

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

Working Paper — Digitized Version

Jahresbericht 2003

Manuskripte aus den Instituten für Betriebswirtschaftslehre der Universität Kiel, No. 579

Provided in Cooperation with:

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

Suggested Citation: Christian-Albrechts-Universität zu Kiel, Institut für Betriebswirtschaftslehre (Ed.) (2004) : Jahresbericht 2003, Manuskripte aus den Instituten für Betriebswirtschaftslehre der Universität Kiel, No. 579, Universität Kiel, Institut für Betriebswirtschaftslehre, Kiel

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/177346>

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.

Nr. 579
Jahresbericht
2003

Februar 2004

Christian-Albrechts-Universität zu Kiel
Institut für Betriebswirtschaftslehre
Olshausenstraße 40, Besucheradresse: Westring 425
24098 Kiel
Tel.: 0431 / 880-3988
Fax: 0431 / 880-1709
<http://www.wiso.uni-kiel.de/bwl/institute/index.html>

Inhaltsverzeichnis

Vorwort der Institutsleitung	1
1 Ressourcen	5
1.1 Ausstattung, Personal und Organisation	5
1.2 Raumsituation	5
1.3 Drittmittel	5
1.4 PC-Labor	5
1.5 Rufe und Auszeichnungen	7
1.6 Gastvorträge	7
2 Lehre und Studium	11
2.1 Studierendenzahlen und Studienanfänger	11
2.2 Zwischen- und Diplom-Prüfungen	12
2.3 Internationaler Studierendenaustausch	13
2.4 Ausgewählte Diplomarbeiten	15
2.5 Graduierten- und Doktorandenstudium	16
2.6 Lehrtätigkeiten der Honorarprofessoren	19
2.7 Exkursionen und Recruiting-Veranstaltungen	19
2.8 Sonstiges	20
3 Forschungsprojekte	21
3.1 Lehrstuhl für Absatzwirtschaft	21
3.2 Lehrstuhl für Controlling	23
3.3 Lehrstuhl für Finanzwirtschaft	25
3.4 Lehrstuhl für Gründungs- und Innovationsmanagement	27
3.5 Lehrstuhl für Innovation, Neue Medien und Marketing	29

3.6	Lehrstuhl für Organisation	30
3.7	Lehrstuhl für Produktion und Logistik	31
3.8	Lehrstuhl für Rechnungswesen	33
3.9	Institut für Innovationsforschung	34
4	Publikationen, Manuskripte und Vorträge	37
4.1	Publikationen	37
4.2	Manuskripte	41
4.3	Vorträge	42
5	Weitere Aktivitäten	47
5.1	Akademische Selbstverwaltung	47
5.2	Weitere Ämter und Funktionen	49
A	Lehrveranstaltungen	53
A.1	Lehrveranstaltungen im SS 2003	53
A.2	Lehrveranstaltungen im WS 2003/2004	59

Vorwort der Institutsleitung

An dieser Stelle wird traditionell über die Ereignisse und Entwicklungen an den betriebswirtschaftlichen Instituten berichtet. Das Jahr 2003 war für die Universität Kiel sicherlich kein einfaches Jahr. Dennoch kann dieser Bericht mit einer positiven Mitteilung beginnen, die uns zum Ende des vergangenen Jahres erreicht hat: Die Zahl der Bewerber um einen Studienplatz im Diplom-Studiengang Betriebswirtschaftslehre ist im Berichtsjahr gegenüber den Vorjahren deutlich angestiegen. Das zeigt, dass die Attraktivität dieses Studienganges in Kiel nach wie vor hoch ist.

Am 12. Februar 2003 hat Herr Professor Dr. Dr. h.c. Jürgen Hauschildt seine Abschiedsvorlesung zum Thema „Zum Umgang der Betriebswirtschaftslehre mit der Unternehmenskrise“ gehalten. Mit Herrn Hauschildt ist zum Ende des Wintersemesters 2002/03 eine herausragende Persönlichkeit aus dem aktiven Dienst der Universität ausgeschieden, die über viele Jahre die Entwicklung des Institutes für Betriebswirtschaftslehre sowie des Institutes für betriebswirtschaftliche Innovationsforschung sehr erfolgreich gestaltet hat. Wir verlieren mit ihm einen hervorragenden Lehrer, der sowohl bei Studierenden als auch bei den Doktoranden und Habilitanden an seinem Lehrstuhl und im Graduiertenkolleg gleichermaßen beliebt und geschätzt ist. Als Forscher und wichtiger Gesprächspartner ist Herr Hauschildt auch nach seiner Emeritierung an den betriebswirtschaftlichen Instituten tätig. An dieser Stelle möchten wir Herrn Hauschildt gegenüber nochmals unseren herzlichen Dank für die geleistete Arbeit und die vielfältigen Beiträge zur Entwicklung der betriebswirtschaftlichen Institute zum Ausdruck bringen.

Zum 1. März 2003 hat Herr Professor Dr. Achim Walter am Institut für Betriebswirtschaftslehre den von der Technologiestiftung Schleswig-Holstein gestifteten Lehrstuhl „Gründungs- und Innovationsmanagement“ übernommen. Zu den Aufgaben von Herrn Walter gehört auch die Betreuung des Studienkollegs Betriebswirtschaftslehre, dem seit seiner Gründung zu Beginn des Wintersemesters 1999/2000 Herr Professor Dr. Dr. h.c. Hauschildt vorgestanden hat.

Am 20./21. Juni 2003 fand die 7. Absolvententagung statt, die mit 78 Teilnehmern sehr gut besucht war. Den Auftakt zu dieser Veranstaltung bildete eine Abendveranstaltung in den Räumen der Sparkasse Kiel. Insbesondere Herrn Dr. Martin Skaruppe, Mitglied des Vorstandes der Sparkasse Kiel, möchten wir an dieser Stelle danken, dass wir mit dieser für das Institut sehr wichtigen Veranstaltung Gast in seinem Hause sein durften. Kern des zweiten Veranstaltungstages waren Vorträge zu Strategie und Erfolg von Fußballunternehmen, zur Gründung und dem Aufbau eines Unternehmens sowie zur Entsendung von Fach- und Führungskräften ins Ausland.

Im Jahre 2000 wurde mit der Einführung der neuen Prüfungsordnung der Diplom-Studiengang Betriebswirtschaftslehre grundlegend reformiert. Im vergangenen Jahr hat die Zahl

der Absolventen, die ihr Studium nach der neuen Prüfungsordnung studienbegleitend abgelegt haben, erstmals die Zahl derjenigen Studierenden deutlich überstiegen, die nach der alten Prüfungsordnung studiert haben. Das mit der Einführung der Prüfungsordnung angestrebte Ziel einer Studienzeitverkürzung konnte erreicht werden. Während die durchschnittliche Studiendauer nach der alten Prüfungsordnung bei über 11 Semestern lag, schließen die Studierenden ihr Studium nun nach durchschnittlich 10 Semestern ab. Für die Lehrstühle ist die neue Prüfungsordnung jedoch mit einer deutlich höheren Belastung durch Korrekturen verbunden. Inzwischen zeichnet es sich ab, dass diese Prüfungsordnung nur eine sehr kurze Geltungsdauer haben wird.

Mit der am 19. Juni 1999 unterzeichneten Bologna-Erklärung haben sich die teilnehmenden Staaten verpflichtet, sich für einen gemeinsamen Rahmen der Hochschulausbildung einzusetzen, um die Anerkennung der akademischen Abschlüsse im Ausland und die Mobilität der Studierenden zu fördern. Ein Weg zur Umsetzung dieses Zieles wird in der flächendeckenden Einführung eines zweistufigen Systems von Studienabschlüssen an Fachhochschulen und Universitäten gesehen. Seit dem Sommersemester arbeitet eine institutsübergreifende Kommission an der Vorbereitung eines Bachelor- und eines Masterstudienganges. Inzwischen liegt für beide Studiengänge der Entwurf eines Studienplanes vor. Da zu diesen Studiengängen kaum Erfahrungen vorliegen, sind noch viele Fragen ungeklärt. Die Vorbereitung dieser Studiengänge wird uns deshalb auch 2004 intensiv beschäftigen. Wir sind jedoch sehr zuversichtlich, diese große Herausforderung meistern zu können.

Kiel, im Januar 2004

Professor Dr. Birgit Friedl



Abbildung 1: Die Professoren der betriebswirtschaftlichen Lehrstühle (v.l.): Peter Nippel, Joachim Wolf, Birgit Friedl, Andreas Drexel, Sönke Albers, Achim Walter, Klaus-Rüdiger Veit, Daniel Klapper, Jürgen Hauschildt



Abbildung 2: Herr Dr. Skaruppe von der Sparkasse Kiel begrüßt die Teilnehmer der Absolvententagung 2003

Kapitel 1

Ressourcen

1.1 Ausstattung, Personal und Organisation

1.2 Raumsituation

Das Institut für Betriebswirtschaftslehre ist seit Sommer 1998 in einem Gebäude am Westring untergebracht. Das Gebäude bietet sieben Lehrstühlen und dem Graduiertenkolleg modern ausgestattete Büros. Der Lehrstuhl von Prof. Drexl und das PC-Labor mussten aus Platzgründen am Wilhelm-Seelig-Platz 1 verbleiben. Die Raumsituation kann als befriedigend bezeichnet werden. Durch die räumliche Nähe der Lehrstühle hat sich die Zusammenarbeit untereinander erheblich erleichtert. Zudem verfügt das Institut über zwei größere Seminarräume mit zeitgemäßer Videoausstattung sowie über einen Seminarraum für Kleingruppenunterricht. Ein Sitzungszimmer steht für Besprechungen, für den Empfang von Gästen und für mündliche Prüfungen zur Verfügung.

1.3 Drittmittel

Die Gesellschaft für Betriebswirtschaft zu Kiel e.V. (GfB) übernahm zahlreiche Aufwendungen, für die staatliche Etats keine Deckung bieten. Aus diesen Mitteln konnten wir Exkursionen finanzieren (vgl. Kap. 2.7), unseren Mitarbeitern Reisekosten ersetzen, Studenten bei Befragungen unterstützen, Gastvorträge einwerben (vgl. Kap. 1.6) und unsere Gäste angemessen betreuen. Der GfB sei dafür an dieser Stelle sehr herzlich gedankt.

Die Deutsche Forschungsgemeinschaft finanzierte unter dem Titel „The impact of retail environment on competitive behavior“ einen einmonatigen Forschungsaufenthalt von Prof. Dr. Daniel Klapper an der Stanford University.

1.4 PC-Labor

Vom Institut für Betriebswirtschaftslehre wird eines von zwei PC-Labors der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät betrieben (betreut vom Lehrstuhl für Produktion

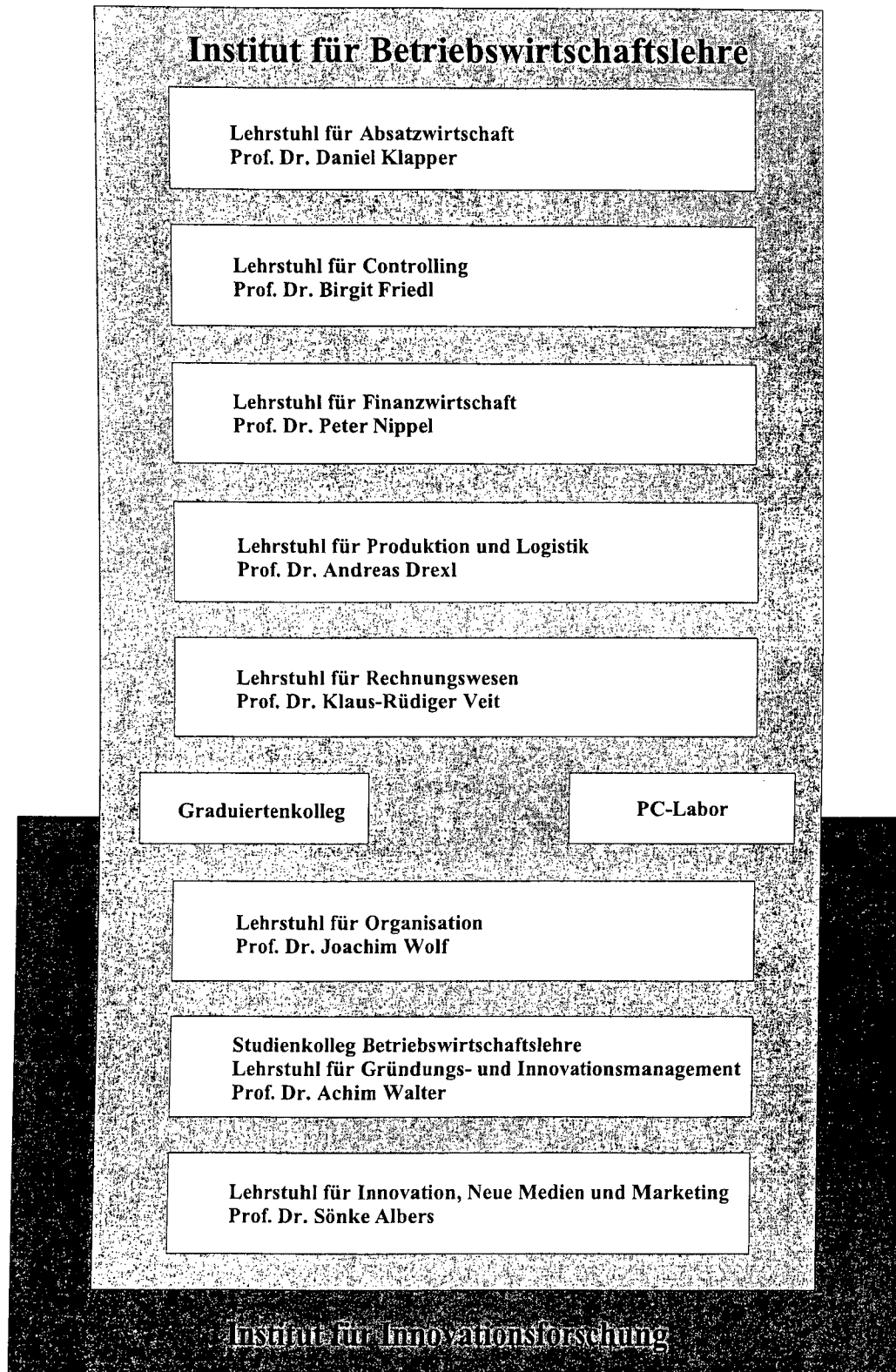


Abbildung 1.1: Struktur der Institute

und Logistik). Es steht allen Studierenden der Fakultät offen.

Die zentrale Komponente des Labors besteht aus etwa 20 PCs und mehreren Workstations. Hinzu kommen dezentral an den Lehrstühlen bzw. Instituten der Fakultät über 100 PCs. Zur Bewältigung aller anfallenden Aufgaben (Installation von Software, Wartung von Hardware, Einführungskurse, Betreuung der Studierenden während der Öffnungszeiten, Beratung der Nutzer (etc.) stehen dem Labor pro Monat neben dreimal 30 Std. Hilfskraftkapazität nur eine BAT IIa Stelle zur Verfügung.

Im PC-Labor stehen neben einem Beamer Hitachi CP-X325W ein Laptop Acer 291LCi sowie eine Digitalkamera Canon Ixus 400 zur kurzzeitigen fakultätsinternen Ausleihe bereit. Unter <http://www.bwl.uni-kiel.de/pcl/intern/> finden sich weitere Informationen.

Seit Anfang 2004 ist die Fakultät Mitglied der MSDN Academic Alliance, welches u.a. eine kostenlose Bereitstellung von PC-Betriebssystemen für Studierende erlaubt.

1.5 Rufe und Auszeichnungen

Dipl.-Kffr. Jessica Bräuer hat für ihre Diplomarbeit „Bietagenten in Internet-Auktionen als Methode zur Messung von Zahlungsbereitschaften – theoretischer Ansatz und empirische Analyse“ den Preis der besten Diplomarbeit 2001/2002 des Marketing-Clubs Schleswig-Holstein erhalten.

Dr. Peter Carstensen erhielt den Preis des Unternehmerverbandes Kiel für seine Dissertation „Simultane Losgrößen- und Reihenfolgeplanung bei konstantem Nachfrageverlauf“.

Dipl.-Kfm. Stefan Jank hat den Preis der Sparkasse Kiel für seine Diplomarbeit „Erfolgsfaktoren im E-Commerce“ erhalten.

Dr. Hendrik Nardmann erhielt für seine Dissertation „Die Segmentberichterstattung – Anforderungen nach DRS 3 im internationalen Vergleich“ einen Preis der Esche Schümann Commichau Stiftung.

Dipl.-Psych. Anne Susann Rohn, Stipendiatin im Graduiertenkolleg, hat am 25.08.03 auf der international renommierten „Conference on International Business“ der Universität Vaasa, Finnland, den „Award for the best PhD Thesis Proposal“ erhalten.

Dipl.-Kfm. Jarg Temme erhielt für seine Diplomarbeit „Die Berücksichtigung von soziodemographischen Variablen in Mixed Multinomialen Logit Modellen“ den Preis der Gesellschaft für Betriebswirtschaft.

1.6 Vorträge an den Instituten für Betriebswirtschaftslehre

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

- *Dipl.-oec. Tobias Dittrich* (Management Assistant Learning Services Central Region der IBM Deutschland GmbH), „Führung und Managemententwicklung bei der IBM Deutschland GmbH“, 16.01.2003.

- *Dipl.-Ing. RA Holger Kahl* (Kröger Werft GmbH & Co. KG, Rendsburg), „Marktentwicklung und Unternehmensplanung in turbulenten Zeiten am Beispiel einer mittelständischen Werft mit breiter Produktpalette“, 28.01.2003.
- *Dipl.-Kfm. Friedemann Stracke* (Leiter Recruitment Center der Otto GmbH & Co. KG, Hamburg), „Organisation des Personalmanagements in Großunternehmen“, 04.02.2003.
- *Prof. Dr. Jürgen Hauschildt* (Abschiedsvorlesung), „Zum Umgang der Betriebswirtschaftslehre mit der Unternehmenskrise“, 12.02.2003.
- *Dr. Thomas Schnieders* (Otto GmbH & Co. KG, Hamburg): „Online Marketing im Distanzhandel“, 24.04.2003.
- *Prof. Dr. Hans Hirth* (TU Berlin), „Strategische Verbundenheit zwischen Groß- und Kleinanlegern“, 19.05.2003.
- *Prof. Dr. Eberhard Girlich* (Universität Magdeburg), „Diskrete Optimierungsprobleme und ihre zulässigen Lösungsbereiche“, 23.05.2003.
- *Prof. Dr. Wenzel Matiaske* (Universität Flensburg): „Outsourcing der Personalarbeit – Theoretische Überlegungen und empirische Befunde“, 25.06.2003.
- *Dr. Kurt Puls*, Leiter der Förderberatung Wirtschaft der Investitionsbank Schleswig-Holstein, im Rahmen der Lehrveranstaltung von Prof. Dr. Walter: „Unternehmensgründung“, 02.07.2003.
- *Prof. Elko Kleinschmidt* (McMaster University, Kanada), „Corporate Culture & Top Management Commitment as NPD Program Success Factors“, 04.07.2003.
- *Dipl.-Betr. Finn Duggen*, Geschäftsführer Kieler Innovations- und Technologiezentrum (KITZ), im Rahmen der Lehrveranstaltung von Prof. Dr. Walter: „Unternehmensgründung“, 09.07.2003
- *Prof. Dr. Vikay Kumar* (University of Connecticut, USA): „Customer Loyalty and Profitability / Optimal Allocation of Marketing Resources to Customer and Purchase Sequence Analysis / International Diffusion“, 09.–11.07.2003.
- *Prof. Dr. Dirk Schiereck* (European Business School Oestrich-Winkel), „Kompetenzeffekte bei erwarteten Aktienrenditen und Implikationen für die Portefeuillestruktur“, 15.07.2003.

- *Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Wolfgang Weber* (Rektor der Universität Paderborn; Prof. Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Personalwirtschaft, Universität Paderborn), „Hochschulmanagement: Veränderte Praxis und die Beiträge der Forschung“, 30.10.2003.
- *Prof. Dr. Murali Mantrala* (University of Missouri at Columbia, USA): „Retail Channels and Category Management / Promotion Response Functions and Models in the Pharmaceutical Industry / Marketing Resource Allocation Decision Models“, 22.–24.11.2003.
- *Prof. Dr. Dodo zu Knyphausen-Aufseß* (Prof. Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Personalwirtschaft und Organisation, Otto-Friedrich-Universität Bamberg), „Ist open Source-Entwicklung ein Modell für mehrere Industrien? Software und Genomics im Vergleich“, 26.11.2003.
- *Frank Stege, Sonja Weiß und Thorsten Luer* (Hamburg-Mannheimer-Versicherungs-AG), „Allokation von IT-Ressourcen in der Praxis“, 11.12.2003.
- *Prof. Dr. Timothy Devinney* (Australian Graduate School of Management, Sydney): „Information Acceleration“, 12.12.2003.
- *Dr. Jochen Haußner* (KPMG, Hamburg), „Die Umstellung auf IFRS – eine praxisorientierte Einführung“, 17.12.2003.

Kapitel 2

Lehre und Studium

2.1 Studierendenzahlen und Studienanfänger

Im Fach Betriebswirtschaftslehre waren an der Christian-Albrechts-Universität zum Wintersemester 2003/2004 insgesamt 853 Studierende eingeschrieben. Wenn die 824 Studierenden der Volkswirtschaftslehre und die 177 Studierenden im Studiengang Diplom-Handelslehrer hinzu gezählt werden, deren Studiengänge starke Überschneidungen mit dem Fach Betriebswirtschaftslehre aufweisen, dann studieren am Institut für Betriebswirtschaftslehre 1.854 Studierende. Tabelle 2.1 gibt einen Überblick über die Zahl der eingeschriebenen Studierenden.

Studiengang	97/98	98/99	99/00	00/01	01/02	02/03	03/04
Betriebswirtschaftslehre	874	856	797	730	769	795	853
Volkswirtschaftslehre	689	728	735	592	642	709	824
Handelslehrer	162	133	125	128	147	165	177
Summe	1725	1717	1657	1450	1558	1669	1854

Tabelle 2.1: Anzahl der eingeschriebenen Studierenden

Der Verlauf der Studienanfängerzahlen im Studiengang Betriebswirtschaftslehre ist Tabelle 2.2 zu entnehmen. Die für das Numerus Clausus-Fach Betriebswirtschaftslehre nach den Vorschriften der Kapazitätsverordnung (KapVO) ermittelte Anzahl an Studienplätzen liegt also bei etwa 102 % der Kapazität. Die Nachfrage nach Studienplätzen übersteigt das vorhandene Angebot nach wie vor sehr deutlich. Die Ablehnungsquote liegt bei 179 %.

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Bewerbungen	362	300	290	295	293	412	513
Ist-Zugang	160	161	151	158	216	209	184
Kapazität lt. KapVO	155	160	150	160	216	200	180
Belastung in %	103	100	101	99	100	105	102

Tabelle 2.2: Anzahl der Studienanfänger im Studiengang Betriebswirtschaftslehre

2.2 Zwischen– und Diplom–Prüfungen

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Vordiplome in Betriebswirtschaftslehre	86	78	77	95	78	115	92
Diplome in Betriebswirtschaftslehre	112	125	128	97	83	60	79

Tabelle 2.3: 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. 2003 wurden 49 Zwei-Monats-Diplomarbeiten (WS 02/03 + SS 03) und 31 Sechs-Monats-Diplomarbeiten (Bearbeitung teilweise in 2002) abgegeben. In Kap. 2.4 werden exemplarisch einige bemerkenswerte Arbeiten genannt.

Zur Veranschaulichung der Prüfungsbelastung der betriebswirtschaftlichen Institute sei die Anzahl der schriftlichen und mündlichen Diplomprüfungen angegeben. 2002 wurden ca. 334 Diplomklausuren bewertet sowie ca. 84 mündliche Prüfungen nach alter Diplomprüfungsordnung abgenommen. Die Differenz zwischen schriftlichen und mündlichen Prüfungen ist damit zu erklären, dass nicht alle Prüfungsteilnehmer zur mündlichen Prüfung zugelassen wurden und Kandidaten auch aus anderen Gründen nicht zur mündlichen Prüfung angetreten sind.

Nach der neuen Prüfungsordnung, auf deren Basis inzwischen die meisten Studierenden studieren, wurden im Berichtszeitraum 2.158 Hauptstudiumsklausuren geschrieben und korrigiert. Hinzu kommt eine große Zahl an betreuten Seminararbeiten. Im Grundstudium summiert sich die Zahl der geschriebenen Klausuren auf insgesamt 2.528. Gegenüber dem Vorjahr hat der Umfang der Klausuren im Grund- bzw. Hauptstudium um 32 % bzw. 24 % zugenommen.

Zusätzlich wurden Studierende anderer Fakultäten mit Nebenfach Betriebswirtschaftslehre schriftlich und mündlich geprüft. Die Koordination dieser Prüfung obliegt dem Studienkolleg Betriebswirtschaftslehre. Im Jahre 2003 wurden insgesamt 148 derartige Prüfungen zu speziellen Veranstaltungen für diese Studierenden abgenommen.

Zum Studienerfolg, gemessen an den Examensnoten, liegen folgende Daten vor: Die Durchschnittsnote der erfolgreichen Absolventen beträgt nach alter Prüfungsordnung 2,47, nach neuer Prüfungsordnung 2,2 (vgl. Tabelle 2.4).

Jahrgang	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Durchschnittsnote alte Prüfungsordnung	2,65	2,69	2,72	2,55	2,53	2,47	2,47
neue Prüfungsordnung	–	–	–	–	–	2,1	2,2

Tabelle 2.4: Abschluss im Studiengang Betriebswirtschaftslehre

Über das von unserem Institut angebotene Lehrprogramm in den zwei Semestern des Jahres 2003 informiert der im Anhang A beigefügte Auszug aus den Vorlesungsverzeichnissen.

2.3 Internationaler Studierendenaustausch

Die Institute für Betriebswirtschaftslehre pflegen einen regen Studierendenaustausch mit 29 ausländischen Universitäten (vgl. Tabelle 2.5). Sämtliche Europäischen Partnerhochschulen sind in das Sokrates-Austauschprogramm integriert. Im Jahr 2003 konnte das Austauschprogramm um die Universität Cadiz (Spanien) erweitert werden. Im Berichtsjahr übernahm neben Prof. Dr. Joachim Wolf Frau Dipl.-Kffr. Maria Kaya die Verantwortung für die Austauschbeziehungen des Institutes für Betriebswirtschaftslehre.

Im aktuellen Austauschjahr ist die Anzahl der austauschbereiten deutschen Studierenden im Vergleich zum Vorjahr um 22,2 % gestiegen. Insgesamt 33 Studierende studieren im Rahmen des Sokrates-Programms an europäischen Universitäten. Obwohl nur 4,1 % (852/20.194 Studierende im WS 03/04) der Studierenden an der CAU für BWL eingeschrieben sind, stellt das Institut für Betriebswirtschaftslehre 18 % aller Studierenden, die über das Sokratesprogramm ins Ausland gehen.

Der Anstieg der Zahl unserer Studierenden, die im Ausland studieren, lässt sich einerseits durch die neue Studienordnung erklären, die den Studierenden ermöglicht, im Ausland erworbene Leistungsnachweise in ihr Kieler Examen einzubringen; andererseits hatte die Entscheidung, den Bewerbungsschluss in das Semester anstelle auf den ersten Semester-tag zu legen, Erfolg. Dennoch war das Kontingent noch nicht ausgeschöpft. Unter den Studierenden, die aus dem Ausland zu uns kamen, wurde einer durch das Stipendium der Stadt Kiel unterstützt.

Der Internetauftritt zum Sokrates-Programm ist weiter ausgebaut worden. Er wird von den Studierenden sehr gut angenommen. Unter der Adresse www.bwl.uni-kiel.de/bwlinstitute/Sokrates/ können sich die Studierenden umfassend über die Möglichkeiten zum internationalen Studierendenaustausch informieren.

Mit den Universitäten Tilburg (NL) und Rennes (F) konnten Vereinbarung über die Vergabe von Doppel-Diplomen abgeschlossen werden. Die ersten Anfragen von Studierenden liegen bereits vor.

Im Rahmen der Kiel Summer School (KiSS) bieten die betriebswirtschaftlichen Fachkollegen englischsprachige Lehrveranstaltungen an. Ausländischen Gaststudierenden wird hierdurch das Studium an der Christian-Albrechts-Universität erheblich erleichtert; den deutschen Studierenden wird es möglich, sich in die in der Wirtschaftswelt zunehmend dominierende englische Fachsprache einzuhören bzw. einzudenken.

Partnerhochschulen	01/02		02/03		03/04	
	In	Out	In	Out	In	Out
ICEHEC Bruxelles (B)	1		2		2	1
Katholieke Universiteit Leuven (B)						
Copenhagen Business School (DK)	3	2		2		3
Syddansk Universitet (DK)			1			
Universidad de Alcalá de Henares (E)		1		2		3
Universidad de Cádiz (E)						2
Universidad Autónoma de Madrid (E)		2		2	1	3
Groupe ESC Bretagne (F)						
Université Jean Moulin, Lyon III (F)		1				2
University of Rennes I (F)			2			
Università degli studi di Catania (I)				1		
Università degli studi di Torino (Faculty of Economics) (I)					3	2
Università degli studi di Torino (School for International Trade) (I)					1	
Norges Handelshyskole (N)		1		2		6
Norwegian School of Management (N)				4		
Technische Universiteit Eindhoven (NL)		1				
Erasmus Universiteit Rotterdam (NL)	1	2				1
Katholieke Universiteit Brabant (NL)		1		1		
Universidade Nova Economia (P)		1		1		1
Warsaw School of Economics (PL)	4	2	5		3	
Wyzyza Szkola Humanistczno-Ekonomiczna (PL)			1		1	
Göteborg University (S)	1	5		4		3
Lunds Universitet (S)				4		5
Vaasan Yliopisto – University of Vaasa (FIN)			1		1	
Helsinki School of Economics and Business Administration (FIN)	5	2		1	2	
The University of Warwick (UK)		2		2	2	2
University of Keele (UK)		1	1	1		1
Summe	15	25	13	27	16	35

Tabelle 2.5: Partnerhochschulen und Studierendenaustausch

2.4 Ausgewählte Diplomarbeiten

Absatzwirtschaft

- *Aßmus, C.*, Die Analyse von Preis- und Verkaufsförderungsaktionen auf Konsumgütermärkten
- *Dischinger, N.*, Theoretische und empirische Analysen zu den Wirkungen von Produktvielfalt auf Wettbewerb und Profitabilität
- *Eschen, H.*, Image-Analyse zum Kieler Textil-Einzelhandel
- *Kühn, H.-Chr.*, Preiswettbewerb im Absatzkanal – Anwendung quantitativer Ansätze der neueren Industrie Organisation-Forschung auf Konsumgütermärkte
- *Tran, Q. S.*, Die Messung der Werbewirkung auf Konsumgütermärkten

Controlling

- *Wedig, J.*, Wirtschaftlichkeitsanalyse in Non-Profit-Organisationen am Beispiel des Sportzentrums der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel
- *Dorau, S.*, Kritische Analyse des Beyond Budgeting
- *Knaack, V. J.*, Entwurf eines Konzeptes für ein Benchmarking der Katalogkosten in der Otto Gruppe

Finanzwirtschaft

- *Meincke, S.*, Gründe für den Handel mit Optionen
- *Jordt, C.*, Optimaler Ersatzzeitpunkt und optimale Nutzungsdauer langlebiger Konsumgüter
- *Savitskaya, N.*, Credit Pricing
- *Cui, C.*, Die Diskussion um den individualistischen Ansatz in der Unternehmensbewertung

Innovation, Neue Medien und Marketing

- *Dau, S. M.*, Modellierung der Einflussfaktoren auf den Erfolg von Kinofilmen in den USA und in Deutschland – Eine kausalanalytische Betrachtung des Kinojahres 2001
- *Himme, A.*, Wer sind die wirklichen Gewinner: Pioniere, Frühe Folger oder Späte Folger?
- *Huber, Y.*, Erfolgsfaktoren von Spielfilmen – Eine empirische Analyse des Kinojahres 2000
- *Van de Bergh, J.*, Preisdifferenzierung bei Privatgirokonten

Organisation

- *Beese, B.*, Erarbeitung einer neuen Organisationsstruktur für ein innovatives Finanzdienstleistungsunternehmen – dargestellt am Beispiel der Domcura AG
- *Philipp, A.*, Entwurf und Implementation eines an der Balanced Scorecard ausgerichteten Führungs- und Leistungsbeurteilungssystems
- *Rohrlack, Chr.*, Merkmale von Führungskräften und Unternehmenserfolg – dargestellt am Beispiel der Trainer der Fußballbundesliga

Produktion und Logistik

- *Hegener, A.*, Gewinnerbestimmung in kombinatorischen Auktionen: Graphentheoretische Verfahren

Rechnungswesen

- *Dauster, S.*, Der Grundsatz der Stetigkeit nach deutscher und internationaler Rechnungslegung
- *Zander, T.*, Sonderprüfung wegen unzulässiger Unterbewertung (§§ 258 ff. AktG) – Wesen und Funktion

2.5 Graduierten- und Doktorandenstudium

Seit Oktober 1999 wird das Graduiertenkolleg „Betriebswirtschaftliche Aspekte loser 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 Habilitationstipendium zur Verfügung. Gegenwärtig arbeitet das Graduiertenkolleg mit voller Zahl von 13 Stipendiaten und weiteren 12 nicht finanziell geförderten Kollegiaten. Das Graduiertenkolleg wurde nach einer ersten Bewilligungsphase von drei Jahren um weitere 3 Jahre bis zum 30.09.2005 mit einem finanziellen Förderungsvolumen von etwa 800.000 Euro von der Deutschen Forschungsgemeinschaft verlängert. Der Name des Graduiertenkollegs wurde in „Betriebswirtschaftliche Aspekte loser gekoppelter Systeme und Electronic Business“ umbenannt.

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 über elektronische Medien unabhängig vom geographischen Standort erleichtern, dass Spezialisten, die eine Aktivität als Kernkompetenz besonders gut beherrschen, in lose gekoppelten Systemen oder Netzwerken zusammenarbeiten.

Das Graduiertenkolleg wendet sich an Absolventen aller Studiengänge, die betriebswirtschaftlichen Fragen loser 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.

Name	Thema	Betreuer
Adzic, Mihael	Matrixstrukturen in multinationalen Unternehmen	Wolf
Borchardt, Andreas	Koordinationsinstrumente für die Begründung und Erhaltung lose gekoppelter Systeme	Endruweit
Christophersen, Timo	Weiterentwicklung eines Fragebogens zur nutzerseitigen Erfassung der Usability von Online-Shops und Validierung eines Modells zur Vorhersage der Online-Kaufintention	Konradt
Clasen, Michael	Digitale Marktveranstaltungen in der Agrar- und Ernährungswirtschaft	Müller
Dr. Clement, Michel	Medien-Management (Postdoktorandenstipendium)	Albers
Geister, Susanne	Entwicklung und Evaluation eines Online-Feedbacksystems für virtuelle Teams	Konradt
Göthlich, Stephan E.	Strategie und Steuerung lose gekoppelter Systeme im Zeitalter des Electronic Business	Friedl
Jochims, Heike	Erfolgsfaktoren von Online-Marketing-Kooperationen	Albers
Kuhlmann, Jan	Der Einfluss von lose gekoppelten persönlichen Netzwerken auf den Diffusionsprozess am Beispiel von medizinisch-technischen Innovationen	Albers
Lehmann, Katrin	Entwicklung und Validierung eines Online-Verfahrens zur Auswahl und Platzierung von Mitarbeitern virtueller Teams	Konradt
Dr. Orlikowski, Borris	Motivation und Leistung in selbststeuernden virtuellen Teams (Postdoktorandenstipendium)	Konradt
Panten, Gregor	Erfolgsfaktoren des kommerziellen Community Building im Internet	Albers
Rohn, Anne	Erklärungsgrößen und Gestaltungsformen multi-kultureller Arbeitsgruppen	Wolf
Sörensen, Christian	Die Wirkung von Anreiz- und Motivationssystemen in virtuellen Teams	Albers
Temme, Jarg	Macht und Machtdynamiken in lose gekoppelten Systemen am Beispiel von Konsumgütern	Klapper
Thies, Silvia	Lose gekoppelte Systeme auf dem Gebiet der Content Syndication	Albers
Walter, Sascha G.	Netzwerke bei Unternehmensgründungen im Bereich des Electronic Business: Struktur, Evolution und Erfolgsrelevanz	Kollmann

Tabelle 2.6: Forschungsprojekte von Stipendiaten

Name	Thema	Betreuer
Barrot, Christian	Wirkungen von Word-of-Mouth und Netzeffekten bei der Marktdurchdringung von Telekommunikationsdienstleistungen	Albers
Bartels, Jörn	Treiber des Customer Lifetime Value	Albers
Becker, Jan Ullrich	Analyse der Anreizstruktur der Nutzer von Peer-to-Peer-Netzwerken	Albers
Garczorz, Ingo	Nutzungsverhalten von Online-Banking-Kunden	Albers
Grape, Christian	Bewältigung schwerer Unternehmenskrisen durch geeignete Sanierungsmaßnahmen	Wolf
Greve, Götz	Erfolgsfaktoren des Customer Relationship Management	Albers
Günter, Tobias Maria	Modellierung der ökonomischen Werbewirkung	Klapper
Horenburger, Markus	Strategische Marketing-Planung für Neue Medien	Albers
Ratschow, Olaf	Kooperatives Industriegütermarketing mit interaktiven Medien	Albers
Riesenhuber, Felix	Ausgründungen aus Universitäten	Walter
Schäfers, Björn	Preisgebote im Internet als Maße für individuelle Zahlungsbereitschaften	Albers
Schlichthorst, Marisa	Analyse dynamischer Werbewirkung - Ein Instrument zur Auswertung von Werbe-Tracking-Daten	Klapper
Söhnchen, Florian	Projekt Akquisition und Sales Force Management	Albers
Waldtmann, Stefan	Der Einfluss von Sicherheit auf die Akzeptanz des Internet	Albers

Tabelle 2.7: Forschungsprojekte weiterer Kollegiaten

2.6 Lehrtätigkeiten der Honorarprofessoren

- SS 2003: *Prof. Dr. Hans Heinrich Driftmann*, geschäftsführender Gesellschafter der Peter Kölln KGaA sowie Präsident der Unternehmensverbände in Hamburg und Schleswig-Holstein, „Unternehmenspolitik“.

2.7 Exkursionen und Recruiting-Veranstaltungen

- 30 Studierende und Doktoranden vom Lehrstuhl für Innovation, Neue Medien und Marketing waren auf Einladung der Boston Consulting Group am 11.04.2003 zu einem BCG-Insight-Abend nach Hamburg eingeladen. Dort hat Dr. Hubertus Meinicke über seine Arbeit über Strategien zur Verstärkung der Marken in der Automobilindustrie vorgetragen. Außerdem konnten sich alle Teilnehmer über die Arbeit in einer Strategieberatung informieren.
- Am 20.05.2003 wurde eine Exkursion mit Mitarbeitern und Studierenden des Lehrstuhls für Organisation zu der Peter Kölln KGaA, Elmshorn, unternommen.

- Am 27.05.2003 wurde im Rahmen einer Rekrutierungs-Veranstaltung der McKinsey & Company Beratungsgesellschaft das Instrument „McKinsey-BrandMatics(R): Aufbau, Messung und Management starker Marken“ vorgestellt.
- Mitarbeiter und Studierende des Hauptseminars zur Speziellen Betriebswirtschaftslehre „Controlling“ im Sommersemester 2003 nahmen am 19. Juni 2003 an einer Exkursion zum OTTO Versand (Beteiligungscontrolling) teil.
- Mitarbeiter und Studierende des Hauptseminars zur Speziellen Betriebswirtschaftslehre „Controlling“ im Wintersemester 2003/04 nahmen am 11. November 2003 an einer Exkursion zum OTTO Versand (Investitionscontrolling) teil.

2.8 Sonstiges

- *Dr. Michel Clement* war im September und Oktober 2003 als Visiting Scholar am eBusiness Research Center der Penn State University, Smeal College of Business Administration.
- *Dr. Marc Fischer* ist seit September 2003 als Visiting Scholar an der University of California at Los Angeles, The Anderson School.

Kapitel 3

Forschungsprojekte

3.1 Lehrstuhl für Absatzwirtschaft

Berichtersteller: *Prof. Dr. Daniel Klapper*

Arbeitsgebiet 1: Wettbewerbsverhalten im LEH

Im Zentrum dieses Forschungsprojektes steht die Forschungsfrage, welchen Einfluss Handelscharakteristiken auf das Wettbewerbsverhalten (insbesondere das Preissetzungsverhalten) von Herstellern, die beim Verkauf ihrer Produkte auf den Handel als Absatzmittel angewiesen sind, haben. Diese Forschungsfrage ist aus mehreren Gründen interessant:

1. Der Handel, speziell der Lebensmitteleinzelhandel, ist durch starke Konzentrationsprozesse gekennzeichnet, die Rückwirkungen auf das Wettbewerbsverhalten und die Gewinnsituation der Hersteller haben können.
2. Der Markteintritt in neue Märkte oder neue Marktsegmente setzt die Kenntnis der dort herrschenden Wettbewerbsbedingungen und der Ursachen von Änderungen im Wettbewerbsverhalten von Marktakteuren voraus.
3. Hersteller, die eine Global-Branding-Strategie verfolgen und in diesem Zusammenhang ihre etablierten Marken in neue internationale Märkte einführen, sollten die dort herrschenden Wettbewerbsbedingungen kennen.

Darüber hinaus liegen noch keine gesicherten Erkenntnisse zu den allgemeinen Wettbewerbsinteraktionen von Herstellern und Händlern vor (siehe auch Arbeitsgebiet 2).

Ziel dieses Arbeitsgebiets ist es, ein Instrumentarium zu entwickeln, das die Wirkung von Handelscharakteristiken auf das Wettbewerbsverhalten (speziell von Herstellern) ermittelt. Dieses Instrumentarium soll ein theoretisches Fundament haben. Wir greifen deshalb auf neuste Forschungsarbeiten der Industrieorganisation zurück. Die Methodik basiert auf strukturellen Mehrgleichungsmodellen, in denen die Parameter sowohl von Angebots- als auch Nachfragefunktionen der Hersteller und Händler geschätzt werden. Dieses Vorgehen ermöglicht es, die Wirkungen der interessierenden Charakteristiken auf das Wettbewerbsverhalten zu identifizieren und zu bewerten.

Die Arbeiten in diesem Forschungsgebiet entstehen in Kooperation mit Professor Draganska von der Stanford University. Während eines Forschungsaufenthaltes im September 2003 an der Stanford University haben wir den Grundstein für ein Arbeitspapier gelegt, das im Frühjahr 2004 in den Begutachtungsprozess einer international renommierten Zeitschrift gegeben wird.

Arbeitsgebiet 2: Retail Power

In diesem Forschungsgebiet werden die Machtverhältnisse und Machtveränderungen zwischen Herstellern und Einzelhändlern im Absatzkanal von Gütern des täglichen Bedarfs untersucht. Aktuelle Forschungen in der Marketingwissenschaft weisen auf eine gestiegene Händlermacht zu Lasten der Hersteller in Konsumgütermärkten hin. Kontinuierlich wachsende Marktanteile von Handelsmarken in fast allen Warengruppen des täglichen Bedarfs in der letzten Dekade werden als Beleg hierfür angesehen. Die Ursachen für die angesprochene Machtverschiebung mögen zum einen in der zunehmenden Konzentration auf Seiten des Handels zu sehen sein. Zum anderen hat der Einsatz der Scanner-Technologie im Handel, dessen Informationsbasis entscheidend verbessert und z.B. Aufschluss über das Kaufverhalten der Konsumenten, über Treue der Kunden gegenüber Handelsmarken, über die Kundenbedürfnisse und über die Wirksamkeit von Bonussystemen gegeben. Diese Entwicklungstendenzen dürften die Machtposition strategisch handelnder Händler zu Lasten der Hersteller gestärkt haben.

Die Machtverhältnisse und Machtveränderungen im Absatzkanal von Konsumgütern werden in diesem Forschungsgebiet auf Grundlage von Mehrgleichungsstrukturmodellen untersucht. Macht wird als die Einflussnahme auf Entscheidungsvariablen, wie z.B. Preise, Werbemaßnahmen u.a., verstanden. Geschätzt werden Angebots- und Nachfragefunktionen der Hersteller und Händler. Dieses Vorgehen ermöglicht eine explizite Berücksichtigung der strategischen Interaktionen zwischen den Mitgliedern im Absatzkanal. Wird diese Interaktion in ihrem gleichgewichtigen Zustand durch ein Nash-Gleichgewicht beschrieben, werden die Preise der Konkurrenten bei der Preissetzung als gegeben angesehen. D.h. es findet keine Beeinflussung durch das Preissetzungsverhalten der Konkurrenz statt. Kommt es allerdings zu beobachteten Abweichungen dieser gleichgewichtigen Preise, liegt eine Beeinflussung durch Konkurrenten vor. In diesem Fall existieren Machtbeziehungen. Betrachtet man diese Machtbeziehungen über einen längeren Zeitraum, lassen sich Machtverschiebungen identifizieren. Unsere Zielsetzung ist es, zu untersuchen, ob und in welchen Märkten (Produktkategorien) sich Machtverschiebungen zwischen Herstellern und Absatzmittlern empirisch nachweisen lassen und welche Faktoren ursächlich sind für diese Veränderung. In einem weiteren Schritt sollen Strategien für Hersteller entwickelt werden, mit denen Hersteller, speziell von Konsumgütern, einer Machtverschiebung entgegenwirken können.

Arbeitsgebiet 3: Quantifizierung der dynamischen Werbewirkung

Konsumgüterhersteller investieren jährlich einen Großteil ihres Marketingbudgets in die Werbung. Die effiziente Aufteilung des Werbebudgets auf verschiedene Medien, wie z.B. TV-, Radio-, Printmedien, setzt das Wissen über die Wirkung der Werbung voraus. Die ökonomische Werbewirkungsforschung hat daher zum Ziel, die kausale Wirkung von Werbung auf den Absatz zu quantifizieren. Die dynamische Wirkung der Werbung kann mit

Hilfe ökonometrischer Zeitreihenmodelle abgebildet werden. Besonders geeignet dafür sind Vektor-Autoregressive-Modelle (VAR-Modelle), da diese eine Vielzahl dynamischer Interaktionen sehr gut berücksichtigen. Die Potenziale dieser neueren Methoden der Zeitreihenanalyse werden im Marketing noch unzureichend ausgeschöpft, insbesondere wenn es um die Bestimmung periodenübergreifender Wirkung (Carry-over-Effekte) und produktübergreifender Wirkung (Spill-over-Effekte) der Werbung geht. Es ist das Ziel dieses Arbeitsgebietes diese neueren Techniken auf Fragestellungen der dynamischen Werbewirkungsanalyse anwendbar zu machen.

Für dieses Projekt stehen wöchentliche Einkaufsstättenpaneldaten der IRI über Absatzmengen, Preise, Werbemaßnahmen (Promotion und TV-Werbung) von verschiedenen Marken eines Konsumgütermarktes über einen Zeitraum von drei Jahren zur Verfügung. Erste Zeitreihenanalysen bestätigen, dass es sich bei dem betrachteten Markt um einen stagnierenden Markt handelt, bei dem Marktanteilsgewinne nur zu Lasten anderer Marktteilnehmer möglich sind. Des Weiteren können positive kontemporäre und periodenübergreifende Wirkungen der Werbung nachgewiesen werden. In einem nächsten Schritt soll u.a. untersucht werden, inwiefern die Einführung neuer Produkte derselben Markenfamilie von vergangener Werbung profitieren kann.

3.2 Lehrstuhl für Controlling

Berichterstatter: *Prof. Dr. Birgit Friedl*

Arbeitsgebiet 1: Controlling in Unternehmungsnetzwerken

Eine jüngere Entwicklung auf dem Gebiet des Controlling ist das Netzwerkcontrolling. Ein Unternehmungsnetzwerk ist eine Kooperationsform, d.h. eine spezifische Form der Zusammenarbeit selbständiger Unternehmungen. Es wird als eine Form der Organisation ökonomischer Aktivitäten verstanden, die zwischen dem Markt und der Hierarchie, d.h. der Unternehmung, positioniert ist und damit marktliche und hierarchische Elemente vereint. Unter dem Controlling in Unternehmungsnetzwerken wird die Unterstützung des Netzwerkmanagements verstanden, d.h. der zielorientierten Gestaltung und Steuerung unternehmungsübergreifender Aktivitäten. Je nachdem, welche Controllingkonzeption zugrunde gelegt wird, bildet die Informationsversorgung des Netzwerkmanagements, seine Befähigung zur unternehmungsübergreifenden Koordination von Ausführungsaktivitäten oder die Sicherstellung seiner Rationalität den Gegenstand dieser Unterstützungsfunktion. Wird von der in Kiel entwickelten entscheidungsorientierten Controllingkonzeption ausgegangen, ist die unternehmungsübergreifende Koordination von Entscheidungen über Vorgaben für die Träger von Ausführungsaktivitäten im Unternehmungsnetzwerk der Gegenstand dieser Unterstützungsfunktion. Es sind bereits mehrere Beiträge zur Koordination in Unternehmungsnetzwerken erschienen. In diesen Beiträgen wird nicht auf die Interdependenzen zwischen verschiedenen Netzwerkpartnern eingegangen, die einen unternehmungsübergreifenden Koordinationsbedarf begründen, der über den bei rein marktlichen Lieferbeziehungen hinausgeht, d.h. bei wechselnden Lieferbeziehungen auf der Basis kurzfristiger Aufträge. Vor diesem Hintergrund verlangt die Entwicklung eines Controlling für Unternehmungsnetzwerke auf der Basis der entscheidungsorientierten Konzeption

zunächst die Auseinandersetzung mit den folgenden Fragen: (1) Gibt es einen Bedarf an unternehmungsübergreifender Koordination von Entscheidungen, der über den bei rein marktlichen Beziehungen hinausgeht? (2) Die Koordination von Entscheidungen über wirtschaftliche Aktivitäten vollzieht sich auf dem Markt über Preise, in Hierarchien dagegen durch Anweisungen gegenüber Mitarbeitern. Kann der Bedarf an unternehmungsübergreifender Koordination von Entscheidungen in Unternehmensnetzwerken durch Konzepte auf der Grundlage rein marktlicher bzw. rein hierarchischer Koordinationsprinzipien gedeckt werden? (3) Welche anderen Konzepte eignen sich zur unternehmungsübergreifenden Entscheidungskoordination? Die Analyse der unternehmungsübergreifenden Interdependenzen und der Koordinationsprinzipien hat ergeben, dass die Herausforderungen eines Netzwerkcontrolling weniger in der Entwicklung neuer Koordinationskonzepte liegen, da die bekannten Konzepte allenfalls anzupassen sind. Das Netzwerkcontrolling hat sich vielmehr mit den Problemen des zwischenbetrieblichen Informationsaustausches zu beschäftigen, der den Einsatz dieser Konzepte erst ermöglicht. Die Ergebnisse der Analyse sind in [20] veröffentlicht worden.

Arbeitsgebiet 2: Kostenmanagement

Kostenmanagement kann verstanden werden als Gesamtheit der Aufgaben zur zielorientierten Gestaltung der Kosten, die durch die Realisation eines geplanten Leistungsprogramms verursacht werden, über die Einflussnahme auf die Produkt-, Programm-, Potential- und Prozessentscheidungen. Die Einflussnahme des Kostenmanagements auf die Maßnahmenentscheidungen vollzieht sich durch die Wahrnehmung sachbezogener und personenbezogener Aufgaben. Zu den sachbezogenen Aufgaben zählen die Planung, Durchsetzung, Kontrolle und Sicherung von kostenzielorientierten Vorgaben für die Potential-, Programm-, Produkt- und Prozessgestaltung. Die personenbezogenen Aufgaben zielen auf die Ausrichtung des Entscheidungsverhaltens auf die verfolgten Kostenziele. In der Literatur werden zur Zeit ausschließlich die instrumentellen Aspekte des Kostenmanagements betrachtet. In diesem Projekt sollen die funktionalen und institutionalen Probleme des Kostenmanagements betrachtet werden. Damit soll eine Basis für eine empirische Untersuchung auf dem Gebiet des Kostenmanagements geschaffen werden.

Arbeitsgebiet 3: Strategie und Steuerung lose gekoppelter Systeme im Zeitalter des Electronic Business

Gegenstand dieses Arbeitsgebietes ist die Erklärung des Zustandekommens von Unternehmensnetzwerken und in der Folge die Ableitung oder Anpassung geeigneter Controllinginstrumente. Trotz einer Fülle von Publikationen zum Oberbegriff „Netzwerk“ fehlt bislang eine Darstellung des Entstehens netzwerkartiger Strukturen zwischen Wirtschaftsunternehmen. In der Folge sind die gegenwärtig vorliegenden wissenschaftlichen Ansätze zu Strategie und Steuerung von Netzwerken fragmentiert oder behandeln Scheinprobleme. Begründungen erfolgen meist ad hoc und nicht theoriegeleitet. Im Berichtszeitraum konnte ein Modell erarbeitet werden, welches das Zustandekommen von netzwerkartigen Verbänden zwischen Unternehmen bei unterschiedlichen Umweltzuständen erklärt [55]. Mit diesem Modell lassen sich eine Vielzahl von Erscheinungen in der Wirtschaftspraxis erklären, zu denen andere theoretische Ansätze nur teilweise oder gar mehrdeutige Aussagen machen können. Das Wissen des Kooperationspartners IBM, der an diesem Projekt

beteiligt ist, ergänzt die Modellinhalte sinnvoll. Gleichzeitig wird über diese Kooperation die Praxisrelevanz gewährleistet, so dass hierüber eine Reihe von Ansätzen für das Controlling und seine Instrumente gewonnen werden kann.

Arbeitsgebiet 4: Erfolgsfaktoren des System Sourcing

System Sourcing stellt eine kooperativ ausgeprägte Beschaffungsstrategie dar, in der wesentliche Prozesse der Leistungserstellung, wie FuE, Produktion, Aggregation und Logistik, auf Lieferanten übertragen werden. Die hohe Bedeutung der Beschaffungsobjekte für die Leistungserstellung des Abnehmers begründet einen zwischenbetrieblichen Koordinationsbedarf. Somit stellt sich die Frage, welche Rahmenbedingungen und Maßnahmen zu einer erfolgreichen System Sourcing-Partnerschaft führen. Auf der Grundlage dreier theoretischer Ansätze konnte ein hypothetisches Kausalmodell gebildet werden, das sich durch eine zweistufige Erfolgsmessung auszeichnet. Im nächsten Schritt wird der empirische Gehalt des Kausalmodells durch eine fragebogengestützte Erhebung analysiert. Das Ziel der Untersuchung liegt in der Bestimmung der wesentlichen Einflussgrößen des Operationsmanagement und Kooperationscontrolling auf den Erfolg der Zusammenarbeit.

3.3 Lehrstuhl für Finanzwirtschaft

Berichterstatter: *Prof. Dr. Peter Nippel*

Arbeitsgebiet 1: Corporate Governance

Corporate Governance bezeichnet die Menge aller rechtlichen und institutionellen Rahmenbedingungen, durch welche direkt oder indirekt Einfluss auf die Unternehmensführung und damit auf den Erfolg der Unternehmung und die Vermögenspositionen der beteiligten Interessengruppen (Stakeholder) genommen wird. Insbesondere wird durch die Ausgestaltung der Corporate Governance auch die Aufteilung von Quasi-Renten, die durch die Einbringung von Ressourcen in die Unternehmung generiert werden, beeinflusst. Zu den (oftmals miteinander verwobenen) Elementen der so verstandenen Corporate Governance zählen vor allem das Rechtssystem, insbes. das Unternehmensrecht mit den Regelungen zur Unternehmenskontrolle, der Kapitalmarkt, die Allokation von Property Rights, eine erfolgsabhängige Entlohnung von Managern, der Manager-Arbeitsmarkt, der Produktmarktwettbewerb und auch sog. Best-Practice-Kodizes. In [33] wird eine theoretisch fundierte Analyse von Corporate Governance unter Effizienzgesichtspunkten geboten.

Arbeitsgebiet 2: Basel II

Die Auswirkungen der in „Basel II“ geforderten Unterlegung von riskanten Krediten mit mehr Eigenkapital seitens einer Bank werden im Marktzusammenhang analysiert. Dabei kann gezeigt werden, dass diese strengere Regulierung auch unter Berücksichtigung von einigen Marktunvollkommenheiten für die Kreditnehmer so gut wie keine Rolle spielen dürfte. Denn durch eine geeignete Gestaltung der ggf. erforderlichen Kapitalerhöhung kann sichergestellt werden, dass die Rendite-Risiko-Position der bisherigen Eigenkapitalgeber der Bank unverändert bleibt. Damit besteht für Banken kein Anlass, allein aufgrund der geforderten höheren Eigenkapitalunterlegung von riskanten Krediten Änderungen im Aktivgeschäft vorzunehmen. Wenn sich in Folge von Basel II die Kredite für riskante

Kreditnehmer verteuern, dürfte das vor allem damit zusammenhängen, dass Risikounterschiede viel mehr Beachtung finden und adäquate Ausfall- und Risikoprämien gefordert werden, wo bisher vielleicht eher auf eine Quersubventionierung von riskanten durch weniger riskante Kredite vertraut wurde. Der Beitrag wurde zu Veröffentlichung in der ZfB angenommen.

Arbeitsgebiet 3: Zuordnung von Stimmrechten zu Cashflow-Ansprüchen

In einer Weiterentwicklung der bereits im letzten Jahresbericht vorgestellten Analyse von Tracking Stocks betrachten wir verschiedene Formen von Vermögensumverteilungen und Wohlfahrtsverlusten, die mit der Abweichung von der One-Share-One-Vote-Struktur einher gehen. Bei der Schaffung von verschiedenen Aktiengattungen durch die Emission von Tracking Stocks besteht das Problem darin, dass diese sich nicht in ihren Stimmrechten, dafür aber in ihren Cashflow-Rechten unterscheiden. Damit resultiert eine Abkehr vom One-Share-One-Vote-Prinzip, die komplementär zu dem in der Literatur bereits behandelten Fall mit der Konzentration von Stimmrechten bei einer Aktiengattung ist. Wir zeigen, dass Vermögensumverteilungen im Rahmen der Zuordnung von Erträgen zu den einzelnen Geschäftseinheiten sowie der Gewinnverwendungspolitik zu erwarten sind. Wohlfahrtsverluste resultieren aus Fehlanreizen bei der Verwendung des Emissionserlöses, der Nutzung des internen Kapitalmarktes der Unternehmung und aufgrund der spezifischen Allokation der Verfügungsrechte. Der Beitrag ist zur Veröffentlichung eingereicht.

Arbeitsgebiet 4: Unternehmensnachfolge im Mittelstand

Im Mittelpunkt des Forschungsprojektes stehen die familienexternen Nachfolgevarianten: Anstellung eines Fremdmanagers, Stiftung und, schwerpunktmäßig, der Management-Buyout/Management-Buyin (MBO/MBI). Beim MBO/MBI wird anhand eines einfachen Modells die typische Situation analysiert, dass eine familienexterne Führungskraft die Nachfolge als Eigentümer und Geschäftsführer im Familienunternehmen antreten möchte. Neben Bewertungs-, Kaufpreisfindungs- und Finanzierungsaspekten stehen die Fragestellungen im Vordergrund, ob eine vorübergehende Zusammenarbeit zwischen dem (auscheidenden) Senior und dem (eintretenden) Nachfolger vorteilhaft ist und welche Art der finanziellen Vertragsgestaltung zu optimalen Anreizen für beide Parteien führt. Zu diesem Zweck werden verschiedene Earn-Out-Konstruktionen betrachtet, die sich u.a. dadurch auszeichnen, dass der Kaufpreis teilweise auf Basis des tatsächlich realisierten Erfolges geleistet wird. Wichtige Ergebnisse sind u.a., dass eine vorübergehende Zusammenarbeit zwischen dem Nachfolger und dem Senior grundsätzlich vorteilhaft ist ([57]). Unter Anreizaspekten kann sowohl durch eine bedingte als auch durch eine unbedingte Earn-Out-Konstruktion nur eine Second-Best-Lösung implementiert werden. Erst wenn zusätzlich ein externer Budget-Breaker (Holmström, 1982) eingeschaltet wird, wird im Gleichgewicht eine First-Best-Lösung erzielt ([58]).

Arbeitsgebiet 5: Zeitfenster bei Kapitalerhöhungen

Im Mittelpunkt des Forschungsprojektes steht die Untersuchung von Zeitfenstern im Börsenzyklus, die bevorzugt für die Durchführung von Kapitalerhöhungen genutzt werden. Diese Analyse erfolgt sowohl empirisch als auch theoretisch. Zunächst wird gezeigt, dass solche Zeitfenster existieren. Insbesondere erfolgt aber eine modelltheoretische Analyse, um den Einfluss des Bewertungsniveaus im Entscheidungskalkül zu erfassen und die stylised facts zu erklären. Auf Basis der Auswertung vorhandener Literatur und eines eigenen Modells werden Hypothesen formuliert und anschließend empirisch getestet.

Arbeitsgebiet 6: Die Auswirkungen von Standortentscheidungen in der Seeschifffahrt auf Rentabilität und Risiko

Im Mittelpunkt des Forschungsprojektes steht die Standortproblematik in der Seeschifffahrt. Aufgrund der sehr strikten Aufgabenteilung beim Betrieb eines Schiffes in eine Eigentümergesellschaft (der Reederei) und dem Vertragsmanagement (dem Bereederer) sowie der zusätzlichen Möglichkeit verschiedener Flaggenführungen ergibt sich eine im Vergleich zu anderen Industrien sehr differenzierte Entscheidungssituation. Diese ist zudem dadurch gekennzeichnet, dass die Seeschifffahrt in den meisten (Steuer-) Rechtssystemen eine Sonderstellung erfährt. Der besonderen Situation der Seeschifffahrt wird Rechnung getragen, indem zunächst eine genaue Analyse der relevanten Gesetzgebung am Beispiel des deutschen, niederländischen und zyprischen Rechts erfolgt. Diese dient dann als Basis für eine Reihe von quantitativen Bewertungen der ökonomischen Vorteilhaftigkeit alternativer Kombinationen von Standortentscheidungen aus der Sicht eines deutschen Investors. Ziel ist es, eine optimale Standortallokation zu bestimmen, welche zudem verschiedene spezifische Bedingungen (Schiffstyp, Marktlage) berücksichtigt.

3.4 Lehrstuhl für Gründungs- und Innovationsmanagement

Berichterstatter: *Prof. Dr. Achim Walter*

Arbeitsgebiet 1: Innovationsnetzwerke und Kooperationen

Eine neue Geschäftspolitik erfasst zunehmend Unternehmen über alle Branchen hinweg. Sie ist gekennzeichnet durch die Reduktion der Wertschöpfungstiefe und die Rückbesinnung auf die dem Unternehmen eigenen Kernkompetenzen. Die organisatorische und die IuK-technische Vernetzung von Unternehmen wurde folglich zum Instrument des Managements. Wir leben nunmehr im Zeitalter der Geschäftsbeziehungen, der Kooperationen, der Netzwerke und der virtuellen Organisationen. Dies gilt auch und gerade für die Entstehung, Entwicklung, Produktion und Vermarktung von Innovationen. Aber – entgegen allen Lippenbekenntnissen – gibt es auch bei der zwischenbetrieblichen Zusammenarbeit ganz erhebliche und empirisch gut belegte Barrieren des Nicht-Voneinander-Wissens, des Nicht-Miteinander-Wollens, –Könnens oder –Dürfens. Daher bildet die Erforschung der Formen, Ursachen und Wirkungen der zwischenbetrieblichen Zusammenarbeit den zentralen Schwerpunkt der Lehrstuhlforschung.

Arbeitsgebiet 2: Technologietransfer

Das wirtschaftliche Umfeld Europas und das der Unternehmen befindet sich in einem dynamischen Veränderungsprozess. Der verstärkte weltweite Wettbewerb, schnelle und existentielle Strukturänderungen, die Sättigung nationaler Märkte, neue Schlüsseltechnologien (Internet, Gentechnik, Nanotechnologie, Robotik) und wachsende Investitionen in Forschung und Entwicklung sowie die immer kürzer werdenden Innovationszyklen und die zunehmende Gesamtkomplexität der Entwicklungen kennzeichnen die Rahmenbedingungen für Unternehmen in den westlichen Industrieländern. Die zügige Übernahme neuer Technologien und deren rasche Umsetzung in marktfähige Innovationen dominieren daher

zunehmend den Wettbewerb und sind Schlüsselfaktoren für die Beherrschung des technologischen Wandels. Dem Technologietransfer kommt hierbei die Aufgabe zu, technologisches Wissen aus öffentlich grundgeförderten Forschungs- und Entwicklungseinrichtungen in die Wirtschaft zur erfolgreichen Anwendung zu bringen. Dort, wo er funktioniert, profitieren beteiligte Unternehmen von marktfähigen Produkt- und Prozesstechnologien, die erheblich dazu beitragen können, Umsätze zu steigern, Kosten zu senken und/oder Arbeitsplätze zu sichern.

Arbeitsgebiet 3: Unternehmerische Exzellenz

Inner- und zwischenbetriebliche Zusammenarbeit mit Innovationspartnern funktionieren dann gut, wenn es gelungen ist, durch erhebliche frühere Anstrengungen und Erfolge eine gute gemeinsame Basis aufzubauen. Aber: Wie kommt es zu guten Beziehungen? Wie werden ganz neue Technologien, die von bisher unbekannten Partnern kommen, erkannt und genutzt? Wie werden neue Kunden und Märkte erschlossen? Wie muss eine Organisation aussehen, die in kurzer Zeit ein rasch wachsendes Geschäft managt und sich am Markt gegenüber wesentlich größeren Wettbewerbern behauptet? Dies sind Fragen des „new business development“, die mit Erkenntnissen und Methoden des Entrepreneurship und des Intrapreneurship beantwortet werden. Aus diesem Grunde bildet die Erforschung der Formen, Ursachen und Wirkungen des Entrepreneurship und des Intrapreneurship den dritten Schwerpunkt des Lehrstuhles. Dessen Erkenntnisse sollen in die zukünftige Ausbildung einfließen. Darüber hinaus soll mit den Untersuchungen in diesem Forschungsfeld die Entwicklung eines umfassenden Modells für die Entstehung erfolgreicher technologieorientierter Unternehmen vorangetrieben werden. Daraus abzuleiten sind praxisnahe Hilfestellungen für die Unternehmensentwicklung in frühen Phasen.

Arbeitsgebiet 4: Hochinnovative Vorhaben

Die Übernahme, Entwicklung und/oder Vermarktung radikaler Neuerungen führt in den betreffenden Unternehmen zu einem fundamentalen Problemfeld. Es folgt aus der Änderungskraft hochinnovativer Vorhaben für nahezu alle Bereiche eines Unternehmens. Um wandlungsfähig und innovativ sein zu können, muss ein Unternehmen eine viel stärker ausgeprägte innere und äußere Kooperation entfalten. Gleichzeitig muss es die Diskrepanz zwischen den formalen Verhaltensweisen der Organisationsmitglieder und Strukturen und den ungeschriebenen Spielregeln durch eine neue Offenheit, Flexibilität und Fehlertoleranz überwinden. Wie aber soll ein unternehmensweiter Lernprozess gestaltet und in Gang gehalten werden? Wie lässt sich der Wandlungs- und Lernbedarf eines Unternehmens im Vorfeld eines innovativen Vorhabens weitgehend zuverlässig bestimmen? Diesen und anderen wichtigen Fragen zu diesem Forschungsfeld wird im Rahmen einer qualitativen und quantitativen Studie nachgegangen.

Arbeitsgebiet 5: Unternehmenskrise und Unternehmenssanierung

Die Relevanz des Realphänomens Unternehmenskrise ist beim Blick in die Tagespresse unübersehbar. Zeitreihen zur Insolvenzhäufigkeit und die damit verbundenen gesamtwirtschaftlichen Schäden bestätigen den ersten Eindruck. Was aus volkswirtschaftlichen Perspektiven als betriebliches Schicksal interpretiert werden kann, ist aus Sicht des betroffenen Unternehmens nicht hinnehmbar. Erfolgreiche Fallbeispiele gelungener Unternehmenssanierungen wie das der „Metallgesellschaft“ haben letztlich auch den Gesetzgeber zur Schaffung von Regelungen veranlasst, die eine Sanierung als gleichberechtigte

Alternative neben die Liquidation insolventer Unternehmen stellt. Im Rahmen des Forschungsprojekts werden solche Sanierungspläne (sog. Insolvenzpläne) durch eine Dokumentanalyse systematisch ausgewertet. Das Hauptaugenmerk liegt dabei auf der Identifikation erfolgreicher Maßnahmenbündel im Sinne von Sanierungsstrategien, die im Zuge der Krisenbewältigung von den betroffenen Unternehmen eingesetzt werden. Das Ziel der Arbeit ist somit die Entwicklung eines geschlossenen Aussagensystems, das erfolgreiche Sanierungsstrategien in ihrem Kontext von Krisenursachen, Sanierungszielen und der Situation des Unternehmens erklären soll. Wegen der Komplexität des Realphänomens und der Begrenztheit vorangegangener wissenschaftlicher Forschungsbemühungen wird ein empirisch qualitativer Forschungsansatz mit Fallstudien gewählt. Das Projekt befindet sich in der Phase der Datenanalyse.

3.5 Lehrstuhl für Innovation, Neue Medien und Marketing

Berichtersteller: *Prof. Dr. Sönke Albers*

Hier werden nur die Arbeitsgebiete zum Marketing dargestellt, die restlichen Arbeitsgebiete finden sich unter dem Institut für Innovationsforschung. Der Berichtersteller hat die 13.–16. Folgelieferung des Loseblattwerks „Verkauf“ [5] herausgegeben. Daraus ist inzwischen eine digitale Fachbibliothek geworden, die unter www.verkauf-aktuell.de abrufbar ist. Zu diesem Loseblattwerk hat der Berichtersteller einen Beitrag zum Thema der Außendienstentlohnung [1] beigesteuert, der darstellt, wie man die richtigen Komponenten miteinander kombiniert. Ebenfalls dieser digitalen Fachbibliothek ist ein Beitrag [22] gewidmet, der die Probleme bei der Implementierung von CRM-Systemen in der Finanzdienstleistungsbranche beleuchtet, die häufig nicht den erwarteten Ertrag erbracht haben. Schließlich werden dort auch Lösungsmöglichkeiten aufgezeigt, mit denen eine höhere Erfolgswahrscheinlichkeit bei der Implementierung von CRM-Systemen erzielt werden kann. Im Bereich des Öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV) ist man als Folge der im Marketing immer wieder als bedeutend herausgestellten Kundenzufriedenheit der Ansicht, dass man herausfinden muss, wie sich die Veränderung der objektiven Angebotsqualität auf die Kundenzufriedenheit auswirkt und welchen Einfluss diese Veränderung wiederum auf die Wahl des ÖPNV relativ zum Auto hat. In einem umfangreichen Projekt bei der Rostocker Straßenbahn AG [2] ist deshalb mit Hilfe nichtlinearer und logistischer Regressionsanalysen statistisch untersucht worden, welche Abhängigkeiten bestehen. Dabei wurde festgestellt, dass von den Zufriedenheiten mit den sogenannten „soft facts“, also der Gestaltung der Haltestellen und Fahrzeuge sowie der Freundlichkeit des Personals, nur sehr geringe Einflüsse ausgehen, während die „hard facts“, also die Fahrzeit, die Erreichbarkeit von Zielen und die Fahrtkosten, die Entscheidung für oder gegen den ÖPNV dominieren. Dabei ist der Einfluss von so genannten Captives herausgerechnet worden, die mangels anderer Alternativen zwangsweise mit dem ÖPNV fahren müssen.

3.6 Lehrstuhl für Organisation

Berichterstatter: *Prof. Dr. Joachim Wolf*

Arbeitsgebiet 1: Strategie und Struktur

In dem Überblicksbeitrag [52] präsentiert und diskutiert Wolf die Schlüsselbefunde der internationalen Strategie–Struktur–Forschung. Es zeigt sich, dass die von der herkömmlichen Strategie–Struktur–Forschung identifizierten Zusammenhangsvermutungen auch heute noch voll gültig sind. Eine hinreichende Erklärung von Organisationsstrukturen setzt jedoch voraus, dass weitere, innovative Strategieelemente in die Analyse einbezogen werden. Deren strukturprägender Einfluss wird in dem Beitrag elaboriert. Überdies wird die Frage der Kausalitätsrichtung zwischen Strategie und Struktur behandelt.

Arbeitsgebiet 2: Management Virtueller Unternehmen

In der Buchpublikation [10] sowie dem Artikel [4] zeigen Albers, Wolf und Teichmann, wie die insbesondere in einer Nutzung von Kernkompetenzen motivierten virtuellen Unternehmen erfolgsgestiftend zu führen und organisieren sind. Anhand von zehn Fallstudien werden die Koordinationsnotwendigkeiten Virtueller Unternehmen untersucht. Es zeigt sich, dass drei Typen existieren, die unterschiedliche Koordinationsprofile erfordern: Der Virtuelle Generalunternehmer benötigt vorwiegend strukturelle Koordinationsinstrumente, das Virtuelle Verteilungsnetzwerk hingegen hauptsächlich technokratische. Bei Virtuellen Unterstützungsnetzwerken liegt der Fokus auf technokratischen und personenorientierten Koordinationsinstrumenten. Diese Basiserkenntnisse werden durch detaillierte Fallstudienberichte ergänzt, die von Teichmann und Borchardt [12] erstellt worden sind.

Arbeitsgebiet 3: Management von Fußballunternehmen

Ein erheblicher Teil der großen, internationalen Fußballvereine werden heutzutage wie Unternehmen geführt. Rohrlack und Teichmann wenden sich in [40] einer strategischen Schlüsselentscheidung derartiger Fußballunternehmen zu: Der kontextgerechten Auswahl von Trainern. Überdies erarbeiten sie einen Ansatz zur Bestimmung der Reputation von Trainern und ermitteln auf dieser Basis die Reputationswerte weithin bekannter Trainer. Eine zeitraumbezogene Reputationsbetrachtung rundet das Bild ab.

Arbeitsgebiet 4: Stärken, Schwächen und Kernkompetenzen der Landeshauptstadt Kiel

Im Beitrag [60] wenden sich Wolf, Nebert und Teichmann auf empirischem Wege folgenden Fragen zu: Welche (potentiellen) Leistungsangebote der Landeshauptstadt Kiel erachten fünf für die Stadt Kiel hoch relevante Zielgruppen (Arbeitnehmer und sonstige Einwohner, Unternehmen, Schüler und Studenten, Touristen sowie Vertreter der öffentlichen Verwaltung) als wichtig bzw. als unwichtig? Wie zufrieden sind die relevanten Zielgruppen mit dem Ausmaß, in dem die (potentiellen) Leistungsangebote in Kiel zur Verfügung stehen? Welche der Leistungsangebote sind als Stärken, als Schwächen oder als Einsparpotentiale (Überangebot) der Landeshauptstadt Kiel zu bezeichnen? Gibt es Leistungsangebote, die in Kiel derzeit stark diskutiert, von den Befragten jedoch weder als wichtig noch als unwichtig erachtet werden (wenig relevanter Graubereich)? Bei welchen als wichtig wahrgenommenen Leistungsangeboten konfliktieren die Interessen der Zielgruppen wenig? Welche

der als wichtig wahrgenommenen Leistungsangebote sollten von der Landeshauptstadt Kiel zu Kernkompetenzbereichen ausgebaut werden? Und welche der fünf Zielgruppen weist den höchsten, welche den geringsten Gesamtzufriedenheitsgrad auf? Kommunalpolitiker sollten die ihnen zur Verfügung stehenden Ressourcen konsequent in dem Bereich jener Leistungsangebote einsetzen, die von der Gesamtheit der Zielgruppen als wichtig erachtet werden. Besondere Priorität sollte dabei den Kernkompetenzbereichen zugebilligt werden.

Wie auch im Vorjahr wurden diese Forschungsaktivitäten durch weitere, auf den Lehrbereich ausgerichtete Publikationen ergänzt.

Arbeitsgebiet 5: Organisationstheorien

In dem im Gabler-Verlag erschienenen Lehrbuch [51] erläutert und diskutiert Wolf die wichtigsten Organisationstheorien. Diese Publikation ist in der Erkenntnis motiviert, dass Wirtschaftswissenschaftler, die in nationalen und internationalen Spitzenzeitschriften publizieren wollen, ihre Untersuchungen auf eine solide Theoriegrundlage stellen müssen. Andernfalls bestehen nur geringe Chancen, die Arbeit zur Veröffentlichung angenommen zu bekommen. Behandelt werden unter anderem die Macht- und Ressourcenabhängigkeitstheorie, der Informationsverarbeitungsansatz, die Neue Institutionenökonomische Theorie, die Evolutionstheorie, die Selbstorganisationstheorie, der institutionalistische Ansatz sowie der ressourcenbasierte Ansatz. Diese Theorien werden insbesondere hinsichtlich ihres Entstehungshintergrunds, ihrer Argumentationsform und inhaltlichen Aussage, möglicher Anwendungsfelder, des zugrunde liegenden Menschenbilds, konzeptioneller Weiterentwicklungen sowie hervorzubringender Einwendungen besprochen. Zuvor wird die Bedeutung von Theorien im Wissenschaftsbetrieb im Allgemeinen sowie in der Organisations-, Management- und Unternehmensführungslehre im Besonderen dargelegt.

3.7 Lehrstuhl für Produktion und Logistik

Berichterstatter: *Prof. Dr. Andreas Drexl*

Im Zentrum der Forschungsaktivitäten des Lehrstuhls stand im abgelaufenen Berichtsjahr die Entwicklung von Modellen und Methoden für unterschiedliche Anwendungsprobleme, vor allem aus den Bereichen Produktion und Logistik:

- In der Produktionsplanung und -steuerung werden im wesentlichen zwei Konzepte unterschieden: Ansätze zur Materialbestandsoptimierung (Produktion auf Lager, erwartungsbezogene Disposition) und Ansätze zur Materialflussoptimierung (Produktion nach Bedarf, kundenauftragsbezogene Disposition). Vor dem Hintergrund der zunehmenden Globalisierung der Märkte (Kostendruck) und der zunehmenden Diversifizierung der Kundenwünsche (Variantenvielfalt) nimmt die Bedeutung der kapitalintensiven lagerorientierten Produktion ab und die Bedeutung der planungsintensiven bedarfsorientierten Produktion zu. Die Konzepte zur Steuerung des Materialflusses kulminieren in der produktionssynchronen Beschaffung (Just-in-Time) und den zugehörigen dezentralen Steuerungsmechanismen (Kanban-Systeme). Die

materialflussorientierten Konzepte sind für die Variantenfließfertigung von herausragender Bedeutung. Die Variantenfließfertigung lässt sich als kundenauftragsorientierte Fertigung mit serieller, taktgebundener Montage kennzeichnen. Aufgrund der zahlreichen Varianten und den starken Schwankungen in der Nachfrage nach den einzelnen Varianten ist die Zusammenfassung gleichartiger Varianten zu Losen nicht vorteilhaft. Exemplarisch seien die Motoren-, die Traktoren- und die PKW-Montage genannt. Die Wirksamkeit der kurzfristigen ('short-term') Steuerungselemente, wie z.B. die Festlegung der Reihenfolge der Bearbeitung der Varianten sowie die Festlegung der Bestellzeitpunkte, der Bestellmengen und der Sicherheitsbestände für Vorprodukte wird schon im Vorfeld durch die mittelfristigen ('long-term') Entscheidungen zur Systemkonfiguration wesentlich beeinflusst: (a) Die klassischen Ansätze zur Systemkonfiguration konzentrieren sich auf die Austaktung der Fließline ('Assembly Line Balancing Problem'), d.h. die Zuweisung von Arbeitsgängen (Teilaufgaben) zu Bandstationen unter Berücksichtigung der technologisch bedingten Reihenfolgebeziehungen. (b) Die neueren Ansätze zur Systemkonfiguration erweitern die klassischen Ansätze um die Auswahl der Ausstattung der Bandstationen ('Assembly System Design Problem'). In [43] werden leistungsfähige Verfahren zur Lösung der mittelfristigen Probleme vom Typ (a) vorgestellt.

- Gegenstand von [18] sind kombinatorische Auktionen und ihren Anwendungen im Umfeld marktbasierter Planung. Es wird gezeigt, dass kombinatorische Auktionen in Verbindung mit dem Vickrey-Clarke-Groves Bepreisungs-Schema alle Anforderungen an eine effiziente Allokation erfüllen — abgesehen von der Forderung nach „einfacher“ Durchführbarkeit. Drei zentrale Durchführbarkeitsprobleme stellen sich wie folgt: (1) Es ist schwierig, die kombinatorischen Präferenzen der Bieter erschöpfend zu ermitteln. (2) Zur Bestimmung der Gewinner ist ein schwieriges kombinatorisches Optimierungsproblem, das sogenannte „Winner Determination Problem“, zu lösen. (3) Dieses Optimierungsproblem muß zur Ermittlung der Vickrey-Clarke-Groves Zahlungen insgesamt $W + 1$ -mal gelöst werden, wobei W der Anzahl der Gewinner (erhalten mindestens ein Güterbündel) entspricht. Primäres Anliegen von [18] ist es, effiziente Verfahren zur Lösung des Winner Determination Problems vorzustellen, und zwar für die Anwendungsdomänen Maschinenbelegungsplanung sowie für die Transportwirtschaft.
- Im Verlauf der letzten Jahre hat der Reformdruck auf die deutschen Hochschulen zugenommen. Ursächlich dafür sind unter anderem die Unterschätzung der Anzahl der Studienanfänger, die nicht marktgerechte Produktion von Universitätsabsolventen sowie die prekäre Finanzlage des Bundes und der Länder. Angesichts dieser schwierigen Situation ist es aus Sicht des Hochschulmanagements unerlässlich, neuen Handlungsspielraum zu gewinnen. Neben der Durchführung von Evaluationen, der Reform der Leitungsstruktur und der Verwendung erfolgsabhängiger Steuerungsmechanismen bietet sich zur Steigerung der Effizienz des „Unternehmens“ Hochschule der Einsatz neuartiger Decision Support Systeme an. In [30] werden Modelle, Methoden sowie ein Decision Support System zur Steigerung der Effizienz der universitären Prüfungsplanung vorgestellt.
- Das Verallgemeinerte Zuordnungsproblem (Generalized Assignment Problem, GAP) besteht darin, Jobs kostenminimal Prozessoren mit beschränkter Kapazität zuzu-

ordnen. Das GAP ist NP-schwer. Es hat vielfältige Anwendungsmöglichkeiten in Logistik und Produktion. Zur Lösung des GAP existieren zahlreiche Verfahren; nach wie vor können jedoch nur kleine „schwierige“ Instanzen in vertretbarer Rechenzeit optimal gelöst werden. In [82] wird gezeigt, dass die Ganzzahligkeitslücke mit einer neuen Klasse von Ungleichungen („Extended Cover Inequalities“) deutlich verkleinert werden kann.

3.8 Lehrstuhl für Rechnungswesen

Berichterstatte: Prof. Dr. Klaus-Rüdiger Veit

Mit In-Kraft-Treten des Wertpapiererwerbs- und Übernahmegesetzes (WpÜG) zu Beginn des Jahres 2002 ist erstmals ein institutioneller Rahmen für Unternehmensübernahmen börsennotierter Gesellschaften geschaffen worden. Gleichzeitig wurde die Möglichkeit eines Ausschlusses von Minderheitsaktionären gesetzlich kodifiziert. Unter Zurückdrängen der grundgesetzlichen Eigentumsrechte an einer Aktiengesellschaft ist in den §§ 327a ff. AktG der Zwangsausschluss von Kleinstaktionären geregelt worden – man spricht vom „Squeeze out“. Das Squeeze out-Verfahren soll es ermöglichen, Hindernisse einer effizienten Unternehmensführung zu beseitigen und eine missbräuchliche Ausnutzung expliziter Minderheitenrechte in den Fällen zu vermeiden, in denen Splitterbeteiligungen einem einzigen Hauptaktionär gegenüberstehen. Untersucht wird aus unternehmerischer Perspektive, ob das Verfahren das der gesetzlichen Regelung zugrunde liegende Ziel zu erreichen erlaubt. Dazu werden insbesondere die Voraussetzungen eines Squeeze out-Verfahrens untersucht und seine Konsequenzen analysiert. Spezieller Untersuchungsaspekt ist der Vergleich des Verfahrens mit anderen Instrumenten zum Ausschluss von Minderheitsaktionären. So werden Eingliederung durch Mehrheitsbeschluss gemäß §§ 320 ff. AktG und übertragende Auflösung gemäß § 179a AktG in der Weise in die Überlegungen einbezogen, dass deren Vor- und Nachteile den Merkmalen des Squeeze out-Verfahrens gegenübergestellt werden.

Vorausgegangene Überlegungen zur Handelsbilanzpolitik sind ergänzt worden um Betrachtungen, welche Kriterien zur Beurteilung bilanzpolitischer Instrumente herangezogen werden sollten [44]. Relevantestes Merkmal ist die Effizienz im Sinne der Primärwirkung bilanzpolitischer Instrumente. Zu berücksichtigen bleibt der Sekundäreffekt, der aus den künftigen Auswirkungen resultiert. Schließlich ist die bilanzpolitische Flexibilität ein bedeutsames Merkmal zur Beurteilung bilanzpolitischer Aktionsparameter in Handelsbilanzen. Zur Verlustanzeigebilanz – als Instrument zur Überprüfung des Tatbestands, ob sich ein Verlust in Höhe der Hälfte des Gezeichneten Kapitals angesammelt hat – ist untersucht worden, welche Stichtage in Betracht kommen und welche Grundsätze hinsichtlich Ansatz und Bewertung zugrunde gelegt werden sollten. Fortgeführt wurden Überlegungen zur Überschuldungsbilanz, begonnen wurde die Entwicklung eines Systems zur Einteilung von Sonderbilanzen.

Abgeschlossen wurde die Untersuchung darüber, inwieweit Bilanzprüfungsausschüsse von Aufsichtsräten die Überwachung von Aktiengesellschaften durch Aufsichtsräte und Abschlussprüfer verbessern können [19] [45]. Ausgangspunkt der Untersuchung war eine Bestandsaufnahme zur Verbreitung von Bilanzprüfungsausschüssen in Deutschland. Dabei ergab sich aus der empirischen Erhebung, dass der Verbreitungsgrad der Ausschüsse gering

ist: Die Vorschläge verschiedener Corporate Governance Kommissionen zur Einrichtung von Bilanzprüfungsausschüssen und die Empfehlungen des Corporate Governance Kodex haben noch keine Resonanz gefunden. In den USA dagegen sind so genannte Audit Committees weit verbreitet, die Committees haben sich als zweckmäßige Organe einer effizienten Unternehmensüberwachung erwiesen. Vor diesem Hintergrund ist es gelungen nachzuweisen, dass Bilanzprüfungsausschüsse, die sich an den US-amerikanischen Audit Committees orientieren, die Wirksamkeit der Überwachung von Unternehmen verbessern können. Überdies wird die Ausgestaltung von Bilanzprüfungsausschüssen in Deutschland eingehend erörtert und die Art der Zusammenarbeit der Ausschüsse mit Abschlussprüfern untersucht. Dazu enthält die Untersuchung konkrete, praxisrelevante Hinweise und Empfehlungen.

3.9 Institut für Innovationsforschung

Berichtersteller: *Prof. Dr. Sönke Albers*

Arbeitsgebiet 1: Produkt- und Innovationsmanagement

Im Wettbewerb mit Musik-Tauschbörsen im Internet, bei denen Content kostenlos herunter geladen werden kann, müssen sich Musik-Labels etwas einfallen lassen, die CD wettbewerbsfähiger zu gestalten. Ein Weg ist die so genannte Enhanced CD, die mit Hintergrund-Material zu dem Künstler und die CD sowie mit Bonusmaterial für die Verwendung im Internet zusätzlich ausgestattet ist. In [16] wird deshalb untersucht, welche Auswirkungen diese bisher wenig genutzten Produktstrategien für die Wettbewerbsfähigkeit haben. In [15] werden die Möglichkeiten eines Digital Rights Management grundsätzlich untersucht, mit dem sich Anbieter von Medien-Inhalten gegen Raubkopien schützen können. Es wird aber deutlich, dass niemals ein vollständig wirksamer Schutz aufgebaut werden kann, weil alle Inhalte irgendwann einmal analog vorliegen und dann mit Hilfe im Web frei verfügbarer Software digitalisiert werden kann. In der Dissertation [38] ist untersucht worden, wie man Produktberatungssysteme im Internet, wie z.B. Active Buyer's Guide, Personallogic oder dooyoo dafür einsetzen kann, die in der Beratung gewonnenen Daten für die Analyse von Präferenzen für Produkteigenschaftsausprägungen zu nutzen. Dabei ist die Güte verschiedener Methoden der Präferenzmessung von den einfachen Self-Explicated Verfahren bis hin zu den Conjoint-Analyse-Verfahren bewertet worden. Als Daten standen die Eingaben aus einer in Zusammenarbeit mit der fluxx.com AG aufgebauten Community hot-linx zur Verfügung. Als Verfahren mit der höchsten Prognosegüte haben sich einfache Verfahren heraus gestellt.

Arbeitsgebiet 2: Electronic Commerce und Neue Medien

Auf der Basis des bereits 2002 erschienenen Buches „Die E-Commerce-Gewinner“, in dem an Hand von Fallstudien demonstriert wird, mit welchen Strategien man im Internet profitabel sein kann, werden in [7], [8] und [9] aus den Fällen diejenigen Erfolgsstrategien abgeleitet und systematisch zusammen gestellt, die allgemein Profitabilität versprechen. In einer anderen Studie ist mit Hilfe einer Befragung [3] von etwa 75 Start-ups und 75 integrierten E-Commerce-Abteilungen etablierter Unternehmen untersucht worden, welche Strategie-Elemente besonders erfolgreich waren und worin sich dabei die beiden

Gruppen der Unternehmen unterscheiden. Dabei wurde deutlich, dass Start-ups insbesondere bei der Erzielung von Umsatz(wachstum) erfolgreich waren, während die integrierten Abteilungen eher Gewinn erreichten. Dazu war vor allem das Angebot unterschiedlicher Erlösquellen von Bedeutung. Im Electronic Business spielen Kooperationen eine große Rolle. Content zu erstellen, ist teuer, weshalb er von Internet-Präsenzen eingekauft wird. Die Vermarktung von Content wird weniger über indirekte Werbung voran getrieben, sondern heute mehr über Vertriebskooperationen, bei denen Kooperationspartner für den erzielten Umsatz mit einer Provision entlohnt werden. In [6] wird untersucht, welche Erscheinungsformen, strategische Bedeutung und Gestaltung bei Online-Marketing-Kooperationen vorliegen. Die Vermarktung über das Internet hat bei vielen Anbietern auch Konflikte mit ihren herkömmlichen Absatzkanälen mit sich gebracht. Diese werden in [14] analysiert. Außerdem werden Lösungen vorgeschlagen, wie man die negativen Wirkungen solcher Channel-Konflikte beherrschbar macht. Große Umwälzungen in strategischer Hinsicht hat der Electronic Commerce durch das Aufkommen von Tauschbörsen, wie z.B. KaZaA, über die Musik und Filme kostenlos getauscht werden können, mit sich gebracht. Während das kostenlose Herunterladen von Files sofort intuitiv einleuchtet, ist das Anbieten von Medien-Dateien unter ökonomischen Gesichtspunkten unklar, da Upload-Kosten entstehen und diese Personen sogar strafrechtliche Konsequenzen befürchten müssen. In [11] wird gezeigt, dass solche Anbieter nicht nur altruistisch, sondern durchaus ökonomisch rational handeln, weil sie antizipieren, dass bei ausschließlicher Freeriding solche Tauschbörsen zusammen brechen. Im Electronic Business ist bisher angenommen worden, dass die Suchkosten nach günstigen Alternativen gering sind. Deshalb ist man davon ausgegangen, dass Dienste wie „Name your Price“ eine große Rolle spielen werden. Dahinter verbergen sich Dienste, bei denen man als Konsument z.B. Fluggesellschaften anbieten kann, dass man zu einem geringen Preis willig ist, ein Ticket zu kaufen. Ist der Flug nicht gut genug ausgelastet, wird die Fluggesellschaft ein solches Angebot des Konsumenten annehmen. Welchen Einfluss dabei Suchkosten auf die Preisbereitschaft haben und wie diese Erkenntnisse für das Angebot individualisierter Preise genutzt werden kann, wird in [41] und [42] analysiert.

Arbeitsgebiet 3: Management Virtueller Unternehmen

Mit der Verbreitung elektronischer Medien hat sich die Möglichkeit zur Gründung von Virtuellen Unternehmen ergeben, die einen Verbund von auf seine Kernkompetenzen spezialisierte Einzelunternehmen darstellen, aber nach außen als einheitlicher Verbund auftreten. Damit ergeben sich insbesondere für kleinere und mittlere Unternehmen (KMU) neue ungeahnte Möglichkeiten. Wenn man die Vorteile Virtueller Unternehmen realisieren will, dann kommt es darauf an, geeignete Management-Konzepte zu entwickeln und anzuwenden, mit denen die im Netzwerkverbund bestehenden Koordinationsprobleme beherrscht werden können. Diese Konzepte in Form von handhabbaren Gestaltungsempfehlungen werden in [4] auf der Basis von zehn Fallstudien abgeleitet, denn nur was sich in der Praxis bewährt hat, kann guten Gewissens als erfolgreiches Management-Konzept empfohlen werden. Neben diesem Beitrag werden die zehn Fallstudien in dem Buch „Management Virtueller Unternehmen“ [10] detailliert dokumentiert, so dass man nicht nur alles nachvollziehen kann, sondern auch einen Eindruck davon bekommt, wie Virtuelle Unternehmen im Tagesgeschäft bei der Umsetzung der Zusammenarbeit vorgehen. Außerdem werden dort im Markt angebotene Software-Lösungen zur Unterstützung der elektronischen Kommunikation und Information hinsichtlich ihrer Eignung verglichen. Damit liegt mit dieser

Sammlung von Beiträgen eine Art Handbuch vor, wie man Virtuelle Unternehmen gestaltet, führt und koordiniert sowie welche Software dafür geeignet ist.

Kapitel 4

Publikationen, Manuskripte und Vorträge

4.1 Publikationen

- [1] Albers, S.: Außendienstentlohnung: Auf die richtigen Komponenten kommt es an, in: S. Albers, V. Haßmann und T. Tomczak (Hrsg.): Verkauf: Kundenmanagement, Vertriebssteuerung, E-Commerce, Loseblattwerk, Digitale Fachbibliothek und Online-Dienst www.verkauf-aktuell.de, Symposium, Düsseldorf 2003, Kapitel 03.14, S. 1–18.
- [2] Albers, S.: Abhängigkeit des Modal-Split im Öffentlichen Personennahverkehr von der Kundenzufriedenheit, in: H. Jahnke und W. Brüggemann (Hrsg.): Betriebswirtschaftslehre und betriebliche Praxis, Gabler Verlag, Wiesbaden 2003, S. 492–511.
- [3] Albers, S.: Relative Advantages of E-Commerce Start-ups Versus Integrated Units of Bricks-and-Mortar Companies, in: G. Fandel (Hrsg.): Managing Enterprises of the New Economy by Modern Concepts of the Theory of the Firm, Springer: Berlin et al. 2003, S. 33–57.
- [4] Albers, S., Bisping, D., Teichmann, K. und Wolf, J.: Management Virtueller Unternehmen, in: S. Albers und J. Wolf (Hrsg.): Management Virtueller Unternehmen, Gabler Verlag, Wiesbaden 2003, S. 3–60.
- [5] Albers, S., Haßmann, V. und Tomczak, T.: (Hrsg.): Verkauf: Kundenmanagement, Vertriebssteuerung, E-Commerce, Loseblattwerk, Digitale Fachbibliothek und Online-Dienst www.verkauf-aktuell.de, Symposium Verlag, Düsseldorf 2003, 13.–16. Folgelieferung.
- [6] Albers, S. und Jochims, H.: Erscheinungsformen, strategische Bedeutung und Gestaltung von Online-Marketing-Kooperationen, in: M. Büttgen und F. Lücke (Hrsg.): Online-Kooperationen. Erfolg im E-Business durch strategische Partnerschaften, Gabler Verlag, Wiesbaden 2003, S. 15–37.

- [7] Albers, S., Panten, G. und Schäfers, B.: Erfolgsfaktoren im Electronic Business: Eine Analyse von Geschäftskonzepten profitabler Dotcoms, in: T. Kollmann (Hrsg.): E-Venture-Management. Neue Perspektiven der Unternehmensgründung in der Net Economy, Gabler: Wiesbaden 2003, 131–147.
- [8] Albers, S., Panten, G. und Schäfers, B.: Erfolgsanalyse im E-Commerce – Erkenntnisse zu Geschäftsmodellen profitabler Internet-Unternehmen, in: B. Wirtz (Hrsg.): Handbuch Medien- und Multimedia-Management, Gabler Verlag, Wiesbaden 2003, 621–641.
- [9] Albers, S., Panten, G. und Schäfers, B.: Erfolgsstrategien von E-Commerce-Gewinnern, in: S. Albers, V. Haßmann und T. Tomczak (Hrsg.): Verkauf: Kundenmanagement, Vertriebssteuerung, E-Commerce, Loseblattwerk und Online-Dienst www.verkauf-aktuell.de, Symposion, Düsseldorf 2003, Kapitel 06.23, 1–23.
- [10] Albers, S. und Wolf, J.: (Hrsg.): Management Virtueller Unternehmen, Gabler, Wiesbaden 2003.
- [11] Becker, J. und Clement, M.: Generation Napster: Das ökonomische Kalkül eines Anbieters von Medien-Dateien bei Filesharing-Diensten, Wirtschaftsinformatik, Jg. 45, Nr. 3 (Sonderheft: Peer-to-Peer (P2P): technologies, architectures and applications), 2003, 261–271.
- [12] Borchardt, A. und Teichmann, K.: Fallstudien zu Virtuellen Unternehmen, in: S. Albers, J. Wolf (Hrsg.): Management Virtueller Unternehmen, Wiesbaden 2003, S. 61–87.
- [13] Boss, A. und Elendner, T.: Steuerreform und Lohnsteueraufkommen in Deutschland — Simulationen auf Basis der Lohnsteuerstatistik, in: Die Weltwirtschaft, Heft 4, 2003, S. 368–387.
- [14] Clement, C., M. und Barrot: Channel-Konflikte beim Vertrieb über das Internet, in: S. Albers, V. Hassmann und T. Tomczak (Hrsg.): Verkauf: Kundenmanagement, Vertriebssteuerung, E-Commerce, Loseblattwerk und Online-Dienst www.verkauf-aktuell.de, Symposion: Düsseldorf 2003, Kapitel 5.13., 1–19.
- [15] Clement, M.: Digital Rights Management – Lessons from Content-for-Free Distribution Channels, in: D. Günnewig, E. Becker, W. Buhse and N. Rump (Eds.), Digital Rights Management – Technological, Economic, Legal and Political Aspects in the European Union Berlin, Heidelberg, New York 2003, 321–333.
- [16] Clement, M., Engh, M. und Thielmann, B.: Innovative Product and Customer Retention Strategies in the Music Business: An Analysis of Santana's Enhanced Album „Shaman“, The International Journal on Media Management, Vol. 5, No. 3, 2003, 189–197.
- [17] Cratzius, M.: Die Einbindung des Absatz- und Produktionsbereichs in Innovationsprozesse, Wiesbaden 2003.
- [18] Elendner, T.: Winner Determination in Combinatorial Auctions: Market-based Scheduling, Dissertation, Universität Kiel 2003.

- [19] Fischbach, D.: Bilanz- und Prüfungsausschüsse – Konsequenzen für Abschlussprüfer, Lohmar-Köln 2003.
- [20] Friedl, B.: Unternehmungsübergreifende Entscheidungskoordination als Problemstellung des Netzwerkcontrolling, in: Beteiligungsmanagement und Beteiligungscontrolling. Ein Handbuch für Beratung und Unternehmenspraxis, hrsg. von Jörn Littkemann und Horst Zündorf, Herne (erscheint demnächst).
- [21] Göthlich, S. E. und Hoefer, B.: Online-Auktionen im Einkauf: ein Gewinn?, in: ZP – Zeitschrift für Planung, Jg. 14 (2003), S. 1–23.
- [22] Greve, G.: Probleme und Lösungsmöglichkeiten bei der Implementierung von CRM-Systemen in der Finanzdienstleistungsbranche, in: S. Albers, V. Hassmann und T. Tomczak (Hrsg.): Verkauf: Kundenmanagement, Vertriebssteuerung, E-Commerce, Loseblattwerk und Online-Dienst www.verkauf-aktuell.de, Symposion: Düsseldorf 2003, 13. Folgelieferung.
- [23] Hauschildt, J.: Zum Stellenwert der empirischen betriebswirtschaftlichen Forschung, in: Empirie und Betriebswirtschaft, Hrsg. M. Schwaiger und D. Harhoff, Stuttgart 2003, S. 3–24.
- [24] Hauschildt, J.: Innovationsmanagement – von der industriellen zur postindustriellen Perspektive, in: Der große BWL-Führer, Hrsg. K. Küting und H.-C. Noack, Frankfurt am Main 2003, S. 33–40.
- [25] Hauschildt, J.: Krise, Krisendiagnose und Krisenmanagement, in: Der große BWL-Führer, Hrsg. K. Küting und H.-C. Noack, Frankfurt am Main 2003, S. 62–68.
- [26] Hauschildt, J.: Krisentypen und Strategie / Crisis Types and Strategy, in: Strategie im Wettbewerb / Strategy for Competition, Hrsg. H. Simon, Frankfurt/M. 2003, S. 176–179.
- [27] Hauschildt, J.: Zu welchem Krisentyp gehört Ihr Unternehmen? Krisendiagnose und Krisenmanagement, in: Wir schaffen das! Der deutsche Mittelstand im Aufbruch, Hrsg. C. Engelhardt, München 2003, S. 195–208.
- [28] Hauschildt, J. und Walther, S.: Erfolgsfaktoren von Innovationen mittelständischer Unternehmen, in: Technologieorientiertes Innovationsmanagement, Hrsg. E.J. Schwarz, Wiesbaden 2003, S. 5–22.
- [29] Houben, E.: Optimale Vertragsgestaltung bei Venture-Capital-Finanzierungen, 2003.
- [30] Juretzka, J., Drexler, A. und Schüpphaus, C.: Ein Decision Support System zur universitären Prüfungsplanung, in: ZfB-Ergänzungsheft 3/2003, S. 117–146.
- [31] Klapper, D.: Analysen zum Wettbewerbsverhalten auf Konsumgütermärkten mit dem Ansatz der New Empirical Industrial Organization-Forschung, in: ZfB Zeitschrift für Betriebswirtschaft, Gabler Verlag, Wiesbaden 2003, S. 521–545.
- [32] Mertens, R.: Varianten der Unternehmensnachfolge im Mittelstand, in: Finanzbetrieb, 5. Jg. 2003, S. 283–289.

- [33] Nippel, P.: Ausfall- und Risikoprämie im Kreditzinssatz, in WiSt (Wirtschaftswissenschaftliches Studium), 32. Jg., 2003, S. 209–214.
- [34] Nippel, P.: Corporate Governance, (Übersichtsaufsatz im Lexikon „Corporate Finance“, hrsg. von Wolfgang Breuer und Thilo Schweizer), 2003, S. 107–110.
- [35] Nippel, P.: 65 Stichworte im Lexikon „Corporate Finance“, hrsg. von Wolfgang Breuer und Thilo Schweizer, 2003.
- [36] Nippel, P. und Streitferdt, F.: Kapital für Arbeit – eine kritische Analyse, in WiSt (Wirtschaftswissenschaftliches Studium), 32. Jg., 2003, S. 39–41.
- [37] Nippel, P. und Streitferdt, F.: Unternehmensbewertung mit dem WACC-Verfahren: Steuern, Wachstum und Teilausschüttung, in: zfbf, 55. Jg. (2003), S. 401–422.
- [38] Paul, C.: Produktberatungssysteme im Internet. Präferenzmessung zur Kaufunterstützung, Deutscher Universitäts-Verlag: Wiesbaden 2003.
- [39] Ritter, T. und Walter, A.: Relationship-Specific Antecedents of Customer Involvement in New Product Development. International Journal of Technology Management, Vol. 26, 2003, 5/6, S. 482–501.
- [40] Rohrlack, C. und Teichmann, K.: Trainerreputation: Welcher Trainer passt zu welchem Club, in: BDFL Journal – Verbandszeitschrift Bund Deutscher Fußball-Lehrer, Nr. 26, S. 40–42.
- [41] Spann, M., Skiera, B. und Schäfers, B.: Measurement of Consumer Search Costs and their use for optimal Discrimination, Proceedings of the 32nd EMAC Conference, Paper Number: 07.09.2003., 21th–23th May 2003, Glasgow.
- [42] Spann, M., Skiera, B. und Schäfers, B.: Measurement of Consumer's Individual Search Costs and their Use for Individualized Pricing, in: F.T. Pillar, R. Reichwald und M. Tseng (eds.): Proceedings of the 2003 World Congress on Mass Customization and Personalization (MCPC 2003), 6.–8. Oktober 2003, München.
- [43] Sprecher, A.: Dynamic search tree decomposition for balancing assembly lines by parallel search, in: International Journal of Production Research, Vol. 41 (2003), S. 1413–1430.
- [44] Veit, K.-R.: Bilanzpolitische Aktionsparameter großer Kapitalgesellschaften, Das Wirtschaftsstudium, 2003, S. 211–220.
- [45] Veit, K.-R.: Zur Verbreitung von Bilanzprüfungsausschüssen in Deutschland, Der Betrieb, 2003, S. 2021–2023.
- [46] Walter, A.: Technologietransfer zwischen Wissenschaft und Wirtschaft. Voraussetzungen für den Erfolg. Deutscher Universitäts-Verlag, Wiesbaden 2003.
- [47] Walter, A.: An Examination of Relationship-Specific Factors Influencing Supplier Involvement in Customer New Product Development. Journal of Business Research, Vol. 56, 2003, 9, S. 721–733.

- [48] Walter, A., Auer, M. und Gemünden, H.: Unternehmerische Aktivitäten im Technologietransfer. Zeitschrift für Betriebswirtschaft, Jg. 73, 2003, S. 679–704.
- [49] Walter, A., Müller, T., Helfert, G. und Ritter, T.: Functions of Industrial Supplier Relationships and their Impact on Relationship Quality. Industrial Marketing Management, Vol. 32, 2003, 2, S. 365–377.
- [50] Walter, A. und Ritter, T.: The Influence of Adaptations, Trust, and Commitment on Value-Creating Functions of Customer Relationships. Journal of Business and Industrial Marketing, Vol. 18, 2003, 4/5, S. 353–733–365.
- [51] Wolf, J.: Organisation, Management, Unternehmensführung – Theorien und Kritik, Wiesbaden 2003.
- [52] Wolf, J.: Strategie und Organisationsstruktur, in: G. Schreyögg, A.v. Werder (Hrsg.), Handwörterbuch Unternehmensführung und Organisation, 4. Aufl., Stuttgart 2003 (im Druck).

4.2 Manuskripte aus den Instituten für Betriebswirtschaftslehre

- [53] Elendner, T.: Scheduling and combinatorial auctions: Lagrangean relaxation-based bounds for the WJISP, Nr. 570.
- [54] Elendner, T. und Femerling, R.: Allocation of in-house services: Experimental comparison of allocation mechanisms, Nr. 577.
- [55] Göthlich, S. E.: From Loosely Coupled Systems to Collaborative Business Ecosystems, Nr. 573.
- [56] Göthlich, S. E.: Fallstudien als Forschungsmethode – Plädoyer für einen Methodenpluralismus in der deutschen betriebswirtschaftlichen Forschung, Nr. 578.
- [57] Mertens, R.: Moral Hazard, Risikoteilung und Earn-Out bei der Unternehmensnachfolge im Mittelstand, Nr. 571.
- [58] Mertens, R.: Der Nachfolge-MBO/MBI mit einem Finanzier als Budget-Breaker, Nr. 575.
- [59] Streitferdt, F.: Unternehmensbewertung mit dem WACC-Verfahren bei konstantem Verschuldungsgrad, Nr. 574.
- [60] Wolf, J., Nebert, F. und Teichmann, K.: Wer will was in Kiel? Stärken, Schwächen und Kernkompetenzen der Landeshauptstadt Kiel, Nr. 576.

4.3 Vorträge

- [61] Albers, S.: Rules for the Allocation of a Marketing-Budget across Products or Segments, Tilburg University, 01.04.2003.
- [62] Albers, S.: Marktdurchsetzung von technologischen Nutzungsinnovationen, Wissenschaftliche Tagung der Joachim-Jungius-Gesellschaft in Kiel, 05.04.2003.
- [63] Albers, S.: Mess- und Auswertungsprobleme in der empirischen Erfolgsfaktorenforschung, Ausschuss für Unternehmenstheorie und -politik, Verein für Socialpolitik, Bendorf, 25.04.2003.
- [64] Albers, S.: Rules for the Near-Optimal Determination of Offer Expenditures, European Marketing Academy, Glasgow, 21.-23.05.2003.
- [65] Albers, S.: Distribution im Zeitalter des Internet, Universität Hamburg, 06.06.2003.
- [66] Albers, S.: Can a Salesperson Be Controlled Like a Profit-Center Manager, Marketing Science Conference, University of Maryland, 12.-15.06.200.
- [67] Albers, S.: Verkaufsmanagement, Universität Münster, 24.07.2003.
- [68] Albers, S.: Retail Site Selection, Wissenschaftliche Hochschule für Unternehmensführung (WHU), Vallendar, 28.07.2003.
- [69] Albers, S.: Marktdurchsetzung von Innovationen, Innovations Campus Lübeck, 12.11.2003.
- [70] Albers, S.: Profitabilität im Electronic Business, Mediadays, Kiel, 28.11.2003.
- [71] Clement, M.: Managing Innovations, Institut für Medien- und Kommunikationsmanagement, Universität St. Gallen, Schweiz, 09.01.2003.
- [72] Clement, M.: Innovationsmanagement in der TV-Industrie, Johann Wolfgang Goethe-Universität, Lehrstuhl für allgemeine BWL, insbesondere eCommerce, Frankfurt am Main, 14.01.2003.
- [73] Clement, M.: Personalisierung von TV-Services, WHU-Koblenz, Lehrstuhl für Marketing, Koblenz, 10.03.2003.
- [74] Clement, M.: Blockbuster oder Megaflop?, Marketing-Club Schleswig-Holstein, Kiel, 17.04.2003.
- [75] Clement, M.: Are Book Reviews Critical?, INFORMS Marketing Science Conference, University of Maryland, College Park, USA, 13.06.2003.
- [76] Clement, M.: The Economic Rationale of Offering Media Files in Peer-to-Peer Networks, Smeal College of Business, Penn State University, University Park, USA, 13.10.2003.
- [77] Clement, M.: Das ökonomische Kalkül von Anbietern in Peer-to-Peer-Netzen, Institut für Wirtschaftsinformatik und Neue Medien, Ludwig-Maximilians-Universität, München, 26.11.2003.

- [78] Clement, M.: Peer-to-Peer-Netzwerke und die Medienindustrie – Is technology killing business?, Mediatage Nord, Kiel, 28.11.2003.
- [79] Drexl, A.: An algorithm for the generalized assignment problem based on agent/job partitioning, University of Twente, 05.03.2003.
- [80] Drexl, A.: Das Verallgemeinerte Zuordnungsproblem: Anwendungsmöglichkeiten und Lösungsverfahren, Universität Siegen, 24.06.2003.
- [81] Drexl, A.: Das Verallgemeinerte Zuordnungsproblem, Universität Osnabrück, 05.12.2003.
- [82] Drexl, A. und Klose, A.: Extended cover inequalities for the generalized assignment problem: An experimental study, ISMP, Kopenhagen, 21.08.2003.
- [83] Elendner, T.: Winner determination in combinatorial auctions: Lagrangean heuristic for a generalization of the WJISP, ISMP, Kopenhagen, 21.08.2003.
- [84] Elendner, T.: Beschaffung von Transportkapazität durch kombinatorische Ausschreibungen, Deutsche Post AG, Bonn, 10.6.2003.
- [85] Elendner, T.: A Lagrangean heuristic for the weighted job interval scheduling problem, Symposium on Operations Research, Heidelberg, 3.9.2003.
- [86] Elendner, T. und Femerling, R.: Auktionen als Koordinationsmechanismus in Dienstleistungsbereichen, Hamburg-Mannheimer, Hamburg, 13.5.2003.
- [87] Fischer, M.: Marketing Performance Management, Forschungsseminar, Universität Frankfurt, 22.07.2003.
- [88] Fischer, M.: How long does a New Product Brand Grow? The Role of Entry Order and Competition, Faculty Seminar Anderson School of Management, University of California at Los Angeles, 03.10.2003.
- [89] Fischer, M., Leeflang, P. und Wittink, D.: Brand Life Cycle Dynamics: Do early entrants have life cycles different from their followers?, Marketing Science Conference 2003, University of Maryland, 12.-15.6.2003.
- [90] Fischer, M. und Mäder, R.: Enhancing Brand Preference Through Sponsorship: A Self-congruity Model, Winter AMA Educators' Conference 2003, Orlando, 14.-17.3.2003.
- [91] Göthlich, S. E.: Keystones: Translating a Metaphor Into Business Strategy, 12th EDAMBA Summer School der European Doctoral Programmes Association in Management and Business Administration, Sorze, Frankreich, 19.-24. Juli 2003.
- [92] Hauschildt, J.: „Not macht erfinderisch – durch Innovationen aus der Krise“, 6. Neujahrsempfang der Lubinus-Akademie Kiel, 18.01.2003.
- [93] Hauschildt, J.: „Erfolgsfaktoren von mittelständischen Unternehmen“, Universität Klagenfurt, 24.01.2003.

- [94] Hauschildt, J.: „Populäre Irrtümer zum Thema Innovation“, Marketing-Club Kiel, 04.03.2003.
- [95] Hauschildt, J.: „Unternehmensanalyse und Rating“, RKW Darmstadt, 03.07.2003.
- [96] Hauschildt, J.: „Widerstand gegen Innovationen und seine Überwindung durch Promotoren“, Lomonosov-Universität Moskau, 10.10.2003.
- [97] Hauschildt, J.: „Innovationsmanagement“, Seminar Wirtschafts-Universität Wien, 07.–14.11.2003.
- [98] Horbach, A., Girlich, E. und Kovalev, M.: On the facets and the diameter of the k -cycle polytope, ISMP, Kopenhagen, 18.08.2003.
- [99] Klapper, D.: „Effects of Product Variety on Competitive Market Conduct and Profitability of Consumer Goods Manufacturers“, Euro Informs Conference, Istanbul, 06.–10.07.2003.
- [100] Klapper, D. und Doganoglu, T.: „Wettbewerb in differenzierten Produktmärkten“, Jahrestagung der wissenschaftlichen Kommission „Marketing“, Berlin, 25.01.2003.
- [101] Klapper, D. und Doganoglu, T.: „Structural Modelling of Price and Non-Price Competition in Consumer Market Goods“, Euro Informs Conference, Istanbul, 06.–10.07.2003.
- [102] Klapper, D. und Draganska, M.: „The Impact of Retail Environment on Competitive Behavior: An Empirical Investigation“, Marketing Science Conference, Maryland-Baltimore, USA, 12.06.–15.06.2003.
- [103] Klapper, D. und Draganska, M.: „Wettbewerb im Absatzkanal von Konsumgütern“, Agrar- und Ernährungsökonomisches Kolloquium, CAU Kiel, 16.12.2003.
- [104] Mertens, R.: Comments on: On the recognition ability of professional traders: Are they better or just more overconfident than lay people? by Thomas Langer, Banken Workshop Universität Münster, 27.6.2003.
- [105] Mertens, R.: Der Nachfolge-MBO/MBI mit einem Budget Breaker, universitätsübergreifendes Doktorandenseminar zur Förderung bankwissenschaftlicher Nachwuchskräfte, Universität Oldenburg, 11.7.2003.
- [106] Nippel, P.: Comments on: Risk, Self Selection, and Advice: Banks versus Venture Capitalists, by Martin D. Dietz. Workshop on „The Future of Venture Capital after the Neuer Markt“, Institut für Weltwirtschaft, 5.6.2003.
- [107] Nippel, P.: Investitionsentscheidungen bei mangelnder Risikoteilung und Diversifikation mit dem Value at Risk als Risikomaß, Universität Leipzig, 27.6.2003.
- [108] Nippel, P.: Comments on: Risk Reporting and Bank Runs, by Susanne Homölle, Banken Workshop Universität Münster, 27.6.2003.
- [109] Rohn, A.: Explaining and Designing Effective Multicultural Workgroups, Conference on International Business, Universität Vaasa, Finnland, 25.08.2003.

- [110] Schmidthals, J.: „Ablauf und Besonderheiten der Gründung einer GmbH“, Technische Fakultät der CAU, Kiel, 09.10.2003.
- [111] Spann, M., Skiera, B. und Schäfers, B.: Measurement of Consumer Search Costs and their use for optimal Discrimination, 32nd EMAC Conference, 21th–23th May, Glasgow.
- [112] Spann, M., Skiera, B. und Schäfers, B.: Measurement of Consumer's Individual Search Costs and their Use for Individualized Pricing, World Congress on Mass Customization and Personalization (MCPC 2003), 6–8. Oktober, München.
- [113] Teichmann, K.: Team Design and Team Performance in Professional Football – Some Evidence from the German „Bundesliga“, 11th European Sport Management Congress, Stockholm, Schweden, 12.09.2003.
- [114] Walter, A.: „Unternehmerisches Handeln durch Projektarbeit fördern. Das Kieler Gründungspraktikum“, KOGGE-Forum an der Fachhochschule Lübeck, Lübeck, 29.10.2003.
- [115] Walter, A.: „Der Einfluss von Unternehmerorientierung und Netzwerkkompetenz auf den Erfolg von Hochschulausgründungen“, KOGGE-Forum am Kieler Innovations- und Technologiezentrum, Kiel, 19.08.2003.
- [116] Walter, A.: „Aktivitäten des Lehrstuhls für Gründungs- und Innovationsmanagement“, Wissenschaftlicher Beirat der Technologie-Stiftung Schleswig-Holstein, Lübeck, 27.11.2003.
- [117] Walter, A.: „Wissensmanagement“, Zentrum für Wissenschaftsmanagement (ZWM) e.V. Speyer, 14.11.2003.
- [118] Walter, A. und Ritter, T.: „The Impact of Network Competence and Entrepreneurial Posture on University Spin-Off Performance“, Industrial Marketing and Purchasing Conference (IMP) 2003, Lugano, Schweiz, 04.–06.09.2003.
- [119] Wolf, J.: Mitarbeit im Auslandseinsatz, Nachtvorlesung an der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel, 20.02.2003.
- [120] Wolf, J.: Was will Kiel – Konzept und Befunde eines Forschungsprojektes, Kieler Nachrichten (mit A. Volquartz), 09.06.2003.
- [121] Wolf, J.: Forschungsleistung und Publikationsverhalten von Betriebswirten im deutschsprachigen Raum – Eine personen-, institutionen- und zeitschriftenbezogene Längsschnittanalyse, Doktorandenseminar des Graduiertenkollegs „Betriebswirtschaftliche Aspekte lose gekoppelter Systeme und Electronic Business“, 14.10.2003.
- [122] Wolf, J.: Strategische und organisatorische Rahmenbedingungen des internationalen Personalmanagements, ESCP-EAP, European School of Management, Berlin, Lehrstuhl für Personalmanagement und Interkulturelle Führung, 01.12.2003.

Kapitel 5

Weitere Aktivitäten

5.1 Akademische Selbstverwaltung

Prof. Dr. S. Albers

- ist Prodekan der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät,
- Sprecher des Graduiertenkollegs „Betriebswirtschaftliche Aspekte lose gekoppelter Systeme und Electronic Business“,
- Mitglied im Zentralen Haushalts- und Planungsausschuss der Universität
- Mitglied im Zentralen Ausschuss zur Erarbeitung eines Vorschlages für die Umsetzung einer leistungsbezogenen Entlohnung der Professoren
- Vorsitzender des Gemeinsamen Ausschusses der Universität Kiel, der Fachhochschule Kiel und der Muthesius Hochschule, Fachhochschule für Kunst und Gestaltung, für den Multimedia Campus Kiel.

Prof. Dr. A. Drexl

- führt die Studienberatung im Studiengang Betriebswirtschaftslehre durch,
- ist Leiter des vom Institut für Betriebswirtschaftslehre für die Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Fakultät betriebenen PC-Labors,
- ist Mitglied des akademischen Senates,
- ist Mitglied des Senats-Ausschusses für Informationsverarbeitung,
- ist Kapazitätsbeauftragter für den Studiengang Betriebswirtschaftslehre.

Prof. Dr. Friedl

- ist Geschäftsführende Direktorin des Instituts für Betriebswirtschaftslehre,
- ist Prüferin der an der Universität angesiedelten Stiftungen,

- war Rechnungsprüferin des Alumni-Kiel e.V.
- ist Mitglied des Zentralen Studiausschusses,
- ist Mitglied des Zentralen Frauenausschusses,
- führte die Studienberatung im Studiengang „Diplom-Handelslehrer bzw. Diplom-Handelslehrerin“ durch (bis 30.09.03),
- ist Mitglied des Prüfungsausschusses der Fakultät,
- ist Mitglied der Auswahlkommission für das Graduiertenkolleg „Lose gekoppelte Systeme und Electronic Business“,
- ist Mitglied des Prüfungsausschusses des Multimedia Campus Kiel.

Prof. Dr. D. Klapper

- ist Mitglied der Kommission zur Verleihung des Fakultätspreises
- ist Mitglied im Ausschuss für Forschung und Wissenstransfer
- ist Mitglied der Berufungskommission zur Besetzung des zukünftigen Instituts für Ökonomie und Soziologie der noch zu errichtenden Bundesforschungsanstalt für Ernährung und Lebensmittel

Prof. Dr. P. Nippel

- ist für die Studienberatung im Studiengang „Diplom-Handelslehrer“ zuständig (seit 1.10.2003)
- ist Mitglied der Senatskommission für die Förderung des wissenschaftlichen und künstlerischen Nachwuchses
- ist Mitglied der Kommission zur Verleihung des Fakultätspreises

Prof. Dr. K.-R. Veit

- ist Mitglied des Konsistoriums
- ist Mitglied der Kommission für Grundsatz- und Hochschulgesetzfragen
- ist stellvertretender Vorsitzender des Prüfungsausschusses der Fakultät
- ist Prüfer für das Korporationsvermögen der Universität
- war Rechnungsprüfer des Alumni-Kiel e.V.

Prof. Dr. A. Walter

- ist Leiter des Studienkollegs Betriebswirtschaftslehre
- ist Mitglied des Prüfungsausschusses für den Studiengang Wirtschaftsingenieurwesen/Elektrotechnik

Prof. Dr. J. Wolf

- war bis 30.09.2003 Geschäftsführender Direktor des Instituts für Betriebswirtschaftslehre,
- ist Sokrates-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 Studienzentrums (DNSZ),
- ist Träger des Graduiertenkollegs „Betriebswirtschaftliche Aspekte lose gekoppelter Systeme und Electronic Business“,
- ist stellvertretender Sprecher dieses Graduiertenkollegs,
- ist Mitglied des Prüfungsausschusses für den Studiengang Wirtschaftsingenieurwesen/Elektrotechnik,
- ist Mitglied der Berufungskommission zur Wiederbesetzung der C4- und der C3-Professur für Soziologie an der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel.

5.2 Weitere Ämter und Funktionen

Prof. Dr. S. Albers

- ist Mitherausgeber der Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung,
- ist Vorsitzender des Aufsichtsrates der bidbizz AG,
- ist vom Minister für Wirtschaft, Technologie und Verkehr zum Mitglied des Technologie- und Innovationsrates Schleswig-Holstein berufen worden,
- gehört dem Editorial Board der Zeitschrift „International Journal of Research in Marketing“ an,
- gehört dem Herausgeberbeirat der Zeitschrift „Marketing – Zeitschrift für Forschung und Praxis“ an,
- gehört dem Beirat des Verbandes der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft an,
- 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

- war Mitglied des Programmkommittes der Tagung „Industrial Engineering and Production Management (IEPM)“ in Porto vom 26.5.–28.5.2003,
- war Mitglied des Programmkommittes der „Multidisciplinary International Conference on Scheduling: Theory and Applications (MISTA)“ in Nottingham vom 12.8.–16.8.2003,
- war Chairman der Sektion Scheduling und Projektmanagement beim Symposium on Operations Research in Heidelberg vom 03.09.–05.09.2003,
- ist Mitglied des Editorial Boards der „Lecture Notes in Economics and Mathematical Systems“,
- ist National Contributing Editor der „International Abstracts in Operational Research (IAOR)“,
- ist Mitglied des Advisory Boards der Zeitschrift „OR Spectrum“,
- ist Associate Editor der Zeitschrift „Journal of Heuristics“,
- ist Gutachter für die Zeitschriften EJOR, IJPE, INFOR, ITOR, Management Science, Operations Research, OR Spectrum, ZfB, ZfbF, u.a.

Prof. Dr. Friedl

- ist Mitglied des gemeinsamen Prüfungsausschusses für Wirtschaftsprüfer der Länder Bremen, Hamburg, Mecklenburg–Vorpommern, Niedersachsen und Schleswig–Holstein,
- ist Mitherausgeberin der Reihe „Grundwissen der Ökonomik. Betriebswirtschaftslehre“ im Verlag Lucius & Lucius,
- ist Gutachterin der Zeitschrift für Planung.

Prof. Dr. Dr. h.c. J. Hauschildt

- ist Mitglied der Joachim Jungius–Gesellschaft der Wissenschaften, Hamburg,
- ist Mitglied der Europäischen Akademie der Wissenschaft und Künste, Salzburg,
- ist Mitglied des wissenschaftlichen Beirats der Technologiestiftung Schleswig–Holstein,
- ist Mitglied des Stiftungsrates der Esche Schümann Commichau–Stiftung, Hamburg,
- ist Mitglied der Mitgliedschaftskommission im Verband der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft e.V.,
- ist Mitglied des Aufsichtsrates der b+m informatik AG, Kiel,

- war Mitglied der Kommission zur Evaluierung des Departements für Betriebswirtschaftslehre der Universität Bern,
- war Mitglied der Berufungskommission für Technologie- und Innovationsmanagement der Universität Graz,
- ist Mitglied der Kommission zur Begutachtung des Programms: „Innovationen in Wirtschaft und Gesellschaft“ der Volkswagen-Stiftung Hannover.

Prof. Dr. D. Klapper

- ist Associate Editor der Zeitschrift „Computational Statistics“
- ist kooperierendes Mitglied des Sonderforschungsbereichs 373 „Quantification and Simulation of Economic Process“ an der Humboldt-Universität zu Berlin. Der SFB 373 ist zum Ende des Jahres 2003 beendet worden.
- ist Gutachter u.a. für die Zeitschrift „International Journal of Research in Marketing“

Prof. Dr. P. Nippel

- war als Gutachter beteiligt an der Auswahl der Vorträge auf der Jahrestagung des Vereins für Socialpolitik 2003 in Zürich
- war als Gutachter Mitglied des Programm-Komitees der 10. Jahrestagung der German Finance Association (DGF) 2003 in Mainz
- war als Gutachter für verschiedene Zeitschriften tätig (insbes. Kredit und Kapital, JoCF, ZfB)
- ist Vorsitzender des Aufsichtsrats der ARIVA.DE AG

Dipl.-Kfm. B. Schäfers

- gehört dem Fachbeirat der STIFTUNG WARENTEST zum Thema „Internet-Auktionen“ an

Prof. Dr. K.-R. Veit

- ist Mitglied des gemeinsamen Prüfungsausschusses für Wirtschaftsprüfer der Länder Bremen, Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen und Schleswig-Holstein
- ist Mitglied einer Kommission für „Eignungsgespräche zum Hochschulzugang für Personen ohne schulische Hochschulzugangsberechtigung“ im Ministerium für Bildung, Wissenschaft, Forschung und Kultur

Prof. Dr. A. Walter

- ist Mitglied im Editorial Board der Jahresschrift „Advances in Business Marketing und Purchasing“, JAI Press Inc. Greenwich, CT, USA,
- ist Gutachter für die Zeitschriften „Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung“, „Management International Review“ und „International Journal of Research in Marketing“,
- ist Mitglied des Beirates der Wirtschaftsförderungsgesellschaft des Kreises Rendsburg-Eckernförde.

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 geschäftsführender Assistenzherausgeber der Zeitschrift „Management International Review“,
- ist Gutachter für verschiedene deutsch- und englischsprachige Fachzeitschriften bzw. berufsständischen Vereinigungen (Academy of Management, Academy of International Business, Carnegie Mellon Stiftung) im Bereich der Organisationslehre (ZFO) und des internationalen Managements,
- war Gutachter im Rahmen von Berufungsverfahren der International University Bremen und der Universitäten Augsburg und Paderborn,
- erbrachte gutachterliche Tätigkeit im Rahmen der Verleihung wissenschaftlicher Preise an verschiedenen deutschen Universitäten.