 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 Projektes 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 sollen in einer Monographie veröffentlicht werden. Diese wird 2009 erscheinen.

2. Arbeitsgebiet: Erfolgsfaktoren des Kostenmanagements

Eine Sichtung der Literatur zum Kostenmanagement zeigt, dass eine einseitige Konzentration auf die instrumentelle Ebene des Kostenmanagements vorliegt. Verhaltensorientierte Aspekte bzw. die Überwindung von im Zusammenhang mit Kostenmanagement auftretenden Widerständen wurden bisher in der Betrachtung deutlich vernachlässigt. Darüber hinaus mangelt es an einer empirischen Fundierung der meisten Arbeiten zum Kostenmanagement. Einzelfallaussagen und maximal deskriptive Auswertungen sind zwar vereinzelt vorhanden, lassen jedoch keine Rückschlüsse auf die Relevanz verschiedener Kostenmanagement-Maßnahmen bzw. keine Ableitung von Managementempfehlungen zu. Ziel dieses Forschungsprojekts ist es daher, eine empirische Überprüfung einer Kostenmanagement-Konzeption vorzunehmen, die sowohl instrumentelle als auch institutionale sowie funktionale Komponenten umfasst. Auf dieser Basis wurde ein entsprechendes empirisches Modell entwickelt, das verschiedene Einflussgrößen für eine erfolgreiche Gestaltung des Kostenmanagements abbildet. Zu beachten ist, dass Kostenmanagement zumeist nicht als Institution im Unternehmen vorzufinden ist, sondern projektbezogen durchgeführt wird. Diese Projektstruktur galt es bei der Entwicklung des Modells entsprechend zu berücksichtigen. Nach der anschließenden Operationalisierung der in dem Modell verwendeten Konstrukte wurde ein Fragebogen entwickelt, der mit Unternehmensvertretern auf seine Verständlichkeit hin geprüft worden ist (Pretests). Im nächsten Schritt erfolgte die Datenerhebung. Über telefonische Kontaktaufnahmen wurden Ansprechpartner im Controlling ermittelt, die in Kostenmanagement-Projekte involviert waren. Je nach Präferenz konnte der Fragebogen online oder schriftlich ausgefüllt werden. Die Daten wurden mithilfe des Partial-Least-Squares Ansatzes ausgewertet. Das Projekt wurde im Berichtszeitraum abgeschlossen. Die Ergebnisse dieses Projekts finden sich unter `http://eldiss.uni-kiel.de/macau/receive/dissertation_diss_00002824`.

3. Arbeitsgebiet: Einflussfaktoren auf den Erfolg der kostenorientierten Produktentwicklung

Das im April 2006 begonnene Forschungsprojekt beschäftigt sich mit der kostenorientierten Produktentwicklung. Diese ist durch die Planung, Kontrolle und Sicherung der Kosten eines Produktes parallel zum Entwicklungsprozess gekennzeichnet. Untersucht werden soll die Wirkung verschiedener Einflussfaktoren im Bereich der Planung, Kontrolle und Sicherung von Produktkostenvorgaben für die Produktentwicklung auf den Erfolg des Produktes. Insbesondere die Produktkostensicherung bedarf einer intensiven Betrachtung, da der Produkterfolg dort maßgeblich beeinflusst wird. 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. Gegenwärtig wird ein Modell entwickelt, das diese Wirkungsbeziehungen abbildet. Die nächsten Schritte sind die abschließende Bearbeitung des Fragebogens, die Pre-Tests und die Durchführung der Erhebung.

4.3 Lehrstuhl für Finanzwirtschaft

Berichterstatter: *Prof. Dr. Peter Nippel*

Arbeitsgebiet 1: Aktienrückkäufe

Seit 2004 beschäftigt sich der Lehrstuhl mit ausgewählten theoretischen Fragestellungen aus dem Forschungsbereich Aktienrückkäufe, was zu einigen Veröffentlichungen in den vergangenen Jahren führte (vgl. Jahresbericht 2004, 2005, 2006 und 2007). Die Forschung auf diesem Gebiet kumuliert in einem laufenden Dissertationsprojekt, das sich vornehmlich mit der modelltheoretischen Erklärung von Kurseffekten im Zuge von Aktienrückkäufen bei preiselastisch verlaufender Marktnachfrage beschäftigt und 2009 abgeschlossen werden wird. Neben den im Zentrum der Betrachtung stehenden Kursreaktionen, die von einem Aktienrückkauf über die Börse bei Vorliegen eines nicht bewertungseffizienten Kapitalmarkts ausgehen können, werden auch weitere Aspekte des Rückkaufs eigener Aktien in Deutschland, wie rechtliche Rahmenbedingungen, Motive und Vermögensumverteilungswirkungen alternativer Ausschüttungsmethoden und verschiedener Rückkaufverfahren betrachtet.

Arbeitsgebiet 2: Aktienrückkauf bei beschränkter Arbitrage und Marktineffizienz

Recent literature has almost exclusively focused on the announcement effects of payout policy. However, in an inefficient stock market payout policy may not only affect stock prices at the announcement date but also at the payment date. Our theoretical approach is based on the rational demand of risk averse investors and passive investors holding shares in a firm which may or may not pay out free cash flow. The joint existence of both investor types in an inefficient market may lead to a positive impact at the payment date. We predict a positive

effect for a share buyback and a dividend payment that is associated with reinvestment, e.g. via a dividend reinvestment plan (DRIP). This price impact affects shareholders' current and long run net wealth. Both buyback and dividend with DRIP cause a wealth transfer between smart and passive investors in the long run, with the direction of the wealth transfer depending on the level of the firm's market valuation relatively to expected future value.

Arbeitsgebiet 3: Unternehmensbewertung

Nach der Unternehmenssteuerreform 2008 und der Einführung der Abgeltungssteuer zum 1.1.2009 haben sich die Bedingungen der Unternehmensbewertung mittels der sog. Discounted-Cashflow-Methoden gegenüber dem bisherigen Halbeinkünfteverfahren geändert. In der Literatur ist die Anpassung der Bewertungsverfahren bisher noch kaum behandelt worden. In der Tradition von Nippel & Streitferdt (2003) wird daher eine umfassende Einarbeitung der Änderungen im Steuersystem ab Veranlagungszeitraum 2009 in die gebräuchlichen Bewertungsmethoden (WACC-Ansatz, APV-Ansatz und Equity-Verfahren) vorgenommen, wobei auch wieder auf den Einfluss des Wachstums, der internen Finanzierung des Wachstums, und der steuerlich relevanten Realisation von Kursgewinnen im Zeitablauf durch die Anteilseigner einzugehen ist.

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

We propose a dynamic generalization of the Capital Asset Pricing Model (CAPM) that allows for a time-varying market price of risk (MPR) reflecting both cross market dependence and future investment opportunities. The recently published realized volatility approach is employed to determine market risk. The advocated state space model takes autoregressive dynamics of the MPR and predetermined state variables into account. For the case of the major German stock index DAX the empirical analysis strongly underpins time variability of risk compensation. The MPR is conditioned upon returns of the Dow-Jones-Industrial-Average-Index (DOW), the EURIBOR, a national and an international term spread and a constructed dummy variable hinting at excess activity of noise traders. Moreover, we document forecasting results based on a short horizon trading strategy. The proposed model is characterized by strong market timing ability.

Arbeitsgebiet 5: Bewertung und Portfoliointegration von strukturierten Produkten

Der Lehrstuhl beschäftigt sich mit der Bewertung und Portfoliointegration von strukturierten Produkten im Rahmen eines von der Innovationsstiftung Schleswig-Holstein geförderten und der ARIVA.DE AG als Kooperationspartner unterstützten Projektes.

Strukturierte Produkte setzen sich sowohl aus originären als auch derivativen Finanzinstrumenten zusammen, deren Duplizierung, wenn sie nicht unmöglich ist (z. B. Multi-Bonus Zertifikate), zumindest oftmals sehr schwierig erscheint. Darüber hinaus berücksichtigt die auf dem Black-Scholes-Modell basierende Duplizierung die so genannten „stylized facts" von Wertpapierrenditen, wie z. B. Heteroskedastizität, Schiefe oder Kurtosis, nicht und schließt eine Bewertung von derivativen Finanzinstrumenten in einem Portfoliokontext aus.

Aus diesem Grund beschäftigen wir uns mit der Kalibrierung „flexibler" univariater parametrischer Prozesse an beobachtete Optionsscheinpreise und der Schätzung „flexibler" parametrischer multivariater Prozesse auf Grundlage historischer Informationen und anschließender Monte-Carlo Simulation zur Bewertung strukturierter Produkte.

Sehr gute Ergebnisse liefert die Anpassung des theoretischen Preises von Diskontzertifikaten an tatsächliche (beobachtete) Preise mit Hilfe der Kalibrierung. Als nächster Schritt ist eine Ausweitung der Testphase auf exotischere Produkte (z. B. Expander-, Airbag- oder Alphazertifkaten) vorgesehen. Der Markt für Diskontzertifikate unterscheidet sich von dem für exotischere Zertifikate dadurch, dass dieser stark vom Wettbewerb geprägt ist. Emittenten von Diskontzertifikaten wird es deshalb nicht möglich sein, Preisaufschläge über den „fairen" Wert hinaus trotz der fehlenden Transparenz bei der Preisstellung durchzusetzen, was allerdings bei weniger geläufigen Zertifikaten vermutet wird.

Arbeitsgebiet 6: Liquidität im deutschen Bankensektor

A recent analysis investigates how the prudential liquidity regulation impacts on bank behavior. To separate effects caused by the regulation from other sources, the paper tests whether savings banks whose liquidity ratios are close to the regulatory threshold respond differently to a decrease in liquid assets and/or an increase in payment obligations than banks whose liquidity ratios are not close to the threshold. The estimation results indicate that close banks do not reduce their payment obligations more than nonclose banks when liquid assets decrease. However, they increase their liquid assets more than nonclose banks when payment obligations increase. To increase their liquid assets, which contain, inter alia, securities and repayments from loans maturing within the next month, close savings banks need financial means at their disposal. Close savings banks gain free financial means not only through increasing their total financial means but also through reducing their new loans to customers, which likely mature within more than one month.

Arbeitsgebiet 7: Internationale Private Equity Ströme

This research shows that physical distance plays an important role in shaping the geographical patterns of private equity flows. The findings indicate that the discouraging impact of long distances on private equity flows is mitigated when foreign investors syndicate with partners located in the target company's country. Additionally, investors' experience helps diminish their distance costs. Cross-border syndication with local investors does not only depend upon the physical distance and investor's experience but also on deal and company characteristics as well as the development stage of the local private equity industry.

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.

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: : Marktbezogenes Lernen in akademischen Spin-offs

Akademische Spin-offs sind eine wichtige Form des Technologietransfers aus öffentlicher Forschung und stellen einen bedeutenden Wirtschaftsfaktor in wissensbasierten Ökonomien dar. Gleichermaßen müssen diese Unternehmen bei Gründung besondere Herausforderungen bewältigen. Zum einen mangelt es den Wissenschaftlern, die sich in dem Spin-off selbstständig machen, oft an betriebswirtschaftlichem Know-how und einer marktorientierten Denkweise. Zum anderen befindet sich die im Spin-off verwendete Technologie häufig in einem frühen Entwicklungsstadium, d.h. weit entfernt von einer erfolgreichen Kommerzialisierung. Der Einsatz klassischer Marktforschungsmethoden ist vor diesem Hintergrund nur bedingt zur Gewinnung realistischer Daten geeignet. So treten viele Spin-offs in Märkte ein, ohne Anwenderbedürfnisse und Marktpotentiale ausreichend zu berücksichtigen, und scheitern. Erfolgreiche Spin-offs lernen dagegen frühzeitig über Marktanforderungen und lassen die gewonnenen Erkenntnisse in ihre Geschäftstätigkeit einfließen. Bisher ist unklar wie diese Lernprozesse ablaufen und wie erfolgreiche Spin-offs besser lernen als nicht-erfolgreiche.

In dem Forschungsprojekt soll daher untersucht werden, wie akademische Spin-offs über Märkte und Anwenderbedürfnisse lernen müssen, um ihre Technologie in marktfähige Produkte umzu-

setzen und wie dieses den Erfolg der Spin-offs beeinflusst. Die gewonnenen Erkenntnisse fließen in akademische Ausgründungen ein, die im Rahmen diverser Projekte am Lehrstuhl betreut und weiterentwickelt werden.

Arbeitsgebiet 4: 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 s ollten und welche Einwirkungen auf den Erfolg der akademischen Spin-offs sich daraus ergeben

Arbeitsgebiet 5: Personelle und situative Einflüsse auf die Gründungsintention von Akademikern

Das politische und wirtschaftliche Interesse an Unternehmensgründungen aus deutschen Hochschule ist in den letzten Jahren enorm gestiegen. Während sich die Politik hiervon neue Arbeitsplätze und eine gestärkte internationale Wettbewerbsfähigkeit verspricht, profitieren Unternehmen von einem Zugang zu neuen Technologien. Aus diesem Grund wurden staatliche Förderinitiativen wie d as EXIST-Programm mit dem Ziel ins Leben gerufen, an Universitäten und Fachhochschule unternehmerische Persönlichkeiten auszubilden und zu fördern. Das langfristige Ziel von EXIST, die Anzahl der Unternehmensgründungen durch Hochschulangehörige zu erhöhen, wirft dabei die Frage auf, inwiefern eine Hochschule überhaupt potentielle UnternehmerInnen prägen kann und inwiefern unabhängig davon personenbezogene Einflüsse für die Wahl einer beruflichen Selbstständigkeit entscheidend sind.

Die bisherige Gründungsforschung konzentrierte sich innerhalb dieser Fragestellung einerseits ex-ante auf die Entscheidung einer Gründungsintention bei Studierenden und andererseits exante auf Ursachen für die Gründungsentscheidung von Unternehmern bzw. auf Unterschiede zwischen Unternehmern und Nicht-Unternehmern. Eine zentrale Rolle in empirischen Studien spielten diverse personenbezogene Faktoren: die Leistungsmotivation, individuelle Persönlichkeitsmerkmale, Erfahrungen, wahrgenommene Kompetenzen und Kontrolle hinsichtlich einer unternehmerischen Tätigkeit. Auch hochschulbezogene Faktoren wie die Ausgestaltung der Gründungsinfrastruktur sowie wahrgenommene organisationale Unterstützung und Barrieren wurden untersucht. Wenig beleuchtet ist jedoch trotz der Themenrelevanz das Zusammenspiel von personenbezogenen und hochschulbezogenen Einflüssen bei der Entstehung einer Gründungsabsicht. Dies ist das zentrale Anliegen eines Forschungsprojektes, im Rahmen dessen an mehr als 30 Universitäten in Deutschland Studenten, Doktoranden und Professoren befragt wurden.

Arbeitsgebiet 6: : 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.

4.5 Lehrstuhl für Innovation, Neue Medien und Marketing

Berichterstatter: *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

Zum Verkaufsmanagement sind historisch gesehen die ersten Modelle zur Entscheidungsunterstützung erschienen. In dem Handbuchartikel [1] werden deshalb die seitdem erzielten Fortschritte in der Modellierung von Entscheidungen im Verkaufsmanagement aufgearbeitet und die neuesten Entwicklungen aufgezeigt. Bei der Ausarbeitung dieses Artikels wurde deutlich, dass bis heute keine Zusammenstellung der Erkenntnisse über die Wirksamkeit des Verkaufsaußendienstes existiert. In [41] wird deshalb eine Meta-Analyse der Elastizitäten durchgeführt, die für Verkaufsaußendienste in empirischen Studien gefunden wurden. Als Ergebnis erhält man einen um Methoden-Biases korrigierten Mittelwert von 0,38, der besagt, dass man damit rechnen kann, dass der Umsatz um 3,8 % steigt, wenn man 10% mehr Aufwand durch den Verkaufsaußendienst investiert.

Die Verkaufsaußendienststeuerung spielt insbesondere in der pharmazeutischen Industrie eine große Rolle. In [33] wird deshalb für ein Unternehmen der pharmazeutischen Industrie gezeigt,

wie man Maßnahmen für verschiedene Gebiete der Verkaufssteuerung nach Priorität anordnen kann, um Entscheidungen mit dem höchsten return on investment treffen zu können. Es wird gezeigt, dass dies nur möglich ist, wenn man eine für alle Entscheidungsprobleme gemeinsam geltende Absatzreaktionsfunktion schätzt und diese den Entscheidungsproblemen zugrunde legt. Dieser Aufsatz ist im Rahmen eines Special Issues des Journal of Personal Selling and Sales Management erschienen, für die der Berichterstatter zusammen mit amerikanischen Wissenschaftlern ein Vorwort geschrieben hat [25].

Bei der empirischen Bestimmung von Absatzreaktionsfunktionen im Verkaufsaußendienst ist bisher fast immer vernachlässigt worden, dass die Reaktion nicht nur z.B. von der Anzahl der Besuche abhängt, sondern auch von Word-of-mouth-Effekten zwischen einzelnen geographischen Gebieten. In [56] wird deshalb an einem Beispiel in der pharmazeutischen Industrie gezeigt, wie hoch diese räumlichen Effekte sind. Die dafür benötigten Methoden der „spatial analysis" werden in einem zusätzlichen Webbeitrag [17] für das im Rahmen des Graduiertenkollegs vorgelegte Buch „Methodik der empirischen Forschung" dargestellt. Für den gleichen Datensatz wie in [56] wird weiterhin gezeigt, wie man die Effizienz der einzelnen Verkaufsaußendienstmitarbeiter mit Hilfe einer „stochastic frontier analysis" bestimmen und darauf basierend Empfehlungen für die Verbesserung der einzelnen Verkaufsaußendienstmitarbeiter ableiten kann [45].

Im Kontext des industriellen Verkaufs geht es häufig weniger um wiederkehrendes Geschäft, sondern um die Akquisition und Bearbeitung einzelner Projekte, was für jedes einzelne Projekt profitabel erfolgen muss. Besonders wichtig ist hierbei, über die verschiedenen Phasen des Akquisitionsprozesses immer eine genügende Anzahl von Projekten in der „pipeline" zu haben. Dies wird mit Hilfe des so genannten Funnel Management erreicht. Dazu sind bisher keine empirischen Erkenntnisse bekannt. In [75] werden deshalb die Ergebnisse einer großzahligen Befragung präsentiert, die unter anderem Auskunft über die mittleren Übergangsraten des Akquisitionsprozesses in den einzelnen Phasen sowie über die Ausgaben pro Projekt in den einzelnen Phasen geben. Dieser Aufsatz ist auch in die kumulative Dissertation [34] von Söhnchen eingegangen.

Im Kundenmanagement spielen traditionelle Instrumente wie Werbung eine immer geringere Rolle. In [43] wird deshalb untersucht, wie effektiv „Kunden-werben-Kunden-Programme" sind. Im Rahmen einer empirischen Untersuchung wird gezeigt, dass darüber zwar noch kleinere Anteile von Kunden geworben werden, dass solchermaßen geworbene Kunden aber eine geringere Kündigungsrate und eine höhere Werbequote besitzen.

2. Arbeitsgebiet: Marketing–Management

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 [65] wird deshalb mit Hilfe einer Computer-gestützten 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. Die zur Durchführung solcher Computer-Simulationen nötige Methodik wird in einem Beitrag zum Buch „Methodik der empirischen Forschung" aufgezeigt [29].

In der Werbung wird Kreativität groß geschrieben. Werbeagenturen müssen deshalb für die Gewinnung neuer Klienten demonstrieren können, dass sie kreative Werbekampagnen gestalten können. Dies kann durch Preise für Werbekampagnen geschehen. Da für bekannte Marken meist keine solchen Konzepte aufgrund der nicht zu gefährdenden Positionierung entwickelt werden können, entwickeln Werbeagenturen mitunter kreative Kampagnen kostenlos für kleine Unternehmen. In [66] wird auf der Basis von etwa 100 Werbekampagnen untersucht, ob solche Kampagnen häufiger Preise erzielen und auch als kreativer eingeschätzt werden von Experten. Beides ist nicht der Fall, so dass eigentlich kein Grund für solche unechten Kampagnen besteht. Alle genannten Artikel in diesem Arbeitsgebiet sind in die kumulative Dissertation von Proppe [28] eingeflossen.

3. Arbeitsgebiet: Methodik der empirischen Forschung

Das von den am Graduiertenkolleg beteiligten Professoren bereits in 2. Auflage herausgegebene Lehrbuch zur „Methodik der empirischen Forschung" ist mit weiteren Beiträgen ergänzt worden, die als Webbeiträge erschienen sind und frei herunter geladen werden können, bis sie in eine demnächst fällige 3. Auflage integriert werden. Es handelt sich um einen Beitrag zur statistischen Analyse von räumlichen Daten [17] und einen Beitrag zur Durchführung von Computer-gestützten Simulationsexperimenten [29].

In einem weiteren Artikel wird untersucht, mit welchen Gütemaßen Ergebnisse logistischer Regressionen beurteilt werden sollten [52].

4.6 Lehrstuhl für Organisation

Berichterstatter: *Prof. Dr. Joachim Wolf*

Arbeitsgebiet 1: Pfadabhängigkeitstheorie und Internationalisierungsprozessforschung

In [38] wird, ausgehend von der Erkenntnis, dass die Internationalisierung der Unternehmenstätigkeit ein Prozessphänomen darstellt, die Anwendbarkeit der Pfadabhängigkeitstheorie als Erklärungskonzept der Internationalisierungsforschung geprüft. Hierzu wird zunächst die übergeordnete Argumentationslogik der Pfadabhängigkeitstheorie rekonstruiert, bevor dann unter Rückgriff auf wichtige Konzepte der Internationalisierungsforschung gezeigt wird, dass Pfadabhängigkeit im Rahmen der internationalen Unternehmenstätigkeit durchaus eine große Rolle spielt. Die Pfadabhängigkeitstheorie sollte somit als Erklärungskonzept der Internationalisierungsforschung Verwendung finden. Das darauffolgende Kapitel des Beitrags ist von der Überlegung getragen, dass zwar zahlreiche allgemeine konzeptionelle Abhandlungen zur Pfadabhängigkeitstheorie vorliegen, dass es bislang jedoch an themenbereichsspezifischen empirischen Überprüfungen dieser Theorie mangelt. Daher werden in dem Beitrag inhaltliche und methodische Vorschläge unterbreitet, die bei einer empirischen Überprüfung im Bereich des Internationalen Managements berücksichtigt werden könnten.

Arbeitsgebiet 2: Theorien zur Erklärung der Heimatregionenorientierung internationaler Unternehmen

Verschiedene empirische Untersuchungen haben gezeigt, dass die Mehrzahl internationaler Unternehmen nicht global aktiv ist, sondern in hohem Maße die Absätze und Investitionen auf denjenigen Kontinent konzentriert, in dem sie ihre Unternehmenszentrale haben. Trotz der Eindeutigkeit dieses empirischen Befunds liegen bislang kaum theoretische Erklärungen für dieses Realphänomen vor. Man weiß nicht, warum so viele internationale Unternehmen heimatregionenorientiert sind. In [79] wird versucht, einen Beitrag zur Entwicklung einer Theorie heimatregionenorientierter internationaler Unternehmen zu leisten. Es wird systematisch geprüft, in welchem Maße etablierte Theorien der internationalen Unternehmenstätigkeit Argumente enthalten, welche die Heimatregionenorientierung verstehen helfen. Der Such- und Ableitungsprozess erstreckt sich auf ökonomische, psychologische und soziologische Theorien. Im Anschluss an die Diskussion der einzelnen Theorien wird jeweils eine Proposition entwickelt, welche zukünftig als Grundlage für die Entwicklung prüfbarer Hypothesen dienen kann.

Arbeitsgebiet 3: Die Matrixstruktur als Alternative zur Netzwerkorganisation internationaler Unternehmen

Die Matrixstruktur bildet gegenwärtig keinen Erkenntnisschwerpunkt der betriebswirtschaftlichen Organisationsforschung. Dies ist insofern erstaunlich, als diese Organisationsstruktur bei einer hohen Umweltkomplexität angemessen erscheint, welche insbesondere im Falle internationaler Unternehmenstätigkeit vorherrscht. In [15] werden die verfügbare Strategie-Struktur-Theorie integriert und eine Informationsverarbeitungsperspektive verwendet, um die Funktionsprinzipien der Matrixstruktur genauer zu konzeptualisieren. Überdies werden die entdeckten Funktionsprinzipien der Matrixstruktur mit denjenigen der Netzwerkorganisation verglichen, welche gegenwärtig in der internationalen Managementforschung eine besondere Prominenz genießt. Die Analyse führt zu dem Ergebnis, dass die Matrixstruktur gegenwärtig in der Forschung unberechtigterweise verkannt wird.

Arbeitsgebiet 4: Karrierepfade von Top-Managern aus fünf Ländern

[4] 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 U.S.A.) unterschiedliche Muster vorherrschen. Aber auch in unterschiedlichen Führungspositionen (z.B. Vorstandsvorsitzender oder Spartenleiter) finden sich gehäuft unterschiedliche Muster.

Arbeitsgebiet 5: Herausgabe der Zeitschrift „Management International Review"

Im Jahre 2008 wurde die Zeitschrift „Management International Review" (MIR), für welche der Lehrstuhlinhaber als Co-Editor-in-Chief dient, in den Social Science Citation Index (SSCI) aufgenommen. Diese Aufnahme ist ein wesentlicher Schritt, um die Position der MIR als weltweit zweitbeste Zeitschrift des Bereiches „International Business/International Management" zu festigen.

Arbeitsgebiet 6: Neuauflagen von Lehrbüchern

Im Jahr 2008 war die Arbeit des Lehrstuhlinhabers in erheblichem Maße von der Vorbereitung der Neuauflagen seiner drei im deutschsprachigen Raum vielerorts genutzten Lehrbücher beherrscht. Vorzubereiten waren die sechste Auflage des Lehrbuchs „Unternehmensführung" [24], die dritte Auflage des Lehrbuchs „Organisation, Management und Unternehmensführung" [39] sowie die fünfte Auflage des Lehrbuchs „Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken", welche im Jahre 2009 erscheinen wird. In jedem dieser Bücher wurden substanzielle Veränderungen vorgenommen. In das Lehrbuch „Unternehmensführung" wurde unter anderem ein völlig neues umfängliches Kapitel über Unternehmensethik eingearbeitet, welches aktuellen Entwicklungen Rechnung trägt. Weiterhin wurden neue Praxisbeispiele – zum Beispiel über die Organisation des Instituts für Weltwirtschaft (IfW) sowie das Unternehmen Sauer Danfoss, Neumünster – erstellt. Das Lehrbuch „Organisation, Management, Unternehmensführung" wurde um zahlreiche Praxisbeispiele ergänzt und es wurden neueste Theorieentwicklungen berücksichtigt. Das Lehrbuch „Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken" wurde ebenfalls grundlegend überarbeitet und enthält nun unter anderem neue Instrumente zur Literatursuche, Hinweise bezüglich des Themenfelds „Kumulative Dissertationen" sowie mehr Beispiele aus dem nichtbetriebswirtschaftlichen Bereich.

4.7 Lehrstuhl für Produktion und Logistik

Berichterstatter: *Dr. Dirk Briskorn (im Namen von Prof. Dr. Andreas Drexl)*

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

[46] This paper studies inventory constraints in a machine scheduling environment. Jobs can add and remove items of different types to the inventory and from the inventory, respectively. Jobs removing items cannot be processed if the required amount of items is not available. We first have a look at general models and determine the computational status of these problems. Since it turns out that general models are strongly NP-hard except for makespan minimization on one machine we have a look at special cases in the following. We determine the computational complexity of all considered special cases for objection functions $\sum C_j$ and $L_{\max}$ and several special cases for objective functions $\sum w_j C_j$ and $\sum U_j$.

[51] We consider the problem of allocating containers to ships in which the size of container is 1 or 2, and each ship has its own capacity and fixed departure time. The fixed departure times implies the completion times of containers belonging to the same ship are identical. As objectives, L_{max}, $\sum w_j C_j$, $\sum w_j U_j$ and $\sum T_j$ are considered. We verify the problems are closely related with the scheduling problem with eligibility constraint or the generalized assignment problem. The polynomial-time algorithms are developed

for each problem, and moreover the more efficient algorithms are presented for the cases with $\sum C_j$ and $\sum U_j$.

Arbeitsgebiet 2: Operations Research

[6] In the context of sports leagues scheduling (SLS) several groups' interests must be taken into account. This book treats requirements for sport leagues schedules to be realizable from an operational and a security point of view, attractive for spectators and tv channels, and fair for the conampeting teams. Formal problem definitions as well as integer programming models are presented and analyzed. Additionally, several fairness concepts are developed and their operability is investigated by means of graph theory. Moreover, this book presents algorithmic concepts that can be drawn upon to construct suitable schedules. This volume provides a deep understanding of problems arising in the context of SLS as well as approaches for dealing with these problems, being relevant for both theoreticians and practitioners.

[7] A Home-Away-Pattern (HAP) set defines each team's venue in each period. We consider the decision problem whether a Round Robin Tournament can be arranged based on a given HAP set. We give a necessary condition which can be checked in polynomial time and conjecture it to be sufficient.

[53] The resource-constrained project scheduling problem (RCPSP) consists of activities that must be scheduled subject to precedence and resource constraints such that the makespan is minimized. It has become a well-known standard model for project scheduling which has attracted numerous researchers who developed both exact and heuristic scheduling procedures. However, it is a rather basic model with assumptions that are too restrictive for many practical applications. Consequently, various extensions of the basic RCPSP have been developed. This paper gives an overview over these extensions. The extensions are classified according to the structure of the RCPSP. We summarize generalizations of the activity concept, of the precedence relations and of the resource constraints. Alternative objective and models for scheduling multiple projects are discussed as well. In addition to popular variants and extensions such as multiple modes, minimal and maximal time lags, and net present value-based objectives, the paper also provides a survey of many less known concepts.

[57] We introduce a new class of valid inequalities for the maximum round robin tournament (MRRT) problem. They strengthen the linear relaxation and improve the upper bound. We also answer negatively the question of [7] if the optimal objective value of the MRRT problem and that of its conventional linear relaxation always coincide.

Arbeitsgebiet 3: Produktion

[49] This paper studies the allocation of buffer times in a single machine environment. Buffer times are a common tool to protect a schedule against disruptions such as machine failures. We introduce new classes of robust machine scheduling problems. For an arbitrary nonpreemptive scheduling problem $1|\beta|\gamma$, we obtain three corresponding robustness problems: maximize overall (weighted) buffer time while ensuring a given schedule's performance (regarding γ), optimize the schedule's performance (regarding γ) while ensuring a given minimum overall (weighted) buffer time, and finding the trade-off curve

regarding both objectives. We outline the relationships between the different classes of problems and the corresponding underlying problem. Furthermore, we analyze the robust counterparts of three fundamental single machine scheduling problems.

[50] The elastic generalized assignment problem (eGAP) is a natural extension of the generalized assignment problem (GAP) where the capacities are not any longer fixed but can be adjusted which is expressed by continuous variables. These variables might be unbounded or restricted by a lower or upper bound, respectively. This paper describes an algorithm based on beam search, combined with Lagrangian relaxation and local search to provide strong lower as well as upper bounds for the eGAP.

4.8 Lehrstuhl für Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung

Berichterstatter: *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 Realoptionsansatzes 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 Realoptionsansatzes (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

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

1. Arbeitsgebiet: Marktdurchsetzung von Innovationen

Bei der Marktdurchsetzung von Produkten in mehreren Ländern ist man bisher immer davon ausgegangen, dass die Diffusionsgeschwindigkeit von kulturellen und infrastrukturellen Einflüssen der Länder beeinflusst wird. Ebenso zeigen Aufsätze, dass die Diffusion in einem Land direkt von derjenigen in einem anderen Land abhängt. Am Beispiel der internationalen Diffusion von Funktelefondiensten wird in [63] an Hand eines umfassenden Datensatzes zu allen Ländern der Erde empirisch gezeigt, dass diese Einflüsse nicht direkt kausal wirken, sondern nur korrelativ Einflüsse dritter Variablen aufzeigen. Nimmt man nämlich Marketing-Variablen wie z.B. Preise, Werbung, Wettbewerbsintensität als erklärende Variablen in das Diffusionsmodell auf, so werden alle anderen Einflüsse insignifikant. Damit wird demonstriert, dass die Diffusion nicht ausschließlich von exogenen Einflüssen abhängt, sondern von den Marketingmaßnahmen der einzelnen Anbieter. Dieser Aufsatz ist in die kumulative Dissertation von Peters [27] eingegangen. In immer größerem Maße spielt sich die Diffusion digital ab. In [44] wird nun untersucht, ob damit keine direkten word-of-mouth-Effekte mehr stattfinden. Am Beispiel eines digitalen Produktes, nämlich der Teilnahme als Händler an einer Plattform für gebrauchte Automobile, wird gezeigt, dass auch dann die individuelle Adoption eines solchen Dienstes von word-of-mouth zwischen geographisch nahen Händlern beeinflusst wird.

Bei der Marktdurchsetzung von Innovationen steht man vor dem Problem, dass der Erfolg von Innovationen, insbesondere von langlebigen Gebrauchsgütern, nicht nur von Erstkäufen, sondern auch in erheblichem Maße von Ersatz- und Mehrfachkäufen determiniert wird. Während

man über die Ausbreitung von Erstkäufen gemäß einem s-förmigen Diffusionsverlauf bereits vieles weiß, besteht über die Bestimmungsgrößen von Ersatz- und Mehrfachkäufen noch weitgehend Unklarheit. In [59] wird deshalb untersucht, ob solche Käufe wie die Erstkäufe auch von der Innovationseinstellung der Käufer getragen werden und nicht nur reine Notwendigkeiten darstellen. Mit Hilfe einer großzahligen empirischen Erhebung, in der Käufe von Gebrauchsgütern über die Zeit zurückverfolgt werden, kann gezeigt werden, dass nicht nur die Ausbreitung von Erstkäufen, sondern auch die von Ersatz- und Mehrfachkäufen von der Innovationseinstellung der Käufer abhängt. Zusätzlich wird in [58] gezeigt, dass die Verteilung der Ersatzkäufe davon abhängt, ob echte Ersatzkäufe vorliegen, bei denen ein defektes Gerät ersetzt wird, oder vorgezogene Ersatzkäufe gegeben sind, bei denen ein Gerät bereits vorzeitig ersetzt wird, um von neuen Eigenschaften profitieren zu können. Im Übrigen hat sich in dieser Untersuchung herausgestellt, dass die Verteilung der Ersatzkäufe nicht durch konkave Verteilungen, sondern besser durch eine modifizierte Gamma Verteilung repräsentiert wird. Auf der Basis dieser Erkenntnisse kann man dann auch den Produktlebenszyklus besser abbilden und prognostizieren, was in [76] gezeigt wird. Diese Aufsätze sind in die kumulative Dissertation [20] von Kaya eingeflossen.

Die stetig steigende Verfügbarkeit elektronischer Kundendaten hat auch Konsequenzen für die empirische Diffusionsforschung. Zum einen sind nun neue Auswertungsmethoden z.B. unter Berücksichtigung von sozialen Netzwerken durchführbar, zum anderen werden durch die Digitalisierung von Dienstleistungen und Kommunikationswegen bisher geltende Erkenntnisse in Frage gestellt. So ist ein wesentliches Element des Bass-Diffusions-Modells bisher in der empirischen Forschung nur unzureichend untersucht: Die internen Einflüsse auf die individuelle Adoptionsentscheidung werden als Konsequenz von Social-Contagion-Prozessen modelliert. Für das Funktionieren dieser Prozesse sind allerdings spezifische Strukturen der zugrunde liegenden sozialen Netzwerke der (potentiellen) Adopter notwendig. In [42] wird erstmals untersucht, ob und in welcher Form sich diese in realen Diffusionsprozessen nachweisen lassen. Als Grundlage für diese Studie dienen die Kundendaten eines regionalen Festnetztelefonie-Anbieters. Dabei wird das Kommunikationsnetzwerk der mehr als 55.000 Adopter auf Basis von über 2,7 Millionen netzinternen Telefonanrufen auf der Individualebene konstruiert und mit Methoden der Social Network Analysis ausgewertet. Dieser Aufsatz wie auch [44] sind in die kumulative Dissertation [2] von Barrot geflossen. Allerdings ist man hier darauf angewiesen, Annahmen darüber zu treffen, wann eine Kommunikation vorliegt. Alternativ kann man auch versuchen, durch Befragungen Netzwerke zu konstruieren. Dies wird in der Dissertation von Kuhlmann [21] am Beispiel von Ärzten versucht, die für ihre Klinik ein neues Gerät der Intensivmedizin adoptieren. Der Vorteil besteht darin, dass man die Word-of-mouth-Prozesse im Detail erheben und verfolgen kann. Dem steht entgegen, dass die Response Rate sehr gering war und damit wesentliche Teile des Word-of-mouth-Prozesses nicht abgebildet werden konnten.

2. Arbeitsgebiet: Marketing von Neuen Medien (Electronic Business)

Käufe im Internet werden heute häufig durch intensive Suche nach geeigneten Produkten und deren Preisen vorbereitet. Insofern gewinnen Preisvergleichs-Suchmaschinen (Shopbots) eine immer höhere Bedeutung. Auch wenn man bisher glaubte, dass es für Anbieter nicht attraktiv sein kann, sich einer solchen Preistransparenz zu stellen, nehmen doch viele Händler daran teil. In einer empirischen Untersuchung [74] der Preise von 89 Händlern zu 176 Produkten über 365 Tage wird gezeigt, dass nicht nur der Erste in einem solchen Preisvergleich Clicks und damit Umsätze erzielt, sondern auch die anderen. Außerdem nutzen viele Händler solche Shopbots, um darüber temporäre Promotions bekannt zu machen. Insofern wird hier argumentiert,

dass es durchaus Anreize für Händler gibt, Daten an Shopbots weiterzugeben. Schließlich wird untersucht, wonach sich das Preissetzungsverhalten über die Zeit richtet. Dabei konnte festgestellt werden, dass nicht so sehr die Profitabilität eine Rolle spielt, sondern dass die Preise nach Gesichtspunkten der Wettbewerbsfähigkeit festgelegt werden. Diese Arbeit ist auch in die kumulative Dissertation von Schneider [32] geflossen.

Shared WiFi-Communities entstehen dadurch, dass Nutzer ihren privaten WLAN-Anschluss für andere Nutzer öffnen und im Gegenzug bei anderen Mitgliedern der Community online gehen können. Das Angebot von WLAN-Kapazität und die Nachfrage nach WLAN werden in der Regel durch eine zentrale Instanz koordiniert, sodass Nachfrager gezielt einen Anbieter in der Community finden können. Es haben sich schon erste Unternehmen im Markt etabliert, die Shared WiFi-Communities kommerziell betreiben. Internationaler Marktführer ist FON mit etwa 170.000 Hotspots weltweit. Für den ökonomischen Erfolg von Shared WiFi-Communities (wie z.B. FON) ist die Adoption eines speziellen Routers oder die Modifikation der bestehenden WLAN-Infrastruktur notwendig. Zudem ist es erforderlich, dass die Nutzer ihre WLAN-Kapazität möglichst breitbandig und vor allem dauerhaft der Community zur Verfügung stellen. Nur so können Netzeffekte zu einer dauerhaften Nutzensteigerung führen.

Auf der Basis einer Befragung von 268 deutschen FON-Nutzern wird in [3] deutlich, dass die Community eine hohe Kohäsion aufweist. So verändern die Nutzer kaum die Standardeinstellungen für die freigegebene Bandbreite des Routers. Zudem stellt die Mehrzahl der Befragten ihr WLAN nahezu 24 Stunden am Tag zur Verfügung. Trotz der Möglichkeit, mit der Freigabe von WLAN-Kapazitäten Einnahmen zu erzielen, bieten die Mitglieder der Community den WLAN-Zugang nicht mit rein ökonomischer Zielsetzung an. Obgleich das Marktpotenzial von Shared WiFi-Communities enorm erscheint, existieren rechtliche Hindernisse und technische Einschränkungen, die die Penetration erschweren. In einem viel zitierten Beitrag von Albers und Peters aus dem Jahr 1997 werden Vorhersagen für den Electronic Commerce dergestalt gemacht, dass durch das Internet die Funktionen des Handels entbündelt werden können und sich so branchenfremde Spezialisten entwickeln können. In [64] wird untersucht, inwieweit diese Prognosen eingetroffen sind. Dabei wird festgestellt, dass die beiden Prognosen eingetroffen sind, dieser Prozess aber noch nicht vollständig realisiert ist, so dass sich der Handel auf weitere Veränderungen einstellen muss. Nicht prognostiziert werden konnte die Entwicklung hin zu konsumentenzentrierten Communities, in denen sich die Konsumenten untereinander durch Beurteilungen und Hilfestellungen sowie Tipps helfen.

In einem weiteren Beitrag [67] wird untersucht, mit welchen Response-Modellen man die Wiederkäufe in einem Musik-Download-Service gut prognostizieren kann. Dabei stellte sich heraus, dass Regressionen auf der Basis von Negative Binomial Verteilungen besser als Tobit Regressionen und normale lineare Regressionen abschneiden. Die Prognosegüte ist sehr viel versprechend.

Kapitel 5

Publikationen, Manuskripte und Vorträge

5.1 Publikationen

[1] Albers, S. und Mantrala, M.: Models for Sales Management Decisions, in: Wierenga, B. (ed.): Handbook of Marketing Decision Models, Springer: New York 2008, S. 163–210.

[2] Barrot, C.: Essays zur Diffusion von Innovationen im Digitalen Zeitalter, kumulative Dissertationsschrift, Kiel 2008, abrufbar unter `http://eldiss.uni-kiel.de/macau/receive/dissertation_diss_00002764`.

[3] Becker, J., Clement, M. und Schädel, U.: Shared WiFi-Communities – User Generated Infrastructure am Beispiel von Fon, Wirtschaftsinformatik, Jg. 50, Nr. 6 (2008), S. 482–488.

[4] 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., 2008 (im Druck).

[5] Brauer, M. und Heitmann, M.: Antecedents and Temporal Dynamics of Strategic Divergence, Academy of Management Annual Conference, Anaheim, 2008 (Finalist Carolyn Dexter Award).

[6] Briskorn, D.: Sports Leagues Scheduling - Models, Combinatorial Properties, and Optimization Algorithms. Lecture Notes in Economics and Mathematical Systems, Vol. 603. Springer, Berlin.

[7] Briskorn, D.: Feasibility of home-away-pattern sets for round robin tournaments, Operations Research Letters, Vol. 36, No. 3, pp. 283-284.

[8] Briskorn, D.: Alternative IP Models for Sport Leagues Scheduling, Operations Research Proceedings 2007 - Selected Papers of the Annual International Conference of the German Operations Research Society (GOR), Saarbrücken, 5.-7. September 2007, Springer, Berlin, pp. 403-408.

[9] Dickel, P.: Marktbezogenes Lernen in Akademischen Spin-offs. Gabler Edition Wissenschaft, 2008.

[10] Dickel, P., Rasmus, A. und Walter, A.: Entrepreneurial Learning Processes in Academic Spin-offs, in: Zacharakis, A. et al. (Hrsg.) Frontiers of Entrepreneurship Research (FER), Babson Park, MA., Arthur M. Blank Center for Entrepreneurship, Babson College, 2008, S. 698–712.

[11] Drexl, A. und Briskorn, D.: Die Spielpläne von Sportligen, WISU - Das Wirtschaftsstudium, No. 2, 2008, pp. 219-225.

[12] Drexl, A. und Briskorn, D.: IP models for round robin tournaments, Computers & Operations Research, Vol. 36, 2008, pp. 837-852.

[13] Drexl, A. und Mundschenk, M.: Long-term staffing based on qualification profiles, Mathematical Methods of Operations Research (MMOR), Vol. 68, 2008, pp. 21-47.

[14] Drexl, A. und Nikulin, Y.: Multicriteria airport gate assignment and Pareto simulated annealing, IIE Transactions, Vol. 40, 2008, pp. 385-397.

[15] Egelhoff, W. und Wolf, J.: Evaluating the Role of Matrix Structures in MNCs, Arbeitspapier präsentiert auf der Jahrestagung der Academy of Management, Anaheim 2008.

[16] Goldstein, D., Johnson, E., Herrmann, A. und M., H.: Nudge Your Customers Toward Better Choices. In: Harvard Business Review (86) 2008, 99-106.

[17] Henningsen, S.: Spatial Analysis, in: Albers, S., Klapper, D., Konradt, U., Walter, A. und Wolf, J. (Hrsg.): Ergänzungen zur Methodik der empirischen Forschung, Kiel 2008. http://www.bwl.uni-kiel.de/bwlinstitute/grad-kolleg/new/index.php?id=267/.

[18] Herrmann, A., Befurt, R. und Heitmann, M.: Asymmetrische Urteile über die Produktähnlichkeit. In: Wirtschaftswissenschaftliches Studium (37) 2008, 223-226.

[19] Herrmann, A., Heitmann, M., Polak, B. und Einhorn, M.: Die Macht des Defaults – Wirkung von Empfehlungen und Vorgaben auf das individuelle Entscheidungsverhalten. In: Zeitschrift für Betriebswirtschaft (78) 2008, 1033-1060.

[20] Kaya, M.: Essays on diffusion and repeat sales of consumer durables, kumulative Dissertationsschrift, Kiel 2008, abrufbar unter http://eldiss.uni-kiel.de/macau/receive/dissertation_diss_00003048.

[21] Kuhlmann, J.: Der Einfluss von persönlichen Netzwerken auf die Adoption von Innovationen, Dissertation, Kiel 2008, abrufbar unter http://eldiss.uni-kiel.de/macau/receive/dissertation_diss_00002931.

[22] Landwehr, J., Herrmann, A. und Heitmann, M.: Linear Mixed Models in der betriebswirtschaftlichen Forschung. In: Marketing - Zeitschrift für Forschung und Praxis (30) 2008, 175-186.

[23] Levav, J., Heitmann, M., Herrmann, A. und Iyengar, S.: Order in Product Customization Decisions. In: MSI Report No. 08-002, Marketing Science Institute, Cambridge: MA, 2008.

[24] Macharzina, K. und Wolf, J.: Unternehmensführung – Das Internationale Managementwissen - Konzepte, Methoden, Praxis, 6. Aufl., Wiesbaden 2008.

[25] Mantrala, M., Albers, S., Gopalakrishna, S. und Joseph, K.: Introduction: Special Issue on Enhancing Sales Force Productivity, Journal of Personal Selling and Sales Management, Vol. 28, No. 2 (Spring 2008), S. 109–113.

[26] Mölls, S., Kern, C. und Krag, J.: Alternative Kapitalkosten- und Risikoauflösungskonzepte in der Unternehmensbewertung – Eine kritische Analyse unter *Markov*-Annahmen, in: FinanzBetrieb 2008, S. 38–47.

[27] Peters, K.: Essays on Innovation and Communication, kumulative Dissertationsschrift, Kiel 2008, abrufbar unter `http://eldiss.uni-kiel.de/macau/receive/dissertation_diss_00003314`.

[28] Proppe, D.: Essays zur Schätzung von Marketingmodellen und zur Ableitung von Handlungsempfehlungen, kumulative Dissertationsschrift, Kiel 2008, abrufbar unter `http://eldiss.uni-kiel.de/macau/receive/dissertation_diss_00003098`.

[29] Proppe, D.: Schätzung von Marketing-Modellen mit simulationsbasierten Verfahren, in: Albers, S., Klapper, D., Konradt, U., Walter, A. und Wolf, J. (Hrsg): Ergänzungen zur Methodik der empirischen Forschung, 2008, `http://www.bwl.uni-kiel.de/bwlinstitute/grad-kolleg/new/index.php?id=267/`.

[30] Riesenhuber, F.: Technologiebasierte Chancen und Wachstum akademischer Spin-offs. Gabler Edition Wissenschaft, 2008.

[31] Ritter, T. und Walter, A.: Functions, Trust, and Value in Business Relationships. In: Woodside, A. G., Golfetto, F. and Gibbert, M. (Hrsg.) Advances in Business Marketing and Purchasing, Volume 14, Creating and Managing Superior Customer Value, Jai Press, 2008, S. 129–146.

[32] Schneider, H.: Essays on Pricing in Digital Business, kumulative Dissertationsschrift, Kiel 2008, abrufbar unter `http://eldiss.uni-kiel.de/macau/receive/dissertation_diss_00002766`.

[33] Skiera, B. und Albers, S.: Prioritizing Salesforce Decision Areas for Productivity Improvements Using a Core Sales Response Function, Journal of Personal Selling and Sales Management, Vol. 28, No. 2 (Spring 2008), S. 145–154.

[34] Söhnchen, F.: Essays zur Kundenakquisition im Industriellen Projektgeschäft, kumulative Dissertationsschrift, Kiel 2008, abrufbar unter `http://eldiss.uni-kiel.de/macau/receive/dissertation_diss_00002932`.

[35] Walter, S.: Gründungsintention von Akademikern. Gabler Edition Wissenschaft, 2008.

[36] Walter, S. und Walter, A.: Deutsche Universitäten als Gründungsinkubatoren: Der Beitrag der Gründungsausbildung zur Gründungsintention von Studierenden. Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 60 (9), 2008, S. 542–569.

[37] Wentzel, D., Tomczak, T., Hermmann, A. und Heitmann, M.: Interne Markenführung durch Markengeschichten. In: Die Betriebswirtschaft (68) 2008, 416-437.

[38] Wolf, J.: Die Internationalisierung der Unternehmenstätigkeit aus der Perspektive der Pfadabhängigkeitstheorie, in: Schmid, S. (Hrsg.), Management der Internationalisierung, Wiesbaden 2008.

[39] Wolf, J.: Organisation, Management, Unternehmensführung - Theorien, Praxisbeispiele und Kritik, 3. Aufl., Wiesbaden 2008.

[40] Wolf, J.: Das Internationale Management aus organisationswissenschaftlicher Sicht – oder: Stellt das Internationale Management innerhalb der Betriebswirtschaftslehre eine eigenständige Disziplin dar?, in: Oesterle, M.-J., Schmid, S. (Hrsg.), Internationales Management als Wissenschaft, Stuttgart 2008 (im Druck).

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

[41] Albers, S., Mantrala, M. und Sridhar, S.: A Meta-Analysis of Personal Selling Elasticities, Report 08-100 des Marketing Science Institute, April 2008.

[42] Barrot, C. und Albers, S.: Did They Tell Their Friends? – Using Social Network Analysis to Detect Social Contagion Processes, SSRN Working Paper Series, http://ssrn.com/abstract=1091205.

[43] Barrot, C. und Becker, J.: The Customer Sales Force – Using Referral Reward Programs for Customer Acquisition, in: Perks, K.J. and Shukla, P. (eds.): Marketing Landscapes: A Pause for Thought, Proceedings of the 37th EMAC Conference, 27th–30th May 2008, Brighton 2008, erschienen auf CD-Rom.

[44] Barrot, C., Rangaswamy, A., Albers, S. und Shaikh, N.: The Role of Physical Contagion in the Adoption of Digital Products, SSRN Working Paper Series, http://ssrn.com/abstract=1092893.

[45] Bielecki, A. und Albers, S.: Measuring the Efficiency of Pharmaceutical Sales Representatives Using Stochastic Frontier Analysis, in: Perks, K.J. and Shukla, P. (eds.): Marketing Landscapes: A Pause for Thought, Proceedings of the 37th EMAC Conference, 27th–30th May 2008, Brighton 2008, erschienen auf CD-Rom.

[46] Briskorn, D., Choi, B.-C., Kangbok, L., Leung, J. und Pinedo, M.: Inventory constrained scheduling on a single machine, Nr. 640.

[47] Briskorn, D. und Knust, S.: Constructing fair sports league schedules, Nr. 635.

[48] Briskorn, D. und Knust, S.: On circular 2-factorizations of the complete tripartite graph, Nr. 636.

[49] Briskorn, D., Leung, J. und Pinedo, M.: Robust scheduling on a single machine using time buffers, Nr. 639.

[50] Büther, M.: Beam search for the elastic generalized assignment problem, Nr. 634.

[51] Choi, B.-C., Briskorn, D., Kangbok, L., Leung, J. und Pinedo, M.: Allocating containers to ships with fixed departure times, Nr. 641.

[52] Christensen, B., Papies, D., Proppe, D. und Clement, M.: Gütemaße der logistischen Regression bei unbalancierten Stichproben, SSRN Working Paper Series, 2008, http://ssrn.com/abstract=1282675.

[53] Hartmann, S. und Briskorn, D.: A Survey of Deterministic Modeling Approaches for Project Scheduling under Resource Constraints, HSBA Working Paper No. 2/2008.

[54] Heitmann, M., Befurt, R. und Herrmann, A.: Product Line Positioning, Direction of Comparison and Asymmetric Similarity Judgments, Annual Conference of the European Marketing Academy, Brighton, 2008.

[55] Heitmann, M., Johnson, E. und Herrmann, A.: Pricing Add-Ons as Totals: How Changing Price Display can Influence Consumer Choice, Annual Conference of the European Marketing Academy, Brighton, 2008.

[56] Henningsen, S. und Albers, S.: Physicians in Spatial Proximity: Or the Question Whether They Behave Like They Did Yesterday or Take Experiences of Peers into Account, in: Perks, K.J. and Shukla, P. (eds.): Marketing Landscapes: A Pause for Thought, Proceedings of the 37th EMAC Conference, 27th–30th May 2008, Brighton 2008, erschienen auf CD-Rom.

[57] Horbach, A.: A new class of valid inequalities for the round robin tournament problem, Nr. 637.

[58] Kaya, M., Steffens, P. und Albers, S.: Modelling Replacement Sales for Consumer Durables: Forced versus Discretionary Replacements, SSRN Working Paper Series, 2008, http://papers.ssrn.com/abstract=1142874.

[59] Kaya, M., Steffens, P., Albers, S. und Proppe, D.: Marketing Consumer Durables in Mature Product Categories – Do Innovators Matter?, SSRN Working Paper Series, 2008, http://ssrn.com/abstract=1283662.

[60] Konrad, E. und Walter, A.: Die Rolle des Beziehungspromotors bei der Etablierung von Kulturunternehmen. G-Forum, Dortmund, 06.-07. November 2008.

[61] Mölls, S. und Willerhausen, T.: Venture Capital as a Complex Option, in: Gerum, E., Krag, J., Lingenfelder, M. (Hrsg.): Betriebswirtschaftliche Studien zu Marketing, Organisation und Rechnungslegung, Nr. 41, Marburg 2008.

[62] Nekat, K. und Nippel, P.: The Impact of a Firm's Payout Policy on Stock Prices and Shareholders' Wealth in an Inefficient Market; zum Vortrag angenommen auf der 21st Australasian Finance and Banking Konferenz, Sydney, 16.12.2008–18.12.2008.

[63] Peters, K., Albers, S. und Kumar, V.: Is there more to international Diffusion than Culture? An Investigation on the Role of Marketing and Industry Variables, Working Paper, 2008, http://opus.zbw-kiel.de/volltexte/2008/7458/.

[64] Peters, K., Albers, S. und Schäfers, B.: Die Wertschöpfungskette des Handels im Zeitalter des Electronic Commerce – Was eingetreten ist und was dem Handel noch bevorsteht, Working Paper, 2008, http://opus.zbw-kiel.de/volltexte/2008/7457/.

[65] Proppe, D. und Albers, S.: Choosing Response Models for Budget Allocation in Heterogeneous and Dynamic Markets: Why Simple Sometimes Does Better, SSRN Working Paper Series, 2008, http://ssrn.com/abstract=1282676.

[66] Proppe, D. und Kübler, R.: Are Fake Campaigns Really Needed for Winning Creative Awards?, SSRN Working Paper Series, 2008, http://ssrn.com/abstract=1269967.

[67] Reimer, K. und Albers, S.: Forecasting individual customer purchasing behaviour for digital hedonic products, in: Perks, K.J. and Shukla, P. (eds.): Marketing Landscapes: A Pause for Thought, Proceedings of the 37th EMAC Conference, 27th–30th May 2008, Brighton 2008, erschienen auf CD-Rom.

[68] Schertler, A.: Prudential liquidity regulation and savings banks' maturity transformation (with D. Holl), 2008.

[69] Schertler, A.: The Impact of the Prudential Liquidity Regulation on Bank Behavior – Evidence for German Savings Banks, 2008.

[70] Schertler, A.: The Dependency of the Banks' Assets and Liabilities: Evidence from Germany (with C. Memmel), 2008.

[71] Schertler, A.: Stay at home or go abroad? The impact of the fiscal and legal environment on the geography of private equity transactions (with T. Tykvova), 2008.

[72] Schertler, A.: Syndication to overcome long distances? Evidence from a worldwide private equity deal dataset (with T. Tykvova), 2008.

[73] Schertler, A.: Informational cascades in the IPO aftermarket (with T. Tykvova), 2008.

[74] Schneider, H. und Albers, S.: Retailer Competition in Shopbots, SSRN Working Paper Series, 2008, http://ssrn.com/abstract=1078505.

[75] Söhnchen, F. und Albers, S.: Acquisition Management of Industrial Projects, SSRN Working Paper Series, 2008, http://ssrn.com/abstract=1088277.

[76] Steffens, P. und Kaya, M.: Reconceptualizing the Product Life Cycle Concept: Lessons from Diffusion of Innovations, SSRN Working Paper Series, 2008, http://papers.ssrn.com/abstract=1142890.

[77] Walter, S. und Walter, A.: Universitäre Gründungsförderung: Direkter und/oder moderierender Einfluss auf studentische Gründungsmotivationen? G-Forum, Dortmund, 06.-07. November 2008.

[78] Wolf, J.: Die Internationalisierung der Unternehmenstätigkeit aus der Perspektive der Pfadabhängigkeitstheorie, Nr. 638.

[79] Wolf, J., Egelhoff, W. und Dunemann, T.: Economic, Psychological, and Sociological Theories for the Explanation of Home-region Oriented MNCs, Best Paper Proceedings der Jahrestagung der Academy of Management, Anaheim 2008.

5.3 Vorträge

[80] Albers, S.: A Meta-Analysis of Personal Selling Elasticities, 2nd Biennial Conference on „Enhancing Sales Force Productivity", Christian-Albrechts-University at Kiel, May 23-25, 2008.

[81] Albers, S.: Empirical Models for Sales Force Resource Allocation and Its Impact on Territory Design, Erin Anderson B2B Research Conference, The Wharton School, University of Pennsylvania, October 16-19, 2008.

[82] Barrot, C.: Netzwerke auf Kundenebene - Ihr Einfluss auf die Diffusion von Innovationen, Symposium „Netzwerke – Neue Forschungstrends in Marketing und Innovationsforschung", Kiel, 18.02.2008.

[83] Barrot, C.: The Customer Sales Force - Using Referral Reward Programs for Customer Acquisition, 37th EMAC Conference, Brighton, 29.05.2008.

[84] Barrot, C.: The Role of Spatial Proximity in the Adoption of a Digital Product, 2008 INFORMS Marketing Science Conference, Vancouver, 14.06.2008.

[85] Becker, J.: Managing Referral Reward Programs based on Social Network Models, 2008 INFORMS Marketing Science Conference, Vancouver, 14.06.2008.

[86] Becker, J.: Revisiting CRM Performance - An Empirical Analysis of CRM Implementations, University of California, Los Angeles, 20.11.2008.

[87] Bielecki, A.: Individual Level Evaluation of Pharmaceutical Sales Representatives Using Hierarchical Bayes and Data Envelopment Analysis, 2nd Biennial Conference on „Enhancing Sales Force Productivity", Christian-Albrechts-University at Kiel, May 23-25, 2008.

[88] Bielecki, A.: Measuring the Efficiency of Pharmaceutical Sales Representatives using Stochastic Frontier Analysis, 37th EMAC Conference, Brighton, 28.05.2008.

[89] Bielecki, A.: Individual Level Evaluation of Pharmaceutical Sales Representatives Using Hierarchical Bayes and Data Envelopment Analysis, 2008 INFORMS Marketing Science Conference, Vancouver, 12.06.2008.

[90] Briskorn, D.: Robustes Maschinenscheduling, QBWL Workshop, Nördlingen, 04.03.2008.

[91] Briskorn, D.: Some Open Problems and Some Not So Open Problems in Sports Leagues Scheduling, Stern School, New York University, New York, USA, 07.04.2008.

[92] Briskorn, D.: Fairness in Round Robin Tournaments, The 7th International Conference on the Practice and Theory of Automated Timetabling 2008, Montréal, Canada, 20.08.2008.

[93] Briskorn, D.: Robustness in Machine Scheduling through Optimal Buffer Time Allocation, Tepper School of Business, Carnegie Mellon University, Pittsburgh, USA, 03.10.2008.

[94] Briskorn, D.: Time Buffer Allocation in Machine Scheduling, INFORMS Annual Meeting 2008, Washington DC, USA, 14.10.2008.

[95] Egelhoff, W., Dunemann, T. und Wolf, J.: Economic, Psychological, and Sociological Theories for the Explanation of Home-region Oriented MNCs, Jahrestagung der Academy of International Business, Mailand, Italien, 02.07.2008 sowie Jahrestagung der Academy of Management, Anaheim, USA, 12.08.2008.

[96] Egelhoff, W. und Wolf, J.: Evaluating the Role of Matrix Structures in MNCs, Jahrestagung der Academy of International Business, Mailand, Italien, 01.07.2008 sowie Jahrestagung der Academy of Management, Anaheim, 11.08.2008.

[97] Henningsen, S.: Sales Response Models in the Pharmaceutical Industry: Should Regional Spillovers Be Modeled by Spatial Variables? 2nd Biennial Conference on „Enhancing Sales Force Productivity", Christian-Albrechts-University at Kiel, May 23-25, 2008.

[98] Kaya, M.: A New Approach to Replacement Sales Modelling of Consumer Durables: The Overlooked Distinction between Forced versus Discretionary Replacements, 37th EMAC Conference, Brighton, 29.05.2008.

[99] Kaya, M.: Replacing Household Durables – Does Consumer Innovativeness Matter?, 2008 INFORMS Marketing Science Conference, Vancouver, 14.06.2008.

[100] Konrad, E. und Walter, A.: Die Rolle des Beziehungspromotors bei der Etablierung von Kulturunternehmen. G-Forum, Dortmund, 07. November 2008.

[101] Reimer, K.: Forecasting Individual Customer Purchasing Behaviour for Digital Hedonic Products, 37th EMAC Conference, Brighton, 29.05.2008.

[102] Reimer, K.: Got Downloads? A Model of the Impact of Advertising and Promotion on Customer Spending in the Media Download Industry, 2008 INFORMS Marketing Science Conference, Vancouver, 13.06.2008.

[103] Schertler, A.: Syndication to overcome long distances? Evidence from a worldwide private equity deal dataset, 11. Symposium on Finance, Banking and Insurance, Karlsruhe 19.10.2008.

[104] Schertler, A.: Stay at home or go abroad: The impact of the fiscal and legal environment on the geography of private equity transactions, ESSEC Private Equity Konferenz, Paris 25.10.2008.

[105] Schertler, A.: Stay at home or go abroad: The impact of the fiscal and legal environment on the geography of private equity transactions, Jahrestagung der European Economic Association, Mailand, 28.08.2008.

[106] Schertler, A.: Stay at home or go abroad: The impact of the fiscal and legal environment on the geography of private equity transactions, FMA European Konferenz, Prag, 05.06.2008.

[107] Schertler, A.: Stay at home or go abroad: The impact of the fiscal and legal environment on the geography of private equity transactions, VHB Tagung, Berlin, 17.05.2008.

[108] Schertler, A.: Regulatory liquidity, Deutsche Bundesbank Seminar, Frankfurt, 07.04.2008.

[109] Söhnchen, F.: Acquisition Management of Industrial Projects, 2nd Biennial Conference on „Enhancing Sales Force Productivity", Christian-Albrechts-University at Kiel, May 23-25, 2008.

[110] Walter, A.: Unternehmerausbildung an der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel. Universität Dortmund, 10. April 2008.

[111] Walter, A.: Unternehmertum und Wissenschaft. Wissenschaftspark Kiel, 23. Juni 2008.

[112] Walter, A.: Kunden finden, fördern, binden. 3. Entrepreneurs' Innovation Summer School, Schleswig, 10 Juli 2008.

[113] Walter, S. und Walter, A.: Universitäre Gründungsförderung: Direkter oder moderierender Einfluss auf studentische Gründungsintentionen. G-Forum, Dortmund, 07. November 2008.

[114] Wolf, J.: Strategie und Organisation Multinationaler Unternehmen – Wie sich ein Forschungsfeld im Zeitablauf entwickelt hat, Universität Zürich, Schweiz, 28.04.2008.

[115] Wolf, J.: The Questions We Ask, Jahrestagung der Academy of Management, Anaheim, USA, 10.08.2008.

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. A. Drexl

- ist Leiter des vom Institut für Betriebswirtschaftslehre für die Wirtschafts– und Sozialwissenschaftliche Fakultät betriebenen PC–Labors,
- ist Mitglied des Senats–Ausschusses für Informationsverarbeitung.

Prof. Dr. Friedl

- ist Prüferin des Korporationsvermögens der Universität,
- ist Mitglied des Zentralen Studienausschusses,
- ist Kapazitätsbeauftragte für die betriebswirtschaftlichen Studiengänge,
- ist stellvertretende Vorsitzende des Diplom-Prüfungsausschusses,
- ist stellvertretendes Mitglied des Prüfungsausschusses für den Studiengang Informatik an der Technischen Fakultät,

- ist Mitglied des Prüfungsausschusses der Fakultät,
- ist Mitglied der Arbeitsgruppe zur Erarbeitung eines Vorschlages für Bachelor- und Masterstudiengänge an der Fakultät,
- ist Mitglied der Auswahlkommission für das Graduiertenkolleg „Lose gekoppelte Systeme und Electronic Business",
- ist Mitglied des Prüfungsausschusses für den Masterstudiengang Hospitalmanagement der Medizinischen Fakultät.

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 Mitglied im Prüfungsausschuss für Bachelor- und Master Studiengänge der WiSo–Fakultät.

Prof. Dr. P. Nippel

- war 2. Prodekan der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel (bis 07/2008),
- war Mitglied des Konvents der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel (bis 7/2008),
- ist Mitglied der Berufungskommission zur Besetzung einer W3 Professur für VWL,
- ist für die Studienberatung im Studiengang „Diplom-Handelslehrer" / Bachelor Wirtschaftswissenschaften im 2-Fach-Studiengang zuständig (seit 04/2008),
- ist für die Studienberatung im Studiengang Betriebswirtschaftslehre (Diplom- und Bachelor-Studiengang zuständig (seit 04/2008).

Prof. Dr. A. Walter

- ist seit dem 01.04.2007 Geschäftsführender Direktor des Instituts für BWL,
- 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.

Prof. Dr. J. Wolf

- ist Erasmus-Beauftragter für die Austauschprogramme mit den ausländischen Partner-Universitäten,
- ist Koordinator der Fakultät für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften hinsichtlich der Gremienwahlen,
- ist Vertreter der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät im Deutsch-Norwegischen Studienzentrum (DNSZ),
- ist Studienberater für die Diplom- und Bachelorstudiengänge „Betriebswirtschaftslehre",
- ist Studienberater für die Diplom- und Bachelorstudiengänge „Handelslehrer",
- ist stellvertretender 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,
- war Mitglied der Berufungskommission zur Wiederbesetzung der Professur für Absatzwirtschaft an der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel,
- ist Vertreter der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät im Gemeinsamen Ausschuss des Instituts für Sozialwissenschaften,
- war Mitglied des Aufsichtsrats der Murmann School of Global Management and Economics,
- 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 Vorsitzender des Verbandes der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft,
- ist Treasurer der European Marketing Academy,
- 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 Vertrauensdozent der Stiftung der deutschen Wirtschaft (bis Oktober 2008),
- ist Mitglied im Stiftungsrat des Murmann School Kiel,

- 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.

Prof. Dr. A. Drexl

- ist Mitglied des Editorial Boards der „Lecture Notes in Economics and Mathematical Systems",
- ist Gutachter für die Zeitschriften EJOR, IJPE, INFOR, ITOR, Management Science, Operations Research, OR Spectrum, u.a.

Prof. Dr. B. Friedl

- ist Gutachterin der ZEVA und 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

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

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.

Prof. Dr. P. Nippel

- ist Vorsitzender des Aufsichtsrats der ARIVA.DE AG.

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 Betriebswirt 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

- lehrt englischsprachig im Rahmen der Kiel Summer School (KISS) der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät,
- ist Mitglied des Vorstandes der „Gesellschaft für Betriebswirtschaft zu Kiel e.V.“,
- ist Mitglied von Alumni Kiel e.V. der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel,
- ist Herausgeber 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,
- erbrachte vergleichende gutachterliche Tätigkeit im Rahmen der Besetzung verschiedener Professuren an deutschen Universitäten,
- erbrachte gutachterliche Tätigkeit im Rahmen der Verleihung wissenschaftlicher Preise an verschiedenen deutschen Universitäten.

Anhang A

Lehrveranstaltungen

A.1 Lehrveranstaltungen im SS 2008

7. Grundstudium Betriebswirtschaftslehre

030036	Einführung in das Marketing V; Di, 10:15–11:45, CAP3–R.2; ab 15.4.2008	Becker, J.
030063	Übung zu: Einführung in das Marketing UE; 14tägig; Mo, 10:00–11:30, 11:45– 13:15, AM/K	Bähr, U.
030060	Einführung in das Betriebssystem AIX (UNIX) KU; 2 SWS; Einzeltermine am schwarzen Brett des PC-Labors!	Drexl, A. durch Wende, S.
030067	Einführung in das PC-Labor KU; 1 SWS; Einzeltermine siehe Aushang am Schwarzen Brett des PC-Labors.	Drexl, A. durch Wende, S.
030071	Tutorium für ausländische Studierende KU; 2 SWS; Einzeltermine am schwarzen Brett des PC-Labors	Drexl, A. mit Assistenten
030062	Kosten- und Leistungsrechnung V; 2 SWS; ben. Schein; nur für Studierende der Diplomstudiengänge; Fr, 10:15–11:45, AM/C; Einzeltermin am 30.5.2008, 12:00–13:30, AM/C	Zwilling, R.
030051	Finanzwirtschaft I V; 1 SWS; ben. Schein; Bachelor-Modul „Finance and Accounting"; Mi, 10:15–11:45, AM/G; vom 9.4.2008 bis zum 21.5.2008	Nippel, P.
030000	Grundlagen der Finanzwirtschaft V; 2 SWS; ben. Schein; Mi, 10:00–12:00, Alte Mensa gr.HS, ab 4.6.2008	Nippel, P.
030072	Grundlagen der Finanzwirtschaft Mi, 10:15–11:45, vom 9.4.2008 bis zum 21.5.2008, in Raum AM/G mit Finanzwirtschaft I (Fiwi I) (030051)	Nippel, P.

030012 Übung Grundlagen der Finanzwirtschaft (Gruppe 1) — Bähr, U.
UE; 2 SWS; Die Veranstaltung wird in 2 Gruppen durchgeführt!; 14tägig,
Di, 12:00–14:00, JMS4–R.28; vom 17.6.2008 bis zum 15.7.2008; 12:00 Uhr

030058 Übung Grundlagen der Finanzwirtschaft (Gruppe 2) — Nekat, K.
UE; 2 SWS; Die Veranstaltung wird in 4 Gruppen durchgeführt!;
Di, 12:15–13:45, OHP2 - Hörsaal; vom 15.4.2008 bis zum 27.5.2008

030050 Übung Grundlagen der Finanzwirtschaft (Gruppe 3) — Nekat, K.
UE; 2 SWS; Die Veranstaltung wird in 2 Gruppen durchgeführt!; 14 tätig,
Di, 14:00–16:00, AM/A; vom 17.6.2008 bis zum 15.7.2008; 14:00 Uhr

030056 Übung Grundlagen der Finanzwirtschaft (Gruppe 4) — Hansen, M.
UE; 2 SWS; Die Veranstaltung wird in 4 Gruppen durchgeführt!;
Do, 10:00–12:00, AM/D; vom 10.4.2008 bis zum 22.5.2008; 10:00 Uhr

030053 Jahresabschluss — Mölls, S.H.
V; 1 SWS; ben. Schein; Bachelor-Modul „Finance and Accounting";
Mi, 10:15–11:45, AM/G; Einzeltermine am 26.6.2008, 14:00–16:00, AM/H;
3.7.2008, 18:00–20:00, AM/H; 10.7.2008, 17.7.2008, 14:00–16:00, AM/H;
23.7.2008, 8:00—10:00, Alte Mensa gr.HS; vom 4.6.2008 bis zum 16.7.2008

030084 Übung Jahresabschluss (Gruppe 1) — Zwilling, R.
UE; 1 SWS; Pflicht: 3. Sem. VWL, BWL, HDL; Di, 12:00–14:00, OHP2-Hörsaal;
Einzeltermin am 22.7.2008, 12:00–14:00, AM/G; vom 10.6.2008 bis 22.7.2008

030083 Übung Jahresabschluss (Gruppe 2) — Zwilling, R.
UE; 1 SWS; Pflicht: 3. Sem. VWL, BWL, HDL; Do, 12:00–14:00, AM/C;
vom 12.6.2008 bis zum 24.7.2008

Hauptstudium

8. Absatzwirtschaft

030078 Deskriptive Entscheidungstheorie: Emotionen, Entscheidungsstrategien und Verlustaversion in ökonomischen Entscheidungen — Heitmann, M.
S; 2 SWS; 21./22.06.2009

030100 Komplexe Problemstellungen u. fortgeschrittene Methoden der Marktforschung — Heitmann, M.
V; 2 SWS; ben. Schein; SBWL, Di, 12:00–13:30, 16:00–17:30, AM/A

030103 Kundenpräferenzen: Der Einfluss von Gedächtnisstrukturen, irrelevanten Informationen und Entscheidungssequenzen auf das Kaufverhalten — Heitmann, M.
S; 20./21.06.2009

030059 Produktpolitik — Heitmann, M.
V; 2 SWS; ben. Schein; SBWL/ABWL, Mi, 8:15–9:45, Alte Mensa gr.HS

Spezielle BWL

030068 Kundenmanagement — Albers,S.
V; Kann als spezielle BWL in den Bereichen Innovation, Neue Medien und Marketing sowie Absatzwirtschaft angerechnet werden;
Mi, 14:15–15:45, AM/D

9. Controlling

Allgemeine BWL

030045 Hauptseminar zur Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre — Friedl, B.
HS; 2 SWS; ben. Schein; Gemeinsam mit Herrn Prof. Dr. S. Mölls.
Fr, 8:15–9:45, Alte Mensa kl.HS

Spezielle BWL

030141 Controlling-Konzeptionen — Friedl, B.
V; 2 SWS; ben. Schein; Do, 10:00–11:30, AM/C

030034 Hauptseminar zum Controlling — Friedl, B.
HS; 2 SWS; ben. Schein; Fr, 10:00–11:30, Alte Mensa kl.HS

030117 Kostenmanagement — Friedl, B.
V; 2 SWS; ben. Schein; Do, 8:15–9:45, AM/C

10. Finanzwirtschaft

Allgemeine BWL

030066 ABWL-Seminar — Schertler, A.
S; 2 SWS; ben. Schein; Mo, 14:00–16:00, WSP1–R.114

Spezielle BWL

030049 Bankwirtschaft — Schertler, A.
V; Schein; Mo, 10:00–12:00, AM/C

030039 Diplomanden- und Doktorandenseminar — Nippel, P.
KO; 2 SWS; Mo, 16:00–17:30, WR425–R.321[ZfB]

030119 Portefeuille- und Kapitalmarkttheorie — Nippel, P.
V; 2 SWS; ben. Schein; Fr, 10:00–12:00, AM/D

030038 Seminar SBWL Finanzwirtschaft — Nippel, P.
S; 2 SWS; ben. Schein; Mo, 12:00–14:00, WR425–R.10[ZfB]

11. Innovation, Neue Medien und Marketing

030035 Doktorandenseminar — Albers, S.
V; Sehlendorf, 3.4.2008, 10.00 Uhr, bis 4.4.08, 15.00 Uhr

030036 Einführung in das Marketing — Becker, J.
V; Di, 10:15–11:45, CAP3-R.2

030068 Kundenmanagement — Albers,S.
V; Kann als spezielle BWL in den Bereichen Innovation, Neue Medien und Marketing sowie Absatzwirtschaft angerechnet werden.; Mi, 14:15–15:45, AM/D

030041 Marketing mit Excel — Proppe, D.
V; Mi, 16.00–18.00 Uhr, WSP1–R.114

030040 Marketing mit interaktiven Medien — Clement, M.
V; Di, 12:00–13:30, AM/H; Di, 16:00–17:30, AM/H

030042 Sales Management — Albers, S.
V; Di, 12:00–13:30, 16:00–17:30, AM/D

030044 Seminar zur Allgemeinen BWL — Albers, S.
V; JH Schönberg, 06.06.2008, 14.00 Uhr, bis 08.06.2008, 15.00 Uhr

030063 Übung zu: Einführung in das Marketing — Bähr, U.
UE; 14tägig, Mo, 10:00–11:30, 11:45–13:15, AM/K

Allgemeine BWL

030059 Produktpolitik — Heitmann, M.
V; 2 SWS; ben. Schein; SBWL/ABWL, Mi, 8:15–9:45, Alte Mensa gr.HS

030044 Seminar zur Allgemeinen BWL — Albers, S.
V; JH Schönberg, 06.06.2008, 14.00 Uhr, bis 08.06.2008, 15.00 Uhr

Spezielle BWL

030100 Komplexe Problemstellungen u. fortgeschrittene Methoden der Marktforschung — Heitmann, M.
V; 2 SWS; ben. Schein; Di, 12:00–13:30, 16:00–17:30, AM/A

030068 Kundenmanagement — Albers,S.
V; Kann als spezielle BWL in den Bereichen Innovation, Neue Medien und Marketing sowie Absatzwirtschaft angerechnet werden.; Mi, 14:15–15:45, AM/D

030040 Marketing mit interaktiven Medien — Clement, M.
V; Di, 12:00–13:30, AM/H; Di, 16:00–17:30, AM/H

030042 Sales Management — Albers, S.
V; Di, 12:00–13:30, 16:00–17:30, AM/D

12. Organisation

030148 Unternehmenspolitik — Driftmann, H.H.
V; ben. Schein; Mi, 16:00–18:00, WR425-R.10[ZfB];
23.4.2008 bis 21.5.2008; Exkursion ganztägig am 28.05.08

13. Produktion und Logistik

Spezielle BWL

030047 Prozessmanagement — Sprecher, A.
V; 1 SWS; ben. Schein; Einzeltermine am 11.4.2008,
8:15–11:45, 12:30–16:00, WSP1–R.114;
25.4.2008, 8:15–11:45, 12:30–16:00, WSP1–R.114

14. Rechnungswesen

Allgemeine BWL

030075 Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse — Mölls, S.H.
V; 2 SWS; ben. Schein; Do, 12:00–14:00, AM/H

030003 Seminar zur Allgemeinen BWL — Mölls, S.H.
S; 2 SWS; ben. Schein; Das Seminar wird zusammen mit — Friedl, B.
Frau Prof. Dr. Friedl abgehalten. Fr., 8.00-10.00 Uhr
Alte Mensa, kleiner Hörsaal

Spezielle BWL

030054 Ökonomische Analyse der Rechnungslegung — Mölls, S.H.
V; Mi, 8:00–10:00, AM/C

030085 Seminar zum Rechnungswesen (SBWL) — Mölls, S.H.
S; 2 SWS; ben. Schein; Fr., 10.00-12.00 Uhr
Alte Mensa, kleiner Hörsaal

15. Gründungs– und Innovationsmanagement

030098 Akademische Ausgründungen — Schmidt, A.
S; 2 SWS; ben. Schein; ABWL/SBWL Seminar; — Rasmus, A.

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

030029 Entrepreneurship — Walter, A.
V; 2 SWS; ben. Schein; Mi, 10:00–12:00, AM/D

030030 Forschungspraxis-Seminar — Walter, A.
S; 2 SWS; ben. Schein; Blockveranstaltung, 23.-24.5.2008 — Müller, D.

030177 Gründungspraktikum — Walter, A.
S; ben. Schein; Projekte und Termine nach Vereinbarung — Dickel, P.

030073 Innovationsmanagement — Walter, A.
V; 2 SWS; ben. Schein; Di, 10:00–12:00, AM/D

17. Studienkolleg Betriebswirtschaftslehre

030029 Entrepreneurship — Walter, A.
V; 2 SWS; ben. Schein; Mi, 10:00–12:00, AM/D

030177 Gründungspraktikum — Walter, A.
S; ben. Schein; Projekte und Termine nach Vereinbarung — Dickel, P.

030073 Innovationsmanagement — Walter, A.
V; 2 SWS; ben. Schein; Di, 10:00–12:00, AM/D

030098 Akademische Ausgründungen — Walter, A.
S; 2 SWS; ben. Schein; ABWL/SBWL Seminar; — Schmidt, A.
Blockveranstaltung, 9.-10.5.2008 — Rasmus, A.

030030 Forschungspraxis-Seminar — Walter, A.
S; 2 SWS; ben. Schein; Termine siehe Aushang am Lehrstuhl — Müller, D.

A.2 Lehrveranstaltungen im WS 2008/2009

Diplomstudiengänge – auslaufend

Grundstudium

030045 Einführung in LaTeX — Drexl, A.
KU; 2 SWS; Einzelveranstaltungen siehe Aushang am PC–Labor — durch Wende, S.

030042 Einführung in Linux — Drexl, A.
KU; 1 SWS; Veranstaltungstermine und Anmeldung siehe Aushang am Schwarzen Brett des PC-Labors. WSP1–R.114 — durch Wende, S.

030057 Tutorium zu Operations Research, Gruppe 1 — Drexl, A.
TU; 2 SWS; Es werden vier Tutorientermine angeboten. — mit
Di, 8:15– 9:45, AM/K; Do, 10:15–11:45, AM/E; ab 2.12.2008; Die Tutorien werden in der zweiten Semesterhälfte stattfinden. — Tümmers, H.

030058 Tutorium zu Operations Research, Gruppe 2 — Drexl, A.
TU; 2 SWS; Es werden vier Tutorientermine angeboten! — mit
Mi, 8:15–9:45, AM/K; Mo, 8:15–9:45, AM/C; ab 8.12.2008; Das Tutorium wird in der zweiten Semesterhälfte stattfinden. — Trippel, A.

030029 Übung zu Operations Research — Drexl, A.
UE; 1 SWS; Mo, 12:15–13:45, OHP2 - Hörsaal; ab 1.12.2008 — durch
Horbach, A.
Briskorn, D.

Hauptstudium

8. Absatzwirtschaft

Allgemeine BWL

030113 Hypothesentests in der empirischen Forschung — Heitmann, M.
V; ben. Schein; *Durchführung als Blockseminar*;
`http://www.bwl.uni-kiel.de/absatz/index.php`

030114 Strategisches und internationales Marketing-Management — Heitmann, M.
V; Di, 14:00–16:00, CAP3 - Hörsaal 3;
vom 28.10.2008 bis zum 10.2.2009

Spezielle BWL

030112 Preismanagement — Heitmann, M.
V; ben. Schein; Mi, 8:00–10:00, AM/D;
vom 29.10.2008 bis zum 11.2.2009

030115 Unternehmensplanspiel Markstrat Online — Heitmann, M.
V; ben. Schein; Durchführung als Blockseminar;
http://www.bwl.uni-kiel.de/absatz/index.php

9. Controlling

030106 Diplomanden- und Doktorandenseminar — Friedl, B.
KO; 2 SWS; Di, 16:00–18:00, WR425–R.321[ZfB]

Allgemeine BWL

030035 Hauptseminar zum Controlling und zur Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre — Friedl, B.
HS; 2 SWS; ben. Schein; 10:00–11:30, AM/K

030044 Systeme der Kosten- und Leistungsrechnung — Friedl, B.
V; 2 SWS; ben. Schein; Do, 10:00–11:30, Alte Mensa Hebbelhörsaal;
ab 30.10.2008

Spezielle BWL

030140 Controlling – Instrumente — Friedl, B.
V; 2 SWS; ben. Schein; Do, 8:15–9:45, Alte Mensa Hebbelhörsaal;
ab 30.10.2008

030034 Hauptseminar zum Controlling — Friedl, B.
HS; 2 SWS; ben. Schein; Fr, 8:15–9:45, AM/K; ab 7.11.2008

10. Finanzwirtschaft

Allgemeine BWL

030066 ABWL-Seminar angewandte Finanzmathematik — Nippel, P.
S; 2 SWS; ben. Schein; Mo, 16:15–17:45, WSP1–R.114

030118 Investition und Finanzierung /Finanzwirtschaft II — Nippel, P.
V; 2 SWS; ben. Schein; Diplom- und Bachelorveranstaltung;
Mi, 10:15–11:45, Alte Mensa gr.HS; vom 29.10.2008 bis 18.2.2009

030198 Übung Investition und Finanzierung / Finanzwirtschaft II (BACHELOR) — Nekat, K.
UE; 2 SWS; Do, 10:00–11:30, CAP3 – Hörsaal 2; vom 18.12.2008 bis
zum 12.2.2009

Spezielle BWL

030107 Diplomanden- und Doktorandenseminar — Nippel, P.
KO; 2 SWS; Di, 14:00–16:00, WR425–R.321[ZfB]

030079 Finanzwirtschaftliches Risikomanagement mit MS® Excel — Heithecker, D.
S; 2 SWS; ben. Schein; Mi, 16:30–19:30, WSP1–R.114;
vom 22.10.2008 bis zum 17.12.2008; BLOCKSEMINAR

030070 Investitionstheorie (Corporate Finance I) — Nippel, P.
V; 2 SWS; ben. Schein; Mo, 14:15–15:45, OHP2 – Hörsaal;
vom 27.10.2008 bis zum 9.2.2009

030038 Seminar SBWL Finanzwirtschaft — Schertler, A.
S; 2 SWS; Blockveranstaltung 20.10.2008–22.10.2008,
Mo–Fr, Sa, So, 8:00–18:00, WR425–R.321[ZfB]
W425–R.10[ZfB]

11. Innovation, Neue Medien und Marketing

030174 Marketing mit Excel
UE; 2 SWS; Teilnahmeschein; für Hauptstudium BWL, VWL, HDL; — Kaya, M.
Mi, 12:00–14:00, ab 14.1.2009; WSP1–R.114

Allgemeine BWL

030081 Entscheidungen — Daub, A.
V; ben. Schein; Di, 12:15–13:45, AM/H,
vom 28.10.2008 bis zum 2.12.2008

Spezielle BWL

030165 Marktdurchsetzung von Innovationen — Barrot, Ch.
V; 2 SWS; ben. Schein; Di, 12:00–13:30, 16:00–17:30, AM/C;
vom 28.10.2008 bis zum 16.12.2008; Die Vorlesung ist auf die erste Semesterhälfte geblockt. Es finden 2 Veranstaltungen pro Woche statt.

030150 Seminar zur Speziellen BWL (Seminar S–BWL) — Barrot, Ch.
S; ben. Schein; geblockte Veranstaltung: 28.-30.11.2008 in der JH Schönberg

12. Organisation

Allgemeine BWL

030147 Organisationsgestaltung — Wolf, J.
V; 2 SWS; ben. Schein; Nur für Diplomstudierende;
Do, 12:15–13:45, AM/C

Spezielle BWL

030036 Personalführung — Wolf, J.
V; 2 SWS; ben. Schein; Do, 12:15–13:45, AM/K

030148 Seminar zur Organisation — Wolf, J.
S; 2 SWS; ben. Schein; Do, 10:15–11:45, WR425–R.10

Allgemeine BWL

030145 Doktorandenseminar
S; 2 SWS; nur für Doktoranden des Lehrstuhls;
Mo., 10.00-12.00 Uhr, Gutenberg-Seminarraum [ZfB] — Wolf, J.

030069 Organisationstheorien — Wolf, J.
V; 2 SWS; ben. Schein; Do, 14:15–15:45, AM/B;
ab 27.10.2008

030148 Seminar zur Organisation — Wolf, J.
S; 2 SWS; ben. Schein; gilt sowohl für ABWL als auch für SBWL;
Einzeltermine am 22.11.2008, 8:30–18:00, 6.12.2008, 9:00–18:00,
und 7.12.2008, 9:00–13:00, WR425–R.10[ZfB]

13. Produktion und Logistik

030055 Tutorium für ausländische Studierende — Drexl, A.
KU; 2 SWS; Mo, 16.00–18.00 — durch Assistenten

Allgemeine BWL

030076 Seminar zur Allgemeinen BWL I
S; 2 SWS; Einzeltermine am 12.12.2008, — Drexl, A.
15:00–18:00, WSP1–R.114; 13.12.2008, 14.12.2008, — durch
10:00–16:00, WSP1–R.114 — Horbach, A.
Briskorn, D.

030054 Seminar zur Allgemeinen BWL II — Drexl, A.
S; 2 SWS; Einzeltermine am 9.1.2009, 15:00–18:00, — durch
WSP1–R.114; 10.1.2009, 11.1.2009, 10:00–16:00, — Horbach, A.
WSP1–R.114 — Briskorn, D.

Spezielle BWL

030052 Diplomanden- und Doktorandenseminar — Drexl, A.
S; 2 SWS; Mo, 16:00–17:00, WSP1–R.114 — mit
Assistenten

030128 Produktionsplanung — Daub, A.
V; 2 SWS; ben. Schein; Mo, 16:15–17:45, AM/C

030067 Qualitätsmanagement — Sprecher, A.
V; 1 SWS; Teilnahmebescheinigung; Einzeltermine am 6.2.2009, 8:15–11:45, 12:30–16:00, WSP1–R.114; 13.2.2009, 8:15–11:45, 12:30–16:00, WSP1–R.114

030130 Seminar zur Speziellen BWL „Produktion in Industrie– und Dienstleistungsunternehmen", S; 2 SWS; ben. Schein; Blockveranstaltung; Einzeltermine am 18.1.2009, 12:00–18:00, WSP1–R.114 — Daub, A.

14. Rechnungswesen

030136 Diplomanden- und Doktorandenseminar — Mölls, S.H.
KO; 2 SWS; Do, 8:00–10:00, WR425–R.321[ZfB]

Spezielle BWL

030010 Internationale Rechnungslegung — Mölls, S.H.
V; 2 SWS; ben. Schein; Mi, 8:00–10:00, AM/C; vom 29.10.2008 bis zum 11.2.2009

030080 Prüfungswesen — Mölls, S.H.
V; Do, 14:00–16:00, AM/D; Einzeltermine am 12.11.2008, 18:00–20:00, AM/K; 24.11.2008, 18:00–20:00, AM/E; ab 30.10.2008

030085 Seminar zum Rechnungswesen — Mölls, S.H.
S; 2 SWS; ben. Schein; Blockseminar. Einzeltermin, 18.01.2009, 14.00–18.00 und 19.01.2009, 9.00-13.00, Schmalenbach–Seminarraum (Zfb)

030083 Unternehmensbesteuerung — Schäfer-Elmayer, P.
V; Einzeltermine am 20.11.2008, 14:00–20:00, Klingelhörsaal; 21.11.2008, 8:00–18:00, AM/C; 22.11.2008, 8:00–16:00, OHP2 – Hörsaal;

030082 Unternehmensbewertung und Unternehmensverfassung — Mölls, S.H.
V; Do, 12:00–14:00, AM/D

15. Gründungs– und Innovationsmanagement

030074 Diplomanden- und Doktorandenkolloquium — Walter, A.
KO; Aushänge am Lehrstuhl beachten

030086 General Management II, Betriebswirtschaftslehre II für Ingenieure und Naturwissenschaftler — Walter, A.
V; 1 SWS; ben. Schein; Di, 10:15–11:45, AM/G

030077 Gründungspraktikum — Walter, A.
P/SEM; ben. Schein; Aushänge am Lehrstuhl beachten

030071 Kooperation und Netzwerke — Walter, A.
V; 2 SWS; ben. Schein; Mi, 10:00–12:00, AM/C

Allgemeine BWL

030087 Unternehmensplanspiel I — Walter, A.; Schmidt, A.; Heinrichs, S.
S; 2 SWS; ben. Schein; Blockveranstaltung, 12.11.2008-14.11.2008, Gutenberg– u. Schmalenbach–Seminarraum (ZfB)

030000 Unternehmensplanspiel II — Walter, A.; Schmidt, A.; Heinrichs, S.
S; 2 SWS; ben. Schein; Blockveranstaltung, 27.11.2008-29.11.2008, Gutenberg– u. Schmalenbach–Seminarraum

Spezielle BWL

030088 Advanced Readings in General Management — Walter, A.; Rasmus, A.
S; 2 SWS; ben. Schein; Di, 14:00–15:30, Gutenberg–Seminarraum (ZfB)

030077 Gründungspraktikum — Walter, A.
P/SEM; ben. Schein; Aushänge am Lehrstuhl beachten

030071 Kooperation und Netzwerke — Walter, A.
V; 2 SWS; ben. Schein; Mi, 10:00–12:00, AM/C; vom 29.10.2008 bis zum 11.2.2009

17. Studienkolleg Betriebswirtschaftslehre

030071 Kooperation und Netzwerke — Walter, A.
V; 2 SWS; ben. Schein; Mi, 10:00–12:00, AM/C; vom 29.10.2008 bis zum 11.2.2009

030084 Übung BWL II für Ingenieure und Naturwissenschaftler — Müller, D.; Walter, S.
UE; 2 SWS; ben. Schein; ausschließlich für Dipl.–Studiengänge im Studienkolleg; Übungen finden in der 2. Hälfte des Semesters statt

030072 Übung zu General Management II, Übung zur Betriebswirtschaftslehre II für Ingenieure und Naturwissenschaftler — Walter, S.; Müller, D.
UE; 1 SWS; ben. Schein; Di, 14:15–15:45, AM/G; Di, 16:00–17:30, AM/K; Mi, 14:15–15:45, 16:00–17:30, AM/F; vom 9.12.2008 bis 3.2.2009; Die Übung findet während der zweiten Semesterhälfte zweistündig statt.

Bachelor-/Masterstudiengänge

Pflichtteil BWL

030143 Entscheidung — Daub, A.
V; 1 SWS; ben. Schein; Di, 12:15–13:45, AM/H,
vom 28.10.2008 bis 2.12.2008; gemeinsam mit LV 030081

030073 Übung zu: Entscheidung — Bähr, U.
UE; Die Übung wird in vier Gruppen durchgeführt.; Mo, Mi, 10:15–11:45, AM/K;
Mo, 12:00–13:30, AM/K; Mi, 12:00–13:30, HRS4 - R.8

030033 General Management I, Betriebswirtschaftslehre I für Ingenieure und Naturwissenschaftler — Friedl, B.
V; 1 SWS; ben. Schein; Di, 10:15–11:45, AM/G;
vom 28.10.2008 bis 2.12.2008

030031 Übung zu General Management I, Übung zu Betriebswirtschaftslehre I für Ingenieure und Naturwissenschaftler — Reuschenbach, D.
UE; 1 SWS; ben. Schein; Di, 14:15–15:45, AM/G;
Di, 16:15–17:45, AM/K; Mi, 14:15–15:45, 16:15–17:45, AM/F

030047 Unternehmensführung und Organisation — Wolf, J.
UE; 1 SWS; Mo, Mi, 10:00–11:30, 11:45–13:15, AM/K; vom 15.12.2008
bis zum 11.2.2009; auf die zweite Semesterhälfte geblockt.
Beginn: 15.12.2008

030078 Unternehmensführung und Organisation — Wolf, J.
V; 2 SWS; ben. Schein; geblockt auf die zweite Semesterhälfte
Di, 12:15–13:45, AM/H; vom 9.12.2008 bis 10.2.2009

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

030072 Übung zu General Management II, Übung zur Betriebswirtschaftslehre II für Ingenieure und Naturwissenschaftler — Walter, S. Müller, D.
UE; 1 SWS; ben. Schein; Di, 14:15 - 15:45, AM/G; Di, 16:00 - 17:30,
AM/K; Mi, 14:15–15:45, 16:00–17:30, AM/F; vom 9.12.2008 bis 3.2.2009

Wahlteil BWL

030118 Investition und Finanzierung /Finanzwirtschaft II — Nippel, P.
V; 2 SWS; ben. Schein; Diplom- und Bachelorveranstaltung;
Mi, 10:15–11:45, Alte Mensa gr.HS; vom 29.10.2008 bis zum 18.2.2009

030089 Corporate Citizenship — Heidbrink, L.
S; 2 SWS; Für Bachelor-Studierende BWL: nur zusammen mit Vorlesung
"Grundlagen der Unternehmensethik" (050129), 5 LP; Einzeltermine am 6.2.2009,

12:00–19:30, 7.2.2009, 10:00–19:00, 8.2.2009, 10:00–15:00, WR425–R.10[ZfB]; BLOCKSEMINAR

050129 Grundlagen der Unternehmensethik — Heidbrink, L.
V; 2 SWS; Für Bachelor-Studierende BWL: nur zusammen mit Seminar „Corporate Citizenship"(030089) 5 LP; Einzeltermine am 30.1.2009, 12:00–19:30, 31.1.2009, 10:00–19:00, 1.2.2009, 10:00–15:00, WR425–R.10[ZfB]

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

Manuskripte aus den Instituten für Betriebswirtschaftslehre der Universität Kiel

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)

629 Büther, M., Briskorn, D., Reducing the 0-1 knapsack problem with a single continuous variable to the standard 0-1 knapsack problem (2007)

628 Friedl, B., Wertanalyse nach DIN EN 12973 als Instrument des produktorientierten Kostenmanagements (2007)

627 Drexl, A., Jørnsten, K., Pricing the generalized assignment problem (2007)

626 Drexl, A., Jørnsten, K., Pricing the multiple-choice nested knapsack problem (2007)

625 Drexl, A., Jørnsten, K., Knof, D., Non-linear anonymous pricing combinatorial auctions (2007)

624 Drexl, A., Jørnsten, K., Knof, D., Column aggregation-based pricing combinatorial auctions (2007)

Engagement und Kreativität - Würdigung Prof. Dr. Dr. h.c. Jürgen Hauschildt

Am 2. Februar 2008 verstarb Professor Dr. Dr. h.c. Jürgen Hauschildt nach langer und schwerer Krankheit. Mit ihm verlor die Christian-Albrechts-Universität zu Kiel und deren Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Fakultät einen herausragenden Hochschullehrer. Seine wissenschaftlichen Leistungen haben weltweit große Anerkennung gefunden. Die deutsche Innovationsforschung, die er über fast drei Jahrzehnte maßgeblich geprägt hat, ist dauerhaft mit seinem Namen verbunden.

Jürgen Hauschildt wurde am 27. Mai 1936 in Hamburg geboren. Seine berufliche Laufbahn begann mit einer kaufmännischen Lehre bei der Deutschen Erdöl AG. Anschließend studierte er Betriebswirtschaftslehre an der Universität Hamburg und an der Technischen Universität Berlin. Nach seinem Abschluss als Diplom-Kaufmann war er in Hamburg von 1960 bis 1962 Assistent an der Akademie für Wirtschaft und Politik bei Professor Dr. Dres. h.c. Eberhard Witte, dem er an die Universität Mannheim folgte. Er wurde dort 1964 zum Dr. rer. pol. promoviert und habilitierte sich dort 1970.

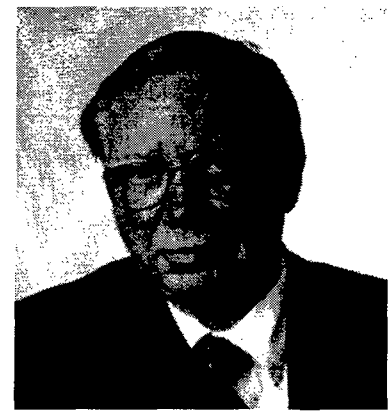

Abbildung A.1:
Prof. Dr. Dr. h.c. Jürgen Hauschildt

Mit 34 Jahren übernahm er den Lehrstuhl für Finanzen und Banken an der Universität des Saarlandes in Saarbrücken und leitete diesen von 1970 bis 1979. Bereits in dieser Zeit begnügte sich Hauschildt nicht damit, theoretisch Erdachtes zu formulieren und zu lehren. Seine konstruktive Skepsis gegenüber etablierten Theorien und seine Neugier an der empirischen Wahrheit brachten ihn in einen engen gedanklichen Austausch mit den ebenfalls empirisch ausgerichteten Kollegen Erich Kaufer, Werner Kroeber-Riel und Otto Poensgen.

Der Ruf auf den Lehrstuhl für Organisation an der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel führte Jürgen Hauschildt 1979 zurück in seine norddeutsche Heimat. In den Jahren 1979 bis 1981 und 1993 bis 1995 leitete er als geschäftsführender Direktor das Institut für Betriebswirtschaftslehre. Von 1989 bis 1991 war er Dekan der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät. Zusammen mit seinem Kollegen und Freund Klaus Brockhoff baute Jürgen Hauschildt die „Kieler Schule" zu einer der leistungsstärksten Forschungs- und Lehrstätten in Deutschland auf. Mit dem Graduiertenkolleg „BWL für Technologie und Innovation" gesellte sich 1990 sein Kollege Sönke Albers als ein weiterer wichtiger Mitstreiter hinzu. Bis zu seiner Emeritierung 2003 war Jürgen Hauschildt Leiter des Studienkollegs „BWL für Studierende anderer Fakultäten", das er 1999 mit gegründet hatte.

Überdies engagierte sich Jürgen Hauschildt mit viel Elan im Verband der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft e.V., der ihn 2005 mit der Ehrenmitgliedschaft würdigte. Von 1984 bis 1986 war er Vorsitzender der Wissenschaftlichen Kommission „Organisation". In der Zeit 1991 bis 1992 war er stellvertretender Verbandsvorsitzender. Im Jahr 1995 erhielt Jürgen Hauschildt die Ehrendoktorwürde der Universität Rostock. 1998 war er Mitinitiator der Wissenschaftlichen Kommission Technologie- und Innovationsmanagement, die er bis 2000 als Gründungsvorsitzender leitete. In dieser Kommission, die er sehr stark prägte, vereinte Jürgen Hauschildt

Personen mit jener Kompetenz, die ihn selbst in hohem Maße auszeichnet und die er von anderen vehement forderte, nämlich die zur Innovation.

Die wissenschaftliche Arbeit von Jürgen Hauschildt deckt ein außerordentliches Spektrum ab. In Hamburg entwickelte er sich zu einem vorzüglichen Kenner der Probleme öffentlicher Unternehmen. Nach seinem Wechsel nach Mannheim widmete er sich der empirischen Entscheidungsforschung.

In Saarbrücken entstanden viel beachtete Arbeiten zum Manag Führung und zu Krisen von Unternehmen. Mit dem Wechsel nach Kiel rückten Fragen der Gestaltung von Innovationsprozessen in den Mittelpunkt seines Interesses. Jürgen Hauschildt war auch auf diesem Gebiet ein Pionier. Seine Forschungsergebnisse zu Promotoren werden weltweit beachtet. Sein in der 4. Auflage erschienenes Lehrbuch „Innovationsmanagement" ist das Standardwerk im Innovationsbereich.

Abbildung A.2: Prof. Hauschildt am 25.01.2008 beim Treffen mit seinen akademischen Schülern an der TU Berlin

Jürgen Hauschildt war nicht nur ein außergewöhnlich kreativer Forscher. Er war ein Meister des Wortes, mit dem er über Jahrzehnte Studenten, Doktoranden und Unternehmensvertreter zu begeistern wusste. Seine Studenten und der wissenschaftliche Nachwuchs lagen ihm immer sehr am Herzen. Unternehmen wie die Deutschen Bank AG in Frankfurt und die DATEV eG in Nürnberg haben seine Gedanken und Impulse wertschaffend aufgegriffen. Er unterstützte über viele Jahre die Innovationsstiftung Schleswig-Holstein und engagiert sich für junge Unternehmen. Jürgen Hauschildt war ein allseits geschätzter Brückenbauer und Grenzgänger, der den produktiven Austausch zwischen Wissenschaft und Wirtschaft stets im Auge behielt.

„Innovationen sind machbar!" So lautete das Credo von Jürgen Hauschildt. Er war eine Lichtgestalt der deutschen Innovationsforschung, ein unerschrockener Vorreiter für beste akademische Standards und ein Vorbild an Menschlichkeit. Wir alle bewahren sein Andenken in unseren Herzen.