

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

Working Paper — Digitized Version

Jahresbericht 2006

Manuskripte aus den Instituten für Betriebswirtschaftslehre der Universität Kiel, No. 614

Provided in Cooperation with:

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

Suggested Citation: Christian-Albrechts-Universität zu Kiel, Institut für Betriebswirtschaftslehre (Ed.) (2007) : Jahresbericht 2006, Manuskripte aus den Instituten für Betriebswirtschaftslehre der Universität Kiel, No. 614, Universität Kiel, Institut für Betriebswirtschaftslehre, Kiel

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/177351>

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. 614
Jahresbericht
2006

Februar 2007

Christian–Albrechts–Universität zu Kiel
Institut für Betriebswirtschaftslehre
Olshausenstraße 40, Besucheradresse: Westring 425
24098 Kiel
Tel.: 0431 / 880–3990
Fax: 0431 / 880–3995
<http://www.wiso.uni-kiel.de/bwlinstitute/index.html>

Inhaltsverzeichnis

Vorwort der Institutsleitung	1
1 Struktur und Ausstattung des Instituts	3
1.1 Ausstattung, Personal und Organisation	3
1.2 Drittmittel	3
1.3 PC-Labor	4
1.4 Vorträge an den Instituten für Betriebswirtschaftslehre	4
2 Rufe und Auszeichnungen	7
3 Lehre und Studium	9
3.1 Studierendenzahlen und Studienanfänger	9
3.2 Zwischen- und Diplom-Prüfungen	10
3.3 Internationaler Studierendenaustausch	11
3.4 Ausgewählte Diplomarbeiten	14
3.5 Graduierten- und Doktorandenstudium	15
3.6 Lehrtätigkeiten der Honorarprofessoren	16
3.7 Exkursionen und Recruiting-Veranstaltungen	16
3.8 Sonstiges	17
4 Forschungsprojekte	19
4.1 Lehrstuhl für Absatzwirtschaft	19
4.2 Lehrstuhl für Controlling	22
4.3 Lehrstuhl für Finanzwirtschaft	25
4.4 Lehrstuhl für Gründungs- und Innovationsmanagement	28
4.5 Lehrstuhl für Innovation, Neue Medien und Marketing	31
4.6 Lehrstuhl für Organisation	33
4.7 Lehrstuhl für Produktion und Logistik	34
4.8 Lehrstuhl für Rechnungswesen	36
4.9 Institut für Innovationsforschung	38

5	Publikationen, Manuskripte und Vorträge	39
5.1	Publikationen	39
5.2	Manuskripte aus den Instituten für Betriebswirtschaftslehre	44
5.3	Vorträge	45
6	Weitere Aktivitäten	49
6.1	Akademische Selbstverwaltung	49
6.2	Andere Ämter und Funktionen	51
A	Lehrveranstaltungen	55
A.1	Lehrveranstaltungen im SS 2006	55
A.2	Lehrveranstaltungen im WS 2006/2007	62

Vorwort der Institutsleitung

Dem „Dipl.–Kfm.“ und der „Dipl.–Kffr.“ geht es an den Kragen. Beide akademischen Grade des Studienganges Betriebswirtschaftslehre werden bald verschwunden sein. An ihre Stelle treten im Rahmen eines neuen zweistufigen Systems von Studienabschlüssen „Bachelor of Science“ und „Master of Science“. Der Bachelor–Studiengang – mit einer Regelstudienzeit von sechs Semestern – erlaubt den ersten berufsqualifizierenden Abschluss des wissenschaftlichen Studiums der Betriebswirtschaftslehre. Konzeptionell Neues betrifft die Einführung einer Bachelor–Arbeit und das Angebot von Veranstaltungen wie English Readings, Rhetorik und Verhandlungsführung sowie Unternehmensplanspiel bzw. Business–Plan. Einen weiteren berufsqualifizierenden Abschluss des BWL–Studiums bietet der – im Regelfall viersemestrige – Master–Studiengang. Diesen Studiengang kennzeichnet neben der Master–Arbeit eine Projektarbeit und ein Fallstudienseminar.

In beiden Studiengängen sind Unterrichtssprachen Deutsch und Englisch; Bachelor– und Master–Arbeit können in englischer Sprache verfasst werden. Dadurch soll die Zusammenarbeit mit ausländischen Partneruniversitäten gefördert werden – vor allem in Hinblick auf Doppelabschlüsse. Weitere Ziele bei der Einführung der – einer Akkreditierung durch private Agenturen unterworfenen – Studiengänge bestehen in einer Beschleunigung des Studiums durch obligatorische Studienberatung bei verzögertem Erwerb von Leistungspunkten und in einer Unterrichtung in kleinen Gruppen. Probleme bereitet uns noch die Überprüfung der Studierfähigkeit.

Die Studiengänge zu konzipieren und mit dem Institut für Volkswirtschaftslehre abzustimmen, hat die Institutsarbeit im Jahre 2006 stark geprägt. Unter der Federführung von Frau Friedl sind Prüfungsordnungen und Studienpläne entworfen, beraten und fertig gestellt worden. Gemeinsam haben wir versucht, uns auf die neuen Herausforderungen einzustellen, die mit der Einführung des Bachelor–Studiengangs zum Wintersemester 2007/2008 verbunden sind.

Viel Freude hat uns die 8. Absolvententagung am 16./17.06.2006 in unserem Institut bereitet. Von Seiten der Absolventen wurden Vorträge gehalten zu folgenden Themen: „Die Seeschiffahrt – Triebfeder und Nutznießer der Globalisierung“, „Internationales Konsumgüter–Marketing in Osteuropa“ und „Karriere zwischen Unternehmen und Politik?“. Herr Albers hat über das Thema „Zwischen Wissenschaftlichkeit und Praxistauglichkeit“ referiert. Den Vorträgen folgten intensive und lebhaft Diskussionen. Beim abendlichen Imbiss und Umtrunk herrschte eine anregende und gesellige, auf gegenseitiger Verbundenheit beruhende, Atmosphäre. Unterstützung haben wir bei der Durchführung der Veranstaltung durch die Gesellschaft für Betriebswirtschaft erfahren, der dafür und für sonstige, stetige Förderung unserer Aktivitäten herzlich gedankt sei.

Schließlich möchte die Institutsleitung Dank sagen den wissenschaftlichen Mitarbeitern des Instituts, den Lehrbeauftragten, den Sekretärinnen und den studentischen Hilfskräften. Die Mitarbeiter haben sich engagiert und erfolgreich an der Arbeit des Instituts beteiligt.

Kiel, im Februar 2007

Klaus–Rüdiger Veit

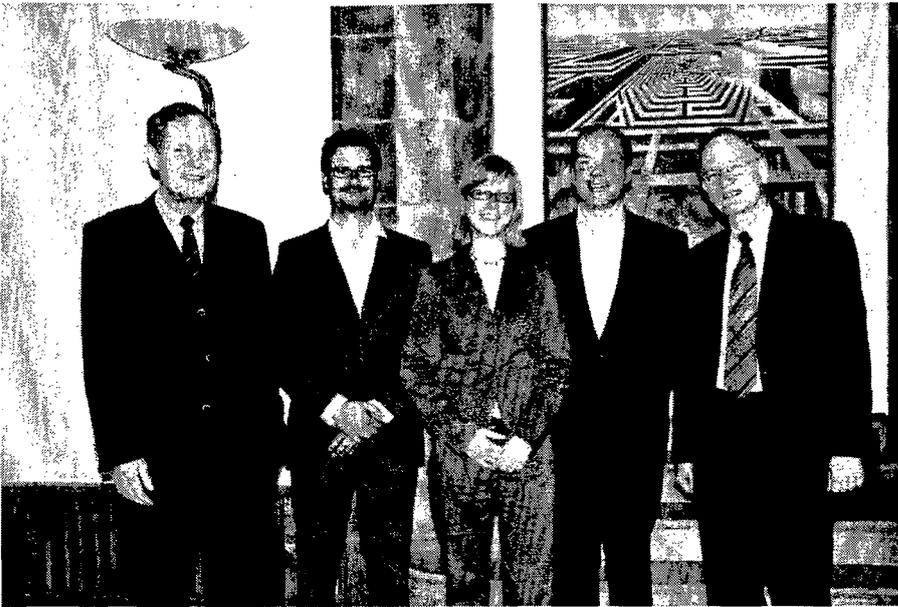


Abbildung 1: Eingerahmt von Prof. Veit und Prof. Albers die engagierten Referenten aus dem Kreis der Absolventen bei der Absolvententagung am 16./17.06.2006 im Institut für Betriebswirtschaftslehre: Dr. Niels Hartmann, Dipl.-Kffr. Heike Eschen, Dr. Philipp Murmann



Abbildung 2: Aufmerksame und engagierte Zuhörer bei der Absolvententagung

Kapitel 1

Stuktur und Ausstattung des Instituts

1.1 Ausstattung, Personal und Organisation

Die Ausbildung für das Fach Betriebswirtschaftslehre wird in erster Linie vom Institut für Betriebswirtschaftslehre getragen. Es erhält dabei Unterstützung von den übrigen Instituten der Fakultät sowie von einzelnen Lehrstühlen der Rechtswissenschaftlichen, der Agrar- und Ernährungswissenschaftlichen, der Technischen, der Mathematisch-Naturwissenschaftlichen und der Philosophischen Fakultät.

Das Lehrprogramm in Betriebswirtschaftslehre wird von insgesamt acht Lehrstühlen angeboten. Es handelt sich um die Lehrstühle für Absatzwirtschaft, für Controlling, für Finanzwirtschaft, für Innovation, Neue Medien und Marketing, für Gründungs- und Innovationsmanagement, für Organisation, für Produktion und Logistik sowie für Rechnungswesen. Jeder der Lehrstühle am Institut für Betriebswirtschaftslehre verfügt über 1,75 Planstellen für Assistenten. Daneben existiert das Institut für Innovationsforschung, dem auch der Lehrstuhl für Innovations-, Wettbewerbs- und Neue Institutionenökonomik von Professor Till Requate angehört (vgl. Abb. 1.1 auf Seite 6).

Für die Ausbildung der Studierenden anderer Fakultäten ist das Studienkolleg Betriebswirtschaftslehre zuständig. Die Verantwortung für das Studienkolleg trägt Professor Achim Walter.

Ein Graduiertenkolleg „Betriebswirtschaftliche Aspekte lose gekoppelter Systeme im Zeitalter elektronischer Medien“, das von der Deutschen Forschungsgemeinschaft finanziell unterstützt wird, ist im Oktober 1999 eingerichtet worden. Sprecher des Graduiertenkollegs ist Professor Sönke Albers (vgl. auch Kapitel 3.5).

Das PC-Labor (vgl. auch Kapitel 1.3) steht allen Studierenden der Fakultät zur Benutzung offen. Es wird vom Lehrstuhl für Produktion und Logistik betreut.

1.2 Drittmittel

Die Deutsche Forschungsgemeinschaft und das Land Schleswig-Holstein finanzierten das Graduiertenkolleg „Betriebswirtschaftliche Aspekte lose gekoppelter Systeme im Zeitalter elektronischer Medien“.

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

Die Deutsche Forschungsgemeinschaft finanzierte unter dem Kennwort „Planung der Bodenabfertigung an Flughäfen“ im Rahmen einer Sachbeihilfe die Forschungstätigkeit von *Dr. Yuri Nikulin*.

Die Innovationsstiftung Schleswig-Holstein und die TimberTec AG finanzierten die Forschungstätigkeit von *Dipl.-Wirtsch.-Inf. Carsten Munnecke* zur Produktionsplanung in Sägewerken.

Die Gesellschaft für Betriebswirtschaft zu Kiel e.V. übernahm in größerem Umfang Ausgaben, die sich aus staatlichen Etats nicht decken lassen. Das betraf die Entwicklung eines Absolventennetzwerkes, die Befragung von Industrieunternehmen, Gastvorträge bei uns sowie forschungsbedingte Reisen von Mitarbeitern.

1.3 PC-Labor

Vom Institut für Betriebswirtschaftslehre wird eines von zwei PC-Labors der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät betrieben. Es steht allen Studierenden der Fakultät offen.

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

Im neu ausgestatteten Seminarraum des PC-Labors stehen jetzt 12 PCs sowie ein fest installierter Beamer zur Verfügung.

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

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

1.4 Vorträge an den Instituten für Betriebswirtschaftslehre

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

- *Dr. Thomas Bartsch* (SAP AG, Walldorf), „Sportligaplanung für die Deutsche Handball-Bundesliga“, 07.04.2006.
- *Bettina Rodenberg* (Pricewaterhouse Coopers), „Wahl der Rechtsform aus steuerlicher Sicht“, 17.05.2006.
- *Dr. Jürgen Holdhof*, EDUR Pumpenfabrik Kiel, „Mittelstand pur“ im Rahmen der Lehrveranstaltung von Prof. Dr. Walter: „Entrepreneurship“, 14.06.2006.

- *Dr. Sigrid Knust, Juniorprofessorin* (Universität Osnabrück), „Sportligaplanung mit Hilfe von ressourcenbeschränkter Projektplanung“, 16.06.2006.
- *Niels Madsen und Sven-Ole Leitz* (KPMG), „Die Abbildung von Derivaten im Handelsbuch von Banken nach HGB“, 22.06.2006.
- *Prof. Ezra W. Zuckerman* (MIT Sloan School of Management, Cambridge, MA, U.S.A.), „Social networks and the economy: Studies in economic sociology“, 26.06.2006.
- *Prof. Dr. Peter Heydebreck*, Inno AG, „Unternehmer und Unternehmen: Diskussion wichtiger Erfolgsdeterminanten“ im Rahmen der Lehrveranstaltung von Prof. Dr. Walter: „Entrepreneurship“, 28.06.2006.
- *Dr. Martin Skaruppe* (Sparkasse Kiel), „Kreditvergabepolitik im Rahmen von Basel II“, 30.06.2006.
- *Alexander Brocksieper* (Pricewaterhouse Coopers), „Erhöhung der Prüfungssicherheit durch betriebswirtschaftliche Datenanalyse“, 04.07.2006.
- *Prof. Charles Dhanaraj, Ph. D.* (Indiana University Indianapolis, USA), „Ten Myths about Publishing“, 10.07.2006.
- *Prof. Dr. Bernd Skiera* (Lehrstuhl für Electronic Commerce, Fachbereich Wirtschaftswissenschaften, Johann Wolfgang Goethe-Universität, Frankfurt am Main), „Kundenwertmanagement“, 11.07.2006.
- *Stb/WP Eckhard Heß* (BDO), „Der Wirtschaftsprüfer – Wege zum Beruf“, 18.07.2006.
- *Prof. John Stopford, D.B.A.* (London Business School, London, Großbritannien), „Trends in International Business: Challenges for Analysts and Management“, 21.07.06.

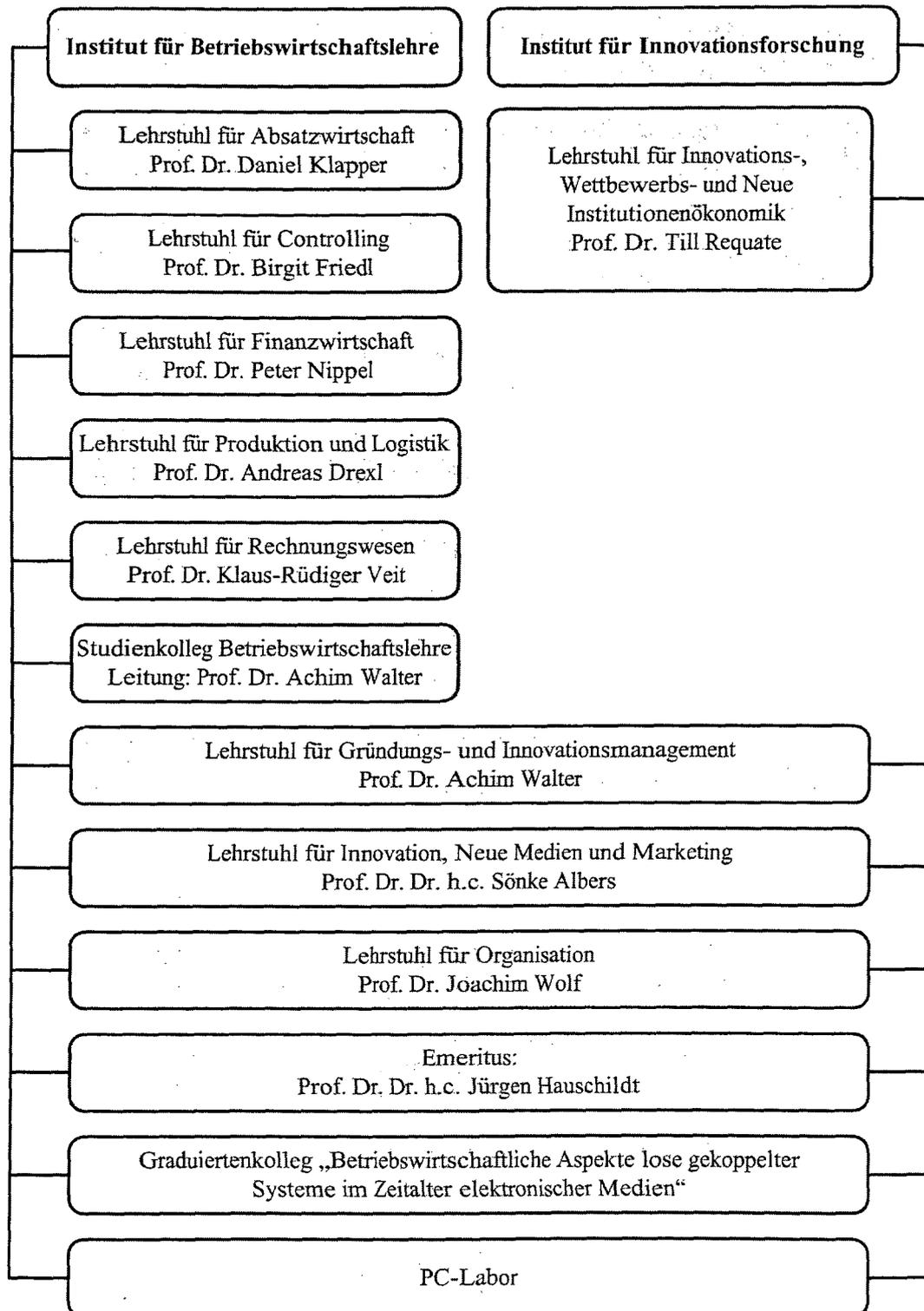


Abbildung 1.1: Struktur der Institute

Kapitel 2

Rufe und Auszeichnungen

Prof. Dr. Michel Clement hat einen Ruf an die Universität Hamburg erhalten und angenommen. Er ist dort seit dem 1. April 2006 Inhaber des Lehrstuhls für Marketing und Medienmanagement (W3).

Priv.-Doz. Dr. Marc Fischer wurde am 5. Juli 2006 die Lehrbefähigung für das Fach Betriebswirtschaftslehre durch die Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Fakultät der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel zuerkannt. Der Titel seiner Habilitationsschrift lautet "Essays in Marketing Performance Management".

Dipl.-Kfm. Martin Mundschenk erhielt den Preis der Gesellschaft für Betriebswirtschaft für seine Diplomarbeit „Long-Term-Staffing“.

Dipl.-Kffr. Julia Scholz erhielt den Preis der Sparkasse Kiel für ihre Diplomarbeit „Pooling und Tranching im Rahmen von ABS-Transaktionen“.

Dipl.-Kffr. Sonja Tesch erhielt den Preis der BDO, Deutsche Warentreuhand AG für ihre Diplomarbeit „Wissensstrategien junger Technologie-Unternehmen“.

Kapitel 3

Lehre und Studium

3.1 Studierendenzahlen und Studienanfänger

Im Diplom-Studiengang Betriebswirtschaftslehre waren an der Christian-Albrechts-Universität zum Wintersemester 2006/2007 insgesamt 911 Studierende eingeschrieben. Werden die 986 Studierenden der Volkswirtschaftslehre und die 202 Studierenden im Studiengang Diplom-Handelslehrer berücksichtigt, deren Studiengänge starke Überschneidungen mit dem Fach Betriebswirtschaftslehre aufweisen, dann studieren an den Instituten für Betriebswirtschaftslehre 2.099 Studierende. Tabelle 3.1 gibt einen Überblick über die Entwicklung der Zahl der eingeschriebenen Studierenden.

Studiengang	00/01	01/02	02/03	03/04	04/05	05/06	06/07
Betriebswirtschaftslehre	730	769	795	853	844	868	911
Volkswirtschaftslehre	592	642	709	824	944	947	986
Handelslehrer	128	147	165	177	194	203	202
Summe	1450	1558	1669	1854	1.982	2018	2099

Tabelle 3.1: Anzahl der eingeschriebenen Studierenden

Der Verlauf der Studienanfängerzahlen im Diplom-Studiengang Betriebswirtschaftslehre ist Tabelle 3.2 zu entnehmen.

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Bewerbungen	295	293	412	513	473	1301	1489
Ist-Zugang	158	216	209	184	188	178	178
Kapazität lt. KapVO	160	216	165	200	190	180	180
Belastung in %	99	100	127	92	99	99	99

Tabelle 3.2: Anzahl der Studienanfänger im Studiengang Betriebswirtschaftslehre

Die für das Numerus Clausus-Fach Betriebswirtschaftslehre nach den Vorschriften der Kapazitätsverordnung (KapVO) ermittelte Anzahl an Studienplätzen liegt bei 180. Seit dem Wintersemester 2005/06 bewerben sich die Studienanfänger im Fach Betriebswirtschaftslehre

nicht mehr bei der ZVS, sondern direkt bei den Universitäten. Aus diesem Grunde ist die Zahl der Bewerbungen gegenüber den Vorjahren sprunghaft angestiegen. Die Nachfrage nach Studienplätzen übersteigt das vorhandene Angebot damit noch deutlicher. Die Ablehnungsquote liegt jetzt bei 87,9 %.

3.2 Zwischen– und Diplom–Prüfungen

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

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Zwischenprüfungen in Betriebswirtschaftslehre	95	78	115	92	145	102	104
Diplome in Betriebswirtschaftslehre	97	83	60	79	79	95	93

Tabelle 3.3: Anzahl der Vordiplome und Diplome im Studiengang Betriebswirtschaftslehre

Ein Bestandteil der Diplomprüfung ist die Anfertigung der Diplomarbeit, die wahlweise über zwei oder als freie wissenschaftliche Arbeit über sechs Monate geschrieben werden kann. 2006 wurden 81 Zwei–Monats–Diplomarbeiten (WS 05/06 + SS 06) und 27 Sechs–Monats–Diplomarbeiten abgegeben. In Kap. 3.4 werden exemplarisch einige bemerkenswerte Arbeiten genannt.

Nach der neuen Prüfungsordnung, auf deren Basis inzwischen die meisten Studierenden geprüft werden, wurden im Berichtszeitraum 3.582 Hauptstudiumsklausuren geschrieben und korrigiert. Hinzu kommt eine große Zahl an betreuten Seminararbeiten. Im Grundstudium summiert sich die Zahl der geschriebenen Klausuren auf insgesamt 2.878. Gegenüber dem Vorjahr hat der Umfang der Klausuren im Grundstudium um 24,6 % zugenommen und im Hauptstudium um 29,1 %.

Zusätzlich wurden Studierende anderer Fakultäten mit Nebenfach Betriebswirtschaftslehre schriftlich und mündlich geprüft. Die Koordination dieser Prüfungen obliegt dem Studienkolleg Betriebswirtschaftslehre. Im Jahre 2006 wurden insgesamt 379 derartige Prüfungen in speziellen Veranstaltungen für diese Studierenden abgenommen.

Zum Studienerfolg, gemessen an den Examensnoten, liegen folgende Daten vor: Die Durchschnittsnote der erfolgreichen Absolventen beträgt nach neuer Prüfungsordnung 2,4 bei 93 Absolventen.

Über das von unserem Institut angebotene Lehrprogramm in den zwei Semestern des Jahres 2006 informiert der im Anhang A beigefügte Auszug aus den Vorlesungsverzeichnissen.

3.3 Internationaler Studierendenaustausch

Im Rahmen der wissenschaftlichen Ausbildung wird an den Instituten für Betriebswirtschaftslehre großer Wert auf den internationalen Austausch von Studierenden gelegt. Das europäische Sokrates–Erasmus–Programm nimmt hier eine zentrale Rolle ein; das Erasmus–Office der Institute koordiniert und berät die Studierenden bei ihren Planungen für ein Auslandssemester an insgesamt 26 Partnerhochschulen in Europa. Studierende, die als Gaststudenten an die Institute kommen, werden intensiv betreut. Nachdem die Kooperationen mit der Universität Gent (Belgien) und der Helsinki School of Economics and Business Administration (Finnland) für das Studienjahr 2006/2007 aufgegeben wurden, konnten das Norwegian College of Fishery Science, Tromsø (Norwegen), und die Marmara Üniversitesi, Istanbul (Türkei), als neue Partnerhochschulen gewonnen werden, sodass die Gesamtkapazität mit 62 Plätzen nahezu konstant geblieben ist.

Die Gesamtzahl der Studierenden, die im Studienjahr 2006/2007 im Rahmen des Erasmus–Programms ins Ausland gehen, ist im Vergleich zum Vorjahr auf hohem Niveau von 50 auf 46 leicht gesunken. Der Rückgang der Erasmus–Studenten ist fachübergreifend zu beobachten und fällt im Bereich der Institute für Betriebswirtschaftslehre vergleichsweise schwach aus.

Erfreulicherweise konnten gleich im ersten Jahr die Austauschplätze mit den oben genannten neuen Kooperationspartnern besetzt werden. Insgesamt werden im Studienjahr 2006/2007 die Studierenden trotz des leichten Rückgangs an 22 verschiedenen Hochschulen zu Gast sein. Dies ist seit Bestehen des Erasmus–Programms an den Instituten für Betriebswirtschaftslehre die größte Streubreite.

Die Anzahl der Studierenden, die von den europäischen Partnerhochschulen an die Institute für Betriebswirtschaftslehre kommen, lag im Studienjahr 2005/2006 bei 16. Für das jetzige Studienjahr deutet sich ebenfalls eine Rückläufigkeit der Zahlen an. Auch wenn bislang nur die 8 Gaststudenten des Wintersemesters 2006/2007 berücksichtigt werden können, wird die Gesamtzahl unter den 16 Studierenden bleiben, die im vorherigen Studienjahr nach Kiel kamen, da das Sommersemester erfahrungsgemäß nicht so intensiv für Auslandssemester genutzt wird. Christoph Petersen, der seit Februar 2006 die Aufgaben des Erasmus-Koordinators übernommen hat, bietet den Gästen über die normale Einzelbetreuung hinaus jedes Semester eine Begrüßungs- und Informationsveranstaltung an.

Die Homepage des Erasmus–Office (<http://www.bwl.uni-kiel.de/bwlinstitute/Sokrates/>) eröffnet sowohl den Interessenten für Auslandsplätze als auch den Gaststudenten mittlerweile sehr umfangreiche Informationsmöglichkeiten. Zum Beispiel werden den Besuchern in einem geschützten Bereich die Erfahrungsberichte der vorherigen Austauschstudenten zur Verfügung gestellt. Darüber hinaus konnte im vergangenen Jahr vor allem die persönliche Beratung und Betreuung beider Gruppen von Austauschstudenten intensiviert werden.

Eine Besonderheit im Austauschprogramm der Institute für Betriebswirtschaftslehre sind die Kooperationen mit der Tilburg University (Niederlande) und der Université de Rennes 1 (Frankreich). Hier werden den Studierenden jeweils wechselseitig Doppeldiplom-Programme angeboten. Durch einen einjährigen integrierten Auslandsaufenthalt an einer der Partnerhochschulen können Studierende einen zweiten vollwertigen akademischen Abschluss erwerben. Die Abstimmung der Studieninhalte wurde im vergangenen Jahr weiter vorangetrieben. Im Jahr 2006 konnten zwei Studenten der Christian-Albrechts-Universität einen solchen zweiten Abschluss

erreichen und auch im Studienjahr 2006/2007 nehmen Studierende in beiden Richtungen an dem Doppeldiplom-Programm teil.

Ein zusätzliches Angebot für internationale Studenten wurde auch im Jahr 2006 wieder durch die Kiel Summer School (KiSS) realisiert. Elf Studierende aus Europa, Nord- und Süd-Amerika sowie Afrika haben im vergangenen Sommer an der KiSS teilgenommen. Ein Teil des Lehrangebots, das die Studierenden während ihres zweimonatigen Aufenthalts an der Christian-Albrechts-Universität geboten bekommen, wird dabei durch Dozenten der betriebswirtschaftlichen Institute abgehalten. Kieler Studierenden, die an diesen Lehrveranstaltungen ebenfalls teilnehmen dürfen, wird auf diesem Wege ein umfangreicheres englischsprachiges Lehrprogramm angeboten. Weiterführende Informationen zur KiSS sind im Internet unter <http://www.bwl.uni-kiel.de/KiSS/> zu finden.

Partnerhochschulen	03/04*		04/05*		05/06*		06/07*	
	Out	In	Out	In	Out	In	Out	In
ICHEC Bruxelles (B)	1	2	1	-	2	-	2	-
Universiteit Gent (B)	-	-	-	-	-	-	×	×
Katholieke Universiteit Leuven (B)	-	-	2	-	-	-	2	-
Copenhagen Business School (DK)	3	-	2	-	2	-	3	-
Syddansk Universitet (DK)	-	-	3	1	3	-	3	-
Universidad de Alcalá de Henares (E)	4	-	3	-	4	-	2	-
Universidad de Cádiz (E)	2	-	2	-	2	-	2	-
Universidad Autónoma de Madrid (E)	3	1	3	-	3	-	-	-
ESC Bretagne Brest (F)	-	-	-	-	-	-	1	-
Université Jean Moulin, Lyon III (F)	2	-	1	2	2	2	2	-
Université de Rennes I (F)	-	-	-	1	2	4	1	3
Helsinki School of Economics and Business Administration (FIN)	-	2	2	-	2	-	×	×
Vaasan Yliopisto – University of Vaasa (FIN)	-	1	3	1	3	1	3	-
Università di Bologna (I)	×	×	-	-	-	-	1	-
Università degli studi di Catania (I)	-	-	-	-	-	1	-	-
Università degli studi di Torino (I)	2	4	-	-	-	-	-	-
Norges Handelshoyskole (N)	6	-	2	-	4	-	4	-
Norwegian School of Management (N)	-	-	5	1	5	-	5	-
Norwegian College of Fishery Science, Tromsø (N)	×	×	×	×	×	×	1	-
Technische Universiteit Eindhoven (NL)	-	-	-	1	-	-	-	-
Erasmus Universiteit Rotterdam (NL)	1	-	2	-	2	-	2	-
Tilburg University (NL)	-	-	1	-	2	-	-	1
Universidade Nova de Lisboa (P)	1	-	1	-	2	-	1	-
Warsaw School of Economics (PL)	-	3	-	4	2	4	2	-
Wyzsza Szkoła Humanistczno-Ekonomiczna (PL)	-	1	-	-	-	1	-	-
Goteborgs Universitet – Göteborg University (S)	3	-	4	1	4	1	4	1
Lunds Universitet – Lund University (S)	5	-	3	-	1	-	1	-
Keele University (UK)	1	-	1	-	1	1	1	1
The University of Warwick (UK)	2	2	2	2	2	1	2	2
Marmara Universitesi, Istanbul (TR)	×	×	×	×	×	×	1	-
Summe	36	16	43	14	50	16	46	8

* = Der Zeitraum umfasst das jeweilige Studienjahr

×

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

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

Tabelle 3.4: Partnerhochschulen und Studierendenaustausch

3.4 Ausgewählte Diplomarbeiten

Absatzwirtschaft

- *Richter, M.*, Die Kategorisierung von TV-Werbespots unter Entwicklung von Informations- und Emotionsindizes
- *Tzanidakis, F.*, Ein Vergleich der Adaptiven Conjoint Analyse und der Choice Based Conjoint Analyse anhand eines eigenen empirischen Beispiels

Controlling

- *Schlaak, T.*, Konzeption und Einführung eines Planungs- und Steuerungssystems für den Einkauf im Distanzhandel am Beispiel der OTTO GmbH & Co. KG
- *Stein, D.*, Beitrag der Unternehmungskultur zum Kostenmanagement
- *Reck, M.*, Anreizsysteme für das Target und Kaizen Costing

Finanzwirtschaft

- *Hinrichs, C.*, Dividendenpolitik
- *Kupfer, M.*, Tests des Capital Asset Pricing Models
- *Minor, V.*, Kapitalerhöhungen mit Bezugsrecht – gibt es einen optimalen Bezugspreis?
- *Podlech, N.*, Marktineffizienz und Marktbewertung

Gründungs- und Innovationsmanagement

- *Blank, S.*, Bewertung und Unterstützung junger technologieorientierter Unternehmen durch Venture Capital Gesellschaften
- *Brezinski, F.*, Aus der Forschung in die Wirtschaft – Der Prozess der Entstehung und Etablierung junger technologieorientierter Unternehmen
- *Knuth, A.*, Die Wirksamkeit von Patenten in unterschiedlichen Branchen und Technologiegebieten
- *Shcherbina, I.*, Technologievermarktung aus öffentlichen Forschungseinrichtungen – Empirische Untersuchung von Technologieeigenschaften und Vertriebswegen
- *Wolf, F.*, Vom technologischen Wissen zum nachhaltigen Wettbewerbsvorteil: Strategisches Netzwerkmanagement und soziales Kapital als Erfolgsfaktoren

Innovation, Neue Medien und Marketing

- *Haffke, A.*, Marktabgrenzung in der Automobilindustrie – Ein Ansatz zur Identifikation von Produktkategorien aus Kundensicht
- *Piecyk, S.*, Schöpfen Pharmaunternehmen die Gewinnpotenziale ihrer Produkte aus?

- *Riedel, F.*, Management von Kommunikations- und Absatzkanälen zur Steigerung des Customer Equity – Eine empirische Analyse im Diabetes-Geschäft

Organisation

- *Bappert, J.*, Managementstile und Organisationsformen in Korea (Südkorea)
- *Petersen, S.*, Sprungbrett oder Abstellgleis – Auslandsentsendungen im Hinblick auf Transaktionskosten, Humankapitaltheorie und den ressourcenbasierten Ansatz

Produktion und Logistik

- *Kemme, N.*, Auftragszuordnung in komplexen Transportsystemen – Entwicklung und Anwendung von Bewertungskriterien am Beispiel CTA
- *Schuppius, J.*, Round-robin tournaments

Rechnungswesen

- *Köpke, K.*, Die Prüfung aktivierter Ingangsetzungs- und Erweiterungsausgaben
- *Müller, O.*, Wesen und Funktion der Abschlussprüferaufsichtskommission

3.5 Graduierten– und Doktorandenstudium

Seit Oktober 1999 wird das Graduiertenkolleg „Betriebswirtschaftliche Aspekte lose gekoppelter Systeme im Zeitalter elektronischer Medien“ betrieben, das von der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) finanziell unterstützt wird und dessen Sprecher Prof. Albers ist. In diesem Graduiertenkolleg stehen 12 Doktorandenstipendien und ein Postdoc-Stipendium zur Verfügung. Gegenwärtig arbeitet das Graduiertenkolleg mit voller Zahl von 13 Stipendiaten und weiteren 16 nicht finanziell geförderten Kollegiaten. Das Graduiertenkolleg wurde nach den ersten beiden Bewilligungsphasen von 6 Jahren letztmalig um weitere 3 Jahre bis zum 30.9.2008 mit einem finanziellen Förderungsvolumen von 891.911 € von der Deutschen Forschungsgemeinschaft verlängert. Der Name des Graduiertenkollegs wurde in „Betriebswirtschaftliche Aspekte lose gekoppelter Systeme und Electronic Business“ umbenannt.

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

Name	Thema	Betreuer
Barrot, Christian	Wirkungen von Word-of-Mouth und Netzeffekten bei der Marktdurchdringung von Telekommunikationsdienstleistungen	Albers
Dr. Becker, Jan	Medien-Management (Postdoc-Stipendium)	Albers
Bielecki, André	Relative Leistungsbeurteilung von Verkaufsaußendienstmitarbeitern – Individuelle stochastische Ansätze am Beispiel der Pharmaindustrie	Albers
Biemann, Torsten	Karrieremuster internationaler Führungskräfte	Wolf
Greving, Bert	Regionalisierung als strategische und organisatorische Alternative international tätiger Unternehmen	Wolf
Han, Jiangping	Firm Organizations Chinese Style: A Quantitative Assessment on Public-Private Ownership in Rural China	Henning
Henningsen, Sina	Räumliche Einflüsse als Einfluss lose gekoppelter Systeme auf Umsatzreaktionen	Albers
Kaya, Maria	Langfristige Absatzprognosen von Innovationen – eine empirische Untersuchung des Consumer Electronic Marktes	Albers
Mumm, Jakob	Marktorganisation und Unternehmensentwicklung: Die Bedeutung der Einbettung ökonomischer Transaktionen in soziale Netzwerke am Beispiel ausgewählter Agribusiness-Industrien	Henning
Rack, Oliver	Die Wirkung von Motivations- und Anreizsystemen in virtuellen Teams	Konradt
Reimer, Kerstin	Prognose des Kaufverhaltens bei innovativen Produkten und Services im E-Business	Albers
Schneider, Holger	Wettbewerbsverhalten von Händlern in Shopbots	Albers
Wiedow, Annika	Prozessoptimierung in virtuellen Teams, Teamentwicklung	Konradt

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

3.6 Lehrtätigkeiten der Honorarprofessoren

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

3.7 Exkursionen und Recruiting-Veranstaltungen

- *Dipl.-Kfm. Marco Jakobi* nahm vom 12.–13.05.2006 an einem Doktorandenseminar von PWC zum Thema: „IFRS – Zukunft der Rechnungslegung und Herausforderung an die Unternehmen“ in Montabaur teil.
- Am 31.05.2006 haben die Teilnehmer der Lehrveranstaltung „Unternehmenspolitik“ eine Ganztagesexkursion zu der Peter Kölln KGaA in Elmshorn durchgeführt.

Name	Thema	Betreuer
Bartels, Jörn Christophersen, Timo	Ereignisorientiertes Kundenmanagement Kaufen in hypermedialen Warenkorbsystemen – Validierung eines Modells zur Vorhersage der Kaufintention bzw. -entscheidung unter besonderer Berücksichtigung der Usability	Albers Konradt
Goerke, Björn Göthlich, Stephan E.	Wirkungsmessung in der Wirtschaftsförderung Strategie und Steuerung lose gekoppelter Systeme im Zeitalter des Electronic Business	Albers Friedl
Günter, Tobias Maria	Die Analyse der kurz- und langfristigen Wirkungen kommunikativer Maßnahmen auf Konsumgütermärkten	Klapper
Himme, Alexander Horenburger, Markus Kuhlmann, Jan	Erfolgsfaktoren des Kostenmanagements Strategische Marketing-Planung für Neue Medien Der Einfluss von lose gekoppelten persönlichen Netzwerken auf den Diffusionsprozess am Beispiel von medizinisch-technischen Innovationen	Friedl Albers Albers
Müller, Dirk	Coopetitionsbeziehungen junger Technologieunternehmen	Walter
Petersen, Christoph	Lateraler Technologie-Transfer zwischen Tochtergesellschaften innerhalb multinationaler Unternehmen	Wolf
Proppe, Dennis	Bewertung von Marketing-Modellen mit Hilfe von Simulationen	Albers
Riesenhuber, Felix	Erfolgsfaktoren von Spinoff-Gründungen aus öffentlicher Forschung	Walter
Rohrlack, Christian	Reverse Technology Transfer- Bedingungen und Gestaltungsmöglichkeiten zum erfolgreichen Technologietransfer von Tochtergesellschaften zum Mutterkonzern innerhalb multinationaler Unternehmen	Wolf
Schlichthorst, Marisa	Analyse dynamischer Werbewirkung – Ein Instrument zur Auswertung von Werbe-Tracking-Daten	Klapper
Söhnchen, Florian Walter, Sascha G.	Akquisitionsmanagement im Industriellen Vertrieb Personelle und situative Einflüsse auf die Gründungsintention von Akademikern	Albers Walter

Tabelle 3.6: Forschungsprojekte weiterer Teilnehmer am Graduiertenkolleg

3.8 Sonstiges

- *Prof. Dr. Holger Ernst* von der WHU Koblenz lehrte im WS 2006/07 als Gastdozent am Lehrstuhl für Gründungs- und Innovationsmanagement in englischer Sprache: Strategic Technology Management.
- *Dr. Andrea Schertler* hielt sich im September 2006 als Gastforscherin am Zentrum für Europäische Wirtschaft (ZEW) in Mannheim auf.

- Vom 14.–15.07.2006 fand die zweite EISS – Entrepreneurs' Innovation Summer School in Schleswig für gründungswillige junge Forscher auf Initiative des Lehrstuhls für Gründungs- und Innovationsmanagement, gefördert durch die ISH - Innovationstiftung Schleswig-Holstein, statt: <http://www.eiss.uni-kiel.de>.

Kapitel 4

Forschungsprojekte

4.1 Lehrstuhl für Absatzwirtschaft

Berichterstatter: *Prof. Dr. Daniel Klapper*

Zum 1. April 2006 bin ich von der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel an die Johann Wolfgang Goethe-Universität Frankfurt auf die Professur für Konsumgütermarketing gewechselt. Im Zuge dieses Wechsels habe ich an der Universität Kiel begonnene Forschungsarbeiten in Frankfurt fortgeführt. Über zwei Forschungsprojekte, die ich mit wissenschaftlichen Mitarbeitern, die noch bis Oktober bzw. Dezember an der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel beschäftigt waren, möchte ich im Folgenden berichten.

Arbeitsgebiet 1: Relevanz von Werbeeinstellungen zur Kontrolle langfristiger Werbewirkung

Die Relevanz der Werbeerfolgskontrolle definiert sich nicht nur aus dem Return on Investment aus Werbeinvestitionen, sondern auch aus ihrem strategischen Wert im Rahmen des Kommunikations- und Marketing-Mix. Neben der Absatzsteigerung will die werbliche Kommunikation vor allem die psychologischen Prozesse im Inneren des Konsumenten beeinflussen. Nach dem Stimulus-Intervention-Reaktion (S-I-R) Modell funktionieren psychologische Reaktionen wie Erinnerungen, Einstellungen und Kaufabsichten als intervenierende Variablen zwischen der Verarbeitung des Werbereizes und den tatsächlichen Verhaltensreaktionen auf diesen. Durch ihre zentrale Stellung im Werbewirkungsprozess werden die Einstellungen des Konsumenten besonders hervorgehoben. Sie treten in zahlreichen Werbewirkungsmodellen als moderierende Größe im Prozess der Werbewirkung auf.

Aufgrund stetig steigender Werbeinvestitionen in den vergangenen drei Jahren ist die Analyse der Wirkung von Werbung auf den Konsumenten für das Management nach wie vor von besonderer Bedeutung. Allerdings stellt die Komplexität der Werbesituation sowie ihre Situationsabhängigkeit die Forschung vor zahlreiche Probleme. Für die Abbildung unter realen Marktbedingungen gibt es kaum geeignetes Datenmaterial, so dass bisherige Analyseergebnisse nur eingeschränkt auf die Praxis übertragbar sind. Die Mehrheit der dynamischen Untersuchungen psychologischer Werbewirkung basiert auf experimentellen Designs und befasst sich mit fiktiven oder unbekanntem Werbereizen. Da Experimente lediglich über kurz- bis mittelfristige Zeiträume durchgeführt werden können, verwehren sie den Einblick in tatsächlich

langfristige Entwicklungen der Werbewirkungsgrößen. Untersuchungen zur Entwicklung von Wirkungsdeterminanten vernachlässigen außerdem die Effekte von Variationen der Werbemittel. Die heutige Werbepraxis zeigt, dass gerade Variationen wie Neuschritte, wechselnde Motive und Kampagnen sowie strategische Werbepausen standardmäßig eingesetzt werden, um den Abnutzungseffekten entgegen zu wirken. Sollen realistische Aussagen zur langfristigen Werbewirkung getroffen werden, ist die Berücksichtigung dieser werbepolitischen Elemente unabdingbar. Schließlich gelten gerade für den Konsumgütermarkt spezielle Werbebedingungen. Die beworbenen Marken sowie deren Werbekampagnen sind häufig bekannt und das Involvement der Konsumenten ist eher gering. Werbung wirkt verstärkt über Emotionen und Bilder und es findet wenn überhaupt nur unterbewusste kognitive Verarbeitung statt. Die Beziehungen zwischen den relevanten Werbewirkungsdeterminanten können daher anders ausfallen, als bisherige Untersuchungen vermuten lassen.

Das Ziel dieses Arbeitsgebietes besteht darin eine exaktere Vorstellung von der allgemeinen Bedeutung der Rolle der Werbeeinstellung in der Werbewirkungsforschung zu erlangen sowie die Besonderheiten in der Kontrolle langfristiger Werbewirkung heraus zu arbeiten. Die Konzeption eines geeigneten Ansatzes zur Kontrolle der langfristigen TV-Werbewirkung unter Low-Involvement für etablierte Konsumgüter sowie die Aufstellung von relevanten Wirkungshypothesen für diesen steht dabei im Mittelpunkt der Untersuchungen. Neben bereits theoretisch sowie empirisch anerkannten Werbewirkungshypothesen sollen u.a. auch Veränderungen in den Werbemaßnahmen sowie spezifische Konsumentencharakteristika in das Modell einbezogen werden.

Auf Basis einer auf vier Jahre angelegten nationalen empirischen Untersuchung werden die einzelnen Hypothesen der Untersuchung mit Hilfe kovarianzbasierter Verfahren überprüft. Diese multivariaten Ansätze zur Analyse von Strukturgleichungsmodellen mit latenten Variablen sind in der Lage, die vermuteten Wirkungsbeziehungen zwischen den exogenen Einflussgrößen sowie den latenten Erfolgsfaktoren simultan zu schätzen. Die Verwendung der Software Mplus ermöglicht darüber hinaus die Berücksichtigung kategorialer Messmodelle für die latenten Konstrukte, welche aufgrund der Dateneigenschaften der weit verbreiteten Messung mit metrischen Indikatoren vorzuziehen ist.

Die Ergebnisse zeigen, dass die Werbeeinstellung durchaus zur Kontrolle der Dynamiken in der Werbewirkung und damit zur Kontrolle langfristiger Werbewirkung geeignet ist. Jedoch sollten in diesem Zusammenhang auch die Veränderungen in den Werbemaßnahmen berücksichtigt werden, da sie eine wesentliche Ursache für die Entwicklungen darstellen. Die affektiv geprägten Vorbedingungen sind für die Bildung der Werbeeinstellung insgesamt von größerer Bedeutung als die kognitiven. Außerdem zeigen periphere Vorbedingungen zur Bildung der Werbeeinstellung wie bspw. die generelle Einstellung gegenüber dem Medium Werbung positive Wirkungen auf die Werbeeinstellung. Die Rolle der Werbeeinstellung als Vermittler von Werbewirkung unter Low-Involvement ist hingegen anzuzweifeln, da die direkte Beziehung zwischen der Werbeeinstellung und der Kaufabsicht nicht eindeutig bestätigt werden kann. Statt dessen zeigen Kognitionen und Affekte sowohl einen direkten Einfluss auf die Werbeeinstellung als auch auf die Kaufabsicht. Damit sind unspezifische Emotionen sowie Kognitionen verhaltensrelevant und eignen sich, da sie gleichzeitig eine relative Nähe zum Reiz aufweisen, scheinbar besser zur Werbewirkungskontrolle unter Low-Involvement als die Werbeeinstellung. Als wichtige moderierende Größe im gesamten Werbewirkungsprozess zeichnet sich die Erfahrung des Konsumenten mit der Marke ab. Sie bestimmt in erheblichem Maße die Kaufabsicht und damit das zukünftige Kaufverhalten, hat aber auch gleichzeitig einen Effekt auf die Wer-

beeinstellung. Zu erklären ist dieses Ergebnis über das gesteigerte Involvement gegenüber dem Produkt, wenn dieses bereits einmal gekauft wurde.

Basierend auf den Ergebnissen der Analysen können sowohl Handlungsempfehlungen für die Werbewirkungsforschung als auch für die Werbepaxis abgeleitet werden. Mit der Entwicklung eines für etablierte Konsumgüter passenden Modells kann die Rolle der Werbeeinstellung kritisch hinterfragt und ihre Bedeutung als Kontrollgröße gegenüber anderen Werbewirkungsdeterminanten abgegrenzt werden. Außerdem können mit der langfristigen Betrachtung neue Erkenntnisse über die Wirkung verschiedener Werbevariationen gewonnen werden, welche dazu beitragen, den generellen Nutzen von praxisrelevanten Variationsstrategien besser einzuschätzen.

Arbeitsgebiet 2: Preispromotionanalysen im Lebensmitteleinzelhandel – Dynamische Wirkungen und Einflussfaktoren

Es ist ein wesentliches Merkmal der führenden Handelsunternehmen des deutschen Lebensmitteleinzelhandels (LEH), mit unterschiedlichen Vertriebslinien gezielt Verbrauchergruppen anzusprechen und als Kunden zu gewinnen. Eine Vertriebslinie besteht aus einem Filialnetz von Einkaufsstätten, die einem einheitlichen Marktauftritt folgen und über einen eigenständigen Markennamen verfügen. Zu den traditionellen Vertriebslinien des LEH gehören unter anderem Discounter, Supermärkte und Verbrauchermärkte. Ein Unterscheidungsmerkmal der Vertriebslinien ist die Ausgestaltung der Preis- und Promotionstrategie. In Abhängigkeit von diesen Strategien können die Vertriebslinien klassifiziert werden, wofür sich das bipolare Klassifikationsschema des Geschäftsstätten-Kontinuums mit „every-day-low-prices stores“ (EDLP-Geschäften) auf der einen und „high-and-low-pricing stores“ (HiLo-Geschäften) auf der anderen Seite bewährt hat. Discounter wenden als EDLP-Geschäfte eine Dauerniedrigpreis-Strategie ein und bieten generell die Artikel ihres Sortiments zu einem Preis unter dem üblichen Preisniveau an. Im Gegensatz dazu können Supermärkte und Verbrauchermärkte als HiLo-Geschäfte klassifiziert werden, da sie mit einer ausgeprägten Promotionstrategie einzelne Artikel für einen begrenzten Zeitraum preisreduziert anbieten. Der typische EDLP-Shopper kann mit einer geringeren Affinität zu Preispromotions als der typische HiLo-Shopper charakterisiert werden, der gezielt nach Sonderangeboten sucht. Da Preispromotions unabhängig von der Vertriebslinie zum preispolitischen Alltag gehören, stellt sich für die Handelsunternehmen deshalb die Frage, ob sich die Nachfrageeffekte der Preispromotions zwischen den Vertriebslinien unterscheiden. Dabei gilt es zu berücksichtigen, dass die Promotioneffekte nicht nur sofort, sondern auch in späteren Perioden eintreten können. Insofern kann zwischen der Gesamtwirkung sowie den kurz-, mittel- und langfristigen Wirkungen einer Promotionmaßnahme unterschieden werden. Als eine Erfolgsgröße bietet sich die Kategorienachfrage an, weil die Händler eher an dem Erfolg einer gesamten Kategorie als am Erfolg einer einzelnen Marke interessiert sind. Darüber hinaus ist es relevant für den Händler zu wissen, unter welchen Rahmenbedingungen Preispromotions besonders erfolgreich sind.

Ziele dieses Forschungsprojekt sind daher (1) die Quantifizierung der dynamischen Kategorieeffekte der Preispromotion in unterschiedlichen Vertriebslinien des LEH und (2) die Analyse der Bedeutung von Marktcharakteristika als Einflussfaktoren der Promotionwirkung. Die Daten der empirischen Analysen stammen aus einem Scanner-Handspanel, das Abverkaufdaten für eine Vielzahl von Produktkategorien in verschiedenen Vertriebslinien aus den Jahren 2000 bis 2001 enthält. Mit der Methode der Persistenzmodellierung, die für die Quantifizierung dynamischer Marketingeffekte besonders geeignet ist, werden für 33 Produktkategorien in den

Vertriebslinien Discounter, Supermarkt und Kleiner Verbrauchermarkt eines bundesweit operierenden Handelsunternehmens die Preispromotion–Elastizitäten bestimmt. Die empirischen Befunde decken auf, dass das Potenzial für langfristige Effekte im Discounter höher ist als im Supermarkt und im Kleinen Verbrauchermarkt. Dennoch können in jeder Vertriebslinie nur in einem Drittel der potenziellen Kategorien dauerhafte Effekte der Preispromotion nachgewiesen werden. Unabhängig von der Vertriebslinie sind temporäre Absatzwirkungen der Preispromotion die Regel. Dynamische mittelfristige Effekte sind bei ungefähr der Hälfte der Kategorien in jeder Vertriebslinie präsent. Die Analysen zeigen, dass unabhängig von der Vertriebslinie Preispromotions grundsätzlich mengenmäßig erfolgreich sind und nicht nur dem Markenabsatz, sondern auch dem gesamten Kategorieabsatz fördern. Die durchschnittliche Gesamt–Preispromotion–Elastizität ist im Kleinen Verbrauchermarkt am höchsten und im Supermarkt am geringsten. Das Testergebnis eines Mittelwert–Differenzentests weist jedoch auf statistische Insignifikanz der Wirkungsunterschiede zwischen den Vertriebslinien hin. Das legt die Vermutung nahe, dass die Kunden als hybride und multioptionale Käufer jede Einkaufsstätte – EDLP– und HiLo–Geschäfte – aufsuchen und auf Sonderangebote reagieren. Bei der Verteilung der Preispromotion–Elastizitäten ist hingegen ein signifikanter Wirkungsunterschied zu beobachten. Während im Discounter eine Vielzahl geringer Effekte beobachtbar ist, zeichnen sich der Supermarkt und der Kleine Verbrauchermarkt durch sehr hohe Effekte in einigen Kategorien aus.

Die Ergebnisse der Folgeanalysen zeigen, dass Händler besonders dann mit Preispromotions kurzfristig den Kategorieabsatz steigern können, wenn diese in Food–Kategorien mit einem breiten aber nicht zu tiefem Sortiment durchgeführt werden. Bei der Promotion–Intensität sollte der Fokus auf einer hohen Frequenz und nicht zu hohen Preisreduktionen liegen. Einen positiven Einfluss auf die Höhe der Gesamtwirkung einer Preispromotion haben eine regelmäßige Promotion–Frequenz und die Anzahl vieler Marken in einer Kategorie.

4.2 Lehrstuhl für Controlling

Berichterstatter: *Prof. Dr. Birgit Friedl*

1. Arbeitsgebiet: 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. die zielorientierte 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

Unternehmensnetzwerk der Gegenstand dieser Unterstützungsfunktion. Es sind bereits mehrere Beiträge zur Koordination in Unternehmensnetzwerken erschienen. In diesen Beiträgen wird nicht auf die Interdependenzen zwischen verschiedenen Netzwerkpartnern eingegangen, die einen unternehmensübergreifenden 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 Unternehmensnetzwerke auf der Basis der entscheidungsorientierten Konzeption zunächst die Auseinandersetzung mit den folgenden Fragen: (1) Gibt es einen Bedarf an unternehmensübergreifender 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 unternehmensübergreifender 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 unternehmensübergreifenden Entscheidungskoordination? Die Analyse der unternehmensübergreifenden 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.

2. Arbeitsgebiet: Grundfragen des Kostenmanagements

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

Ein weiteres Projekt beschäftigt sich mit der verhaltenswissenschaftlichen Fundierung des Kostenmanagements; eine Fragestellung, die auch international bisher nur am Rande betrachtet worden ist. Wird das für die Diskussion der vergangenen Jahre typische projektbezogene Verständnis des Kostenmanagements beibehalten, ergeben sich zwei Ansatzpunkte für die verhaltenswissenschaftliche Fundierung des Kostenmanagements: (1) Maßnahmen zur Kostengestaltung verändern die Arbeitsbedingungen nachhaltig oder führen unter Umständen sogar zum Abbau von Arbeitsplätzen. Sie lösen bei den Mitarbeitern Widerstände gegen die Umsetzung aus, denen durch gezielte Maßnahmen entgegengewirkt werden muss. Das proaktive Kostenmanagement, das auf eine kontinuierliche Kostengestaltung zielt, löst weit weniger Widerstände bei den Beteiligten und den Betroffenen aus. (2) Wird auf dieses Verständnis des

Kostenmanagements übergegangen, tritt ein anderer Verhaltensaspekt in den Vordergrund: Mitarbeiter auf allen Ebenen der Unternehmungshierarchie und in allen Bereichen der Unternehmung sind zu motivieren, kreative Ideen zur Kostengestaltung zu entwickeln und Entscheidungen kostenorientiert zu treffen. Ziel des Projektes ist es, die Ansätze zur Beeinflussung des Entscheidungs- und Ausführungsverhaltens sowie zur Förderung der Kreativität der Mitarbeiter, die in der Psychologie sowie in der betriebswirtschaftlichen Organisationslehre für den Unternehmungswandel und das Innovationsmanagement entwickelt worden sind, zu sichten und auf ihre Eignung für das Kostenmanagement zu überprüfen. In beiden Projekten werden auf dem Gebiet des Kostenmanagements völlig neue Wege beschritten, der Problembereich des Kostenmanagements deutlich erweitert und neue Forschungsfragen aufgeworfen, die in nachfolgenden Projekten bearbeitet werden sollen. Die Ergebnisse sollen in einer Monographie veröffentlicht werden.

3. Arbeitsgebiet: Empirische Untersuchung zur institutionalen und funktionalen Ausgestaltung des Kostenmanagements

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

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

Das Projekt befasste sich in seiner Ausgangsfrage mit der Erklärung des Zustandekommens und des Controllings von Unternehmensnetzwerken. Ein Hauptarbeitsfeld ist eine Fallstudie über die IBM Corporation. Dabei wird das Augenmerk auf deren wirtschaftliche Entwicklung während der vergangenen anderthalb Dekaden gerichtet und mit ihrer historischen Entwicklung vor dieser Zeit kontrastiert. Der Vergleich zeigt systematisch verschiedene Verhaltensweisen.

Während sich das strategische Handeln der Unternehmung in ihrer älteren Geschichte gut mit traditionellen theoretischen Ansätzen wie der Industrie- und Netzwerkökonomik erklären lässt, existierten für die jüngere Entwicklung bislang keine Theoriegebäude oder Modelle, die sie beschreiben oder erklären könnten. Anknüpfend an Arbeiten zu hyperkompetitiven Unternehmensumwelten sowie der Literatur zu Unternehmensnetzwerken konnte ein Modell zu komplexen Unternehmensvernetzungen, so genannten Unternehmensökosystemen oder Business Ecosystems, entwickelt werden, das mittlerweile positive Resonanz gefunden hat und das inhaltlich weit über den Gedanken von Unternehmensnetzwerken hinaus reicht.

Daraus lassen sich Ansätze für die Weiterentwicklung des Controllings ableiten. In der Vergangenheit befasste sich das Controlling im Wesentlichen mit zwei Aspekten: einerseits der Sicherung allokativer Effizienz durch die Darstellung und Analyse von Kostenstrukturen einer Unternehmung und Verfahren der Planung sowie andererseits der Sicherung transaktionaler Effizienz durch die Gestaltung von Governance- und Anreizstrukturen, pretialer Lenkung, Unterstützung von Entscheidungen über Eigenfertigung und Fremdbezug etc. Auch die Literatur zum Netzwerkcontrolling reichte nicht über diese Konzepte hinaus. Vor dem Hintergrund der IBM-Studie, zunehmend hyperkompetitiven Unternehmensumfeldern sowie auch eines wachsenden Dienstleistungsanteils an der Wertschöpfung tritt ein weiterer Themenkomplex hinzu: die Herstellung transformationaler Effizienz, denn Unternehmen sind in zunehmendem Umfange genötigt, sich zu rekonfigurieren und sich in ihrem Ökosystem dynamisch zu positionieren. Damit tritt die Frage nach den Kosten der Transformation und ihrer Minimierung in das Blickfeld des Interesses, womit eine neue evolutorische Stufe in der Controllingforschung betreten wird.

4.3 Lehrstuhl für Finanzwirtschaft

Berichterstatter: *Prof. Dr. Peter Nippel*

Arbeitsgebiet 1: Aktienrückkauf

Seit 2004 beschäftigt sich der Lehrstuhl mit theoretischen Fragestellungen aus dem Bereich Aktienrückkäufe (vgl. Jahresbericht 2004 und 2005). Diese Forschung wurde auch in 2006 fortgesetzt. In weiteren Veröffentlichungen erfolgte eine genauere Betrachtung der Zusammenhänge zwischen Aktienrückkäufen und dem Vorliegen asymmetrischer Informationsstände zwischen den Kapitalmarktteilnehmern [45] sowie möglichen Wohlfahrtsverbesserungen durch den Einsatz von so genannten „Transferable Put Rights“ (TPRs) für den Rückkauf eigener Aktien [44]. Das Vorliegen asymmetrischer Informationen ermöglicht die Ausnutzung einer fundamentalen Unterbewertung einer Aktiengesellschaft am Kapitalmarkt. Die Ankündigung eines Aktienrückkaufs schafft dann grundsätzlich eine werthaltige Optionsposition die sich in einer positiven Aktienkursreaktion widerspiegelt. Da jedoch mit dem Rückkauf eigener Aktien eine Vermögensumverteilung von den veräußernden zu den nicht veräußernden Aktionären einher geht, werden die Anleger möglicherweise den potenziellen „Winner's Curse“ antizipieren, wodurch der Wert der Rückkaufoption auf Null sinkt und der positive Ankündigungseffekt auf informationseffizienten Kapitalmärkten entfällt. Antizipieren die Anleger hingegen die mögliche Vermögensumverteilung durch den Aktienrückkauf nicht, oder sind bestimmte Anlegergruppen aufgrund von Beschränkungen nicht in der Lage frei, über die Teilnahme am Aktienrückkauf zu entscheiden, oder löst die Teilnahme an einem Aktienrückkauf Steuerzahlungen aus, so

dass einige Anleger es vorziehen nicht an einem Aktienrückkauf teilzunehmen und eine Kapitalverwässerung in Kauf nehmen müssen, kann gezeigt werden (vgl. [44]), dass der Rückkauf eigener Aktien bei Ausgabe von TPRs zu einer Pareto-Verbesserung aus Sicht der Aktionäre führt. Weitere Veröffentlichungen zum Thema Aktienrückkauf, u.a. mit Bezug auf die Folgen der Verfahrenswahl und die direkten Auswirkungen der Durchführung von Aktienrückkäufen auf ineffizienten Kapitalmärkten, sollen folgen.

Arbeitsgebiet 2: Kapitalherabsetzung bei Unternehmenssanierung

Die Bedeutung von Kapitalherabsetzungen bei Unternehmenssanierungen wurde bisher kaum in finanzwirtschaftlichen Abhandlungen aufgegriffen. Daher beschäftigten sich Nekat/Nippel ([46]) mit einem Überblick über die möglichen Formen von Kapitalherabsetzungen in Deutschland und analysieren allgemein, wann eine vereinfachte Kapitalherabsetzung ein notwendiges Instrument für das Gelingen einer Unternehmenssanierung ist. Im Wesentlichen lassen sich hierfür zwei Gründe identifizieren. So ist eine vereinfachte Kapitalherabsetzung immer dann eine notwendige Voraussetzung für eine Unternehmenssanierung, wenn im Rahmen der Unternehmenssanierung frisches Eigenkapital aufgenommen werden muss, die Kapitalherabsetzung jedoch zum derzeitigen Aktienkurs nicht gelingen kann, weil dieser unterhalb des rechnerischen Mindestnennwerts zur Ausgabe neuer Aktien von 1 Euro liegt. Außerdem kann eine vorangehende vereinfachte Kapitalherabsetzung immer dann für das Gelingen einer Unternehmenssanierung notwendig sein, wenn ein Kapitalgeber die Bereitstellung frischen Eigenkapitals an die Erreichung bestimmter Stimmrechtsquoten knüpft.

Arbeitsgebiet 3: Auswirkungen der Ausschüttungspolitik bei ineffizientem Kapitalmarkt

Auf einem ineffizienten Kapitalmarkt spiegeln die Preise nicht stets den „wahren Wert“ der gehandelten Finanzierungstitel wider. Wir modellieren dies durch die Existenz von so genannten nicht smarten Investoren. Die Existenz dieser Anlegergruppe führt unter beschränkter Arbitrage zu einer fallend verlaufenden Gesamtnachfrage nach Aktien, wodurch die Ausschüttung einer Aktiengesellschaft direkte Auswirkungen auf den Aktienkurs und das Aktionärsvermögen entfaltet. Wir entwickeln somit einen Erklärungsansatz für die Vorteilhaftigkeit von Ausschüttungen abseits der in der Literatur vorherrschenden Erklärung über die Ankündigungswirkungen der Ausschüttungspolitik in Signalisierungsspielen. Hinsichtlich der Kurs- und Vermögenswirkungen lässt sich zeigen, dass der Rückkauf eigener Aktien das vorteilhafteste Instrument der Ausschüttungspolitik darstellt. Die Ausschüttung einer Dividende hat ebenfalls positive Effekte auf die Vermögensposition und das Kursniveau nach Ausschüttung, ist jedoch in seiner Auswirkung weniger vorteilhaft als der Aktienrückkauf. Der Einsatz so genannter „Dividenden Reinvestitionspläne“ (DRIPs), die in Europa bisher weitestgehend unbekannt, jedoch in den USA üblich sind, führt zu einer Steigerung der Vorteilhaftigkeit der Dividendenzahlung bezüglich Aktienkurs und Vermögensposition der Aktionäre, bleibt jedoch ebenfalls hinter den Wirkungen von Aktienrückkäufen zurück. Alle Modellergebnisse gelten unter der Existenz von Steuern auf Dividenden und Kapitalgewinne. Eine Veröffentlichung ist in Vorbereitung.

Arbeitsgebiet 4: Die Struktur der Fremdfinanzierung von „kleinen“ Unternehmen bei ineffizienten Kapitalmärkten und heterogenen Erwartungen

Small firms often do not have direct access to capital markets. They have to rely on banks, other intermediaries specialized in investing in small businesses, and perhaps wealthy individuals

as lenders. If the potential lenders have heterogeneous beliefs with respect to the firm's future cash flow distribution, and are restricted in reselling and repackaging financial claims from lending to the firm, the identity of the lender and the structuring of the debt claims matter. We show that an entrepreneur almost always benefits from raising capital by selling senior and junior debt claims instead of selling only one single debt claim or only claims with the same seniority.

Arbeitsgebiet 5: Informationskaskaden nach dem ersten Börsengang

During the hot issue period 1999 – 2000, IPOs in Continental European stock markets reached astronomical levels of underpricing although underpricing varied from 21 percent in the French Nouveau Marché to 56 percent in the German Neuer Markt. We present evidence that this 'underpricing' in part reflects the presence of informational cascades in the aftermarket. More specifically, we find that initial underpricing is higher for constrained IPOs, which we assume to be more likely to be subject to cascades. This underpricing difference between constrained and unconstrained IPOs falls with the time horizon of the underpricing measure both in the Neuer Markt and the Nouveau Marché. Other theories, such as the theory that underpricing compensates some classes of investors, do not sustain this finding. While the dummy variable for constrained IPOs becomes insignificant some days after the IPO in the Nouveau Marché, it keeps significance for several weeks in the Neuer Markt which suggest that the cascades are more persistent in the Neuer Markt. In this market we can also pin down the burst of the bubble some two months after the IPO in the form of a negative correlation between initial underpricing and excess returns during a future 40 day time window for constrained IPOs, while this is not or much less the case for unconstrained IPOs. Other theories that view underpricing as a signal of firm quality imply, in contrast, a positive correlation of first-day returns and long-run excess returns in the aftermarket. Cascades in the aftermarket blur the effect of other more fundamental determinants if only initial underpricing is considered. With longer time horizons, determinants related to ex-ante uncertainty lose importance in explaining underpricing, while other determinants appear on the radar screen. The change in control at the IPO for example is not significantly related to short-horizon underpricing, but it explains long-run underpricing in a consistent manner. Underpricing regressions for sub-samples of constrained and unconstrained IPOs show that the revealed ex-ante uncertainty stronger impacts short-horizon underpricing of constrained IPOs. Long-run underpricing of constrained and unconstrained IPOs is similarly affected by the revealed ex-ante uncertainty.

Arbeitsgebiet 6: Internationalisierung im Private Equity Bereich

Cross-border private equity deals have increased substantially in recent years. This paper looks at the issue of how European investors view their local counterparts in the portfolio companies' home countries. If they regard them as rivals, they will target countries that lack a private equity industry. If they view them as (potential) partners, however, they will prefer investing in countries with a mature private equity industry. We test these two contradictory hypotheses by using a unique cross-border country dataset on international investments of European private equity investors. We find that European investors predominantly invest in countries with more mature private equity industries. The presence of local private equity investors also determines how European investors exploit differences in growth rates between the target country and their home country: European private equity investors respond more strongly to given growth differentials if investments can be syndicated with an experienced local investor. In our reading, these findings are in line with the partnership hypothesis.

Arbeitsgebiet 7: Optionen in der Kapitalanlage

Das als Dissertation angelegte Forschungsprojekt zu Optionsstrategien in der Kapitalanlage unter Rendite-Risiko-Gesichtspunkten konnte in diesem Jahr abgeschlossen werden. Es wurde u.a. die Frage beantwortet, warum Optionen überhaupt im Rahmen der Asset Allocation berücksichtigt werden sollten, da es sich bei diesen unter den gängigen Annahmen um redundante Wertpapiere handelt. Wie gezeigt werden konnte, ist der Einsatz von Optionen jedoch eine Möglichkeit, eine implizite Umschichtung des Portfolios im Zeitablauf vorzunehmen, was ihren Einsatz im Portfoliomanagement rechtfertigt. Im Gegensatz zu der in der Literatur vertretenen Auffassung, dass es durch den Einsatz von Optionen möglich sei, Positionen oberhalb der Kapitalmarktklinie zu erreichen, wurde gezeigt, dass diese Auffassung nicht zu halten ist, wenn berücksichtigt wird, dass eine Buy-and-Hold Strategie im Mehrperiodenfall nicht effizient ist. Es konnte gezeigt werden, dass insbesondere der Verkauf von Call Optionen in Verbindung mit dem Kauf des Marktportfolios eine unter Rendite-Risiko-Gesichtspunkten besonders vorteilhafte Strategie ist. Diese erlaubt es im Durchschnitt, 85 % der maximal erreichbaren Steigerung der so genannten Sharpe-Ratio zu realisieren. Eine darüber hinausgehende Steigerung ist möglich, wenn auch Put Optionen veräussert werden. Die durchschnittlich erreichbare Steigerung für als plausibel erachtete Parameter Konstellationen beträgt dann ca. 95 %.

4.4 Lehrstuhl für Gründungs- und Innovationsmanagement

Berichterstatter: *Prof. Dr. Achim Walter*

Arbeitsgebiet 1: Wachstum von Spin-offs aus öffentlichen Forschungseinrichtungen

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

Vor diesem Hintergrund geht das Forschungsprojekt der Frage nach, inwieweit der Erfolg bzw. der Misserfolg akademischer Spin-offs durch Eigenschaften ihres technologischen Wissens, durch das Management und durch das Gründungsumfeld bestimmt wird. Erste Ergebnisse wurden auf Konferenzen vorgestellt. Das Projekt wird voraussichtlich in diesem Jahr abgeschlossen.

Arbeitsgebiet 2: Die Entwicklung von Netzwerk-Kompetenz

Akademische Spin-offs sind zur Realisierung von Wachstumszielen auf die erfolgreiche Integration in industrielle Wertschöpfungsketten angewiesen. Damit einher geht die Notwendigkeit der Zusammenarbeit mit externen Partnern. Diese Netzwerkpartner ermöglichen ihnen z.B. den schnellen, effektiven und relativ unkomplizierten Zugang zu komplementärem technischen Know-how, zu Marktinformationen, zu potentiellen Kunden oder zu günstigem Kapital. Wertschöpfende Netzwerke entstehen jedoch nicht von selbst. Vielmehr birgt die Zusammenarbeit mit externen Partnern mitunter auch Risiken und kann mit konkreten Nachteilen verbunden sein. Forschungsergebnisse deuten darauf hin, dass besonders erfolgreiche Unternehmen spezielle organisationale Routinen bzw. Fähigkeiten zur Gestaltung, Nutzung und Pflege ihres Netzwerks ausbilden, die so genannte Netzwerk-Kompetenz. Bisher gibt es jedoch kaum umsetzbare Vorschläge, wie die Entwicklung von Netzwerk-Kompetenz gezielt gefördert werden kann. In dem Forschungsprojekt wird der Frage nachgegangen, welche Maßnahmen das Management ergreifen kann, um Netzwerk-Kompetenz aufzubauen. In einem longitudinalen Design wird die Entwicklung von Netzwerk-Kompetenz am Beispiel von akademischen Spin-offs empirisch überprüft.

Arbeitsgebiet 3: Gewinnung von Marktinformationen in akademischen Spin-offs

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

In dem Forschungsprojekt soll daher untersucht werden, wie akademische Spin-offs über Märkte und Anwenderbedürfnisse lernen müssen, um ihre Technologie in marktfähige Produkte umzusetzen, und wie dieses den Erfolg der Spin-offs beeinflusst. Die gewonnenen Erkenntnisse fließen in akademische Ausgründungen ein, die im Rahmen diverser Projekte am Lehrstuhl betreut und weiterentwickelt werden.

Arbeitsgebiet 4: Patentbewertung und Patentstrategien von Ausgründungen aus Forschungseinrichtungen

Ausgründungen aus Universitäten überführen Technologien aus öffentlicher Forschung in industrielle Anwendungen. Aktuelle Forschungsergebnisse zeigen, dass diese Technologien weniger auf bekannten Technologien aufbauen und weiter von einer marktreifen Anwendung entfernt sind als Technologien, die an etablierte Unternehmen lizenziert werden. Die Kommerzialisierung junger, radikaler Technologien ist jedoch ein zeitintensiver, risikobehafteter Prozess, der unter Umständen umfangreiche Investitionen in Vertriebsstrukturen, Marketing und Produktionsanlagen erfordert. Etablierte Unternehmen verfügen bereits über diese Strukturen und sind

daher wesentlich besser positioniert, um eine Technologie zu kommerzialisieren. Rechtliche Schutzmechanismen, wie Patente, können jedoch die Imitation der Technologie des akademischen Spin-offs hindern und ihm damit die Chance geben, Kundenbeziehungen aufzubauen und sich in industrielle Wertschöpfungsketten zu integrieren, bevor der Wettbewerb einsetzt. Zugleich bergen Patente jedoch die Gefahr, dass das akademische Spin-off seinen technologischen Vorsprung durch Offenlegung preisgibt, wenn Konkurrenten schnell Wege finden, das Patent zu umgehen.

Zurzeit ist deshalb unklar, wie akademische Spin-offs ihr geistiges Eigentum sinnvoll durch Patente schützen und welche Eigenschaften von Patenten hierbei ausschlaggebend sind.

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

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

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

Arbeitsgebiet 6: Zusammenarbeit mit Wettbewerbern

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

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

4.5 Lehrstuhl für Innovation, Neue Medien und Marketing

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

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

1. Arbeitsgebiet: Verkaufs- und Kundenmanagement

Neben der Akquisitionsphase umfasst das Kundenmanagement auch die Phasen der Umsatzweiterung durch Up- und Cross-Selling sowie der Kundenbindung. Viele Unternehmen haben erhebliche Investitionen in computergestützte Customer-Relationship-Management-Systeme investiert, um sich Wettbewerbsvorteile zu sichern, ohne dass sich allerdings immer ein Erfolg eingestellt hat. In [24] und [25] wird deshalb untersucht, von welchen Maßnahmen der Erfolg von CRM-Systemen abhängt. Darin werden die Ergebnisse einer empirischen Studie vorgestellt, bei der ca. 90 Projekte der Unternehmensberatung Accenture ausgewertet werden konnten. Es zeigt sich, dass der Erfolg vorwiegend über ein gutes Up- und Cross-Selling erreicht wird, während Verbesserungen der Kundenbindung keine signifikante Erfolgswirkung zeigen, weil vermutlich die Kosten höher als die Erträge sind. Im Übrigen haben sich gerade die einfachen Maßnahmen, die keine sophistische IT-Unterstützung brauchen, als besonders erfolgswirksam herausgestellt. Im Marketing wollen Unternehmen wissen, welche Effekte von dem Einsatz ihrer Marketing-Instrumente auf den Absatz des Gesamtmarkts und welche auf den Marktanteil ausgehen. Dies ist deshalb von Bedeutung, da bei Effekten auf den Marktanteil die Gefahr besteht, dass sich Wettbewerber genötigt sehen, ihrerseits zu kontern. Auf der anderen Seite sind Maßnahmen, die den gesamten Markt positiv beeinflussen, auch für die Konkurrenten von Vorteil. In [21] wird deshalb gezeigt, wie man die Effekte differenziert aus Panel-Daten schätzen kann.

2. Arbeitsgebiet: Methodik der empirischen Forschung

In vielen Bereichen der betriebswirtschaftlichen Forschung wird empirisch vorgegangen. Man will herausfinden, wie Zusammenhänge zwischen Entscheidungen und Umweltbedingungen aussehen. Das betriebswirtschaftliche Graduiertenkolleg ist in besonderem Maße durch eine empirische Fundierung gekennzeichnet. Empirischen Erkenntnissen kann man jedoch nur dann

vertrauen, wenn sie methodisch sauber gewonnen worden sind. Deshalb haben die am Graduiertenkolleg beteiligten Professoren ein Buch zur Methodik der empirischen Forschung herausgegeben [7]. Dieses Buch enthält von den Graduierten geschriebene Beiträge zu Aspekten der empirischen Forschungskonzeption, Datensammlung, Datenauswertung und Bewertung der Ergebnishüte. Im einzelnen sind von meinem Lehrstuhl Beiträge entstanden zu Verfahren der Datenerhebung [34], Möglichkeiten der Stichprobenbildung [36], Fuzzy Clustering mit Mixture Models [17], Nachweis und Behandlung von Multikollinearität [61], Simultane Schätzung von Choice-Modellen und Segmentierung [33], Endogenität und Instrumentenschätzer [50], Analyse kausaler Wirkungszusammenhänge mit Hilfe von Partial Least Squares (PLS) [48], Bootstrapping und andere Resampling-Methoden [51], Ausgewählte Verfahren der Holdout- und Kreuzvalidierung [41] und Prognosegütemaße [8]. Wird in der empirischen Forschung mit komplexen Konstrukten gearbeitet, die durch Indikatoren operationalisiert werden, dann müssen Strukturgleichungsmodelle gebildet und geeignet ausgewertet werden. Während man früher die Konstrukte durch reflektive Indikatoren operationalisiert hatte, wird in [6] gezeigt, dass es sich meist um Missspezifikationen handelt. Besser ist es, ein Strukturmodell mit formativen Indikatoren aufzustellen, das man mit Partial Least Squares schätzen kann und die unterschiedliche Wirkung einzelner Treiber (Indikatoren) auf den Erfolg zeigt. Gelegentlich sind die Konstrukte so umfassend, dass sie über mehrere Stufen hinweg operationalisiert werden. Dabei wird in [5] gezeigt, dass bisher gebildete Konstrukte zweiter Ordnung meist misspezifiziert sind. Es werden Empfehlungen gegeben, wie man solche Konstrukte operationalisieren kann.

3. Arbeitsgebiet: Medienmanagement

Im Bereich des Medienmanagement stellt sich das Problem, ob man eine entsprechende Spezialisierung in der Ausbildung an den Hochschulen braucht. In [4] wird argumentiert, dass man dies nicht zentralistisch regeln sollte, sondern möglichst sowohl spezialisierte als auch nicht spezialisierte Angebote braucht.

Bei Medienprodukten stellt sich häufig das Problem, inwieweit Meinungsführer den Absatz beeinflussen. Medienprodukte wie Bücher und Filme sind meist nicht vorher zu beurteilen, werden aber auch häufig nur einmal konsumiert. Dann können Kritiker als Meinungsführer eine Rolle spielen. In [16] wird untersucht, welcher Einfluss das Literarische Quartett auf den Erfolg der diskutierten Bücher hatte. Entgegen der landläufigen Meinung, dass diese Sendung einen erheblichen Einfluss hat, kann hier eher gefolgert werden, dass dort solche Bücher vorgestellt worden sind, die ohnehin erfolgreich waren, so dass man nicht sagen kann, ob der weitere Erfolg auf die Güte des Buches oder die Sendung zurückzuführen ist. In der Musikindustrie stellen Tauschbörsen zum illegalen Herunterladen von Musikstücken eine große Rolle. In [11] wird auf Basis einer großzahligen empirischen Studie gezeigt, welche Motive die teilnehmenden Personen haben und sich diese im Verlaufe der Nutzung dynamisch verändern.

4.6 Lehrstuhl für Organisation

Berichterstatter: *Prof. Dr. Joachim Wolf*

Arbeitsgebiet 1: Organisation internationaler Unternehmen

In [84] wird herausgearbeitet, welche Formen der Unternehmensorganisation zu welchen Stufen des Internationalisierungsprozesses von Unternehmen passen. Es zeigt sich, dass grenzüberschreitend tätige Unternehmen im Internationalisierungsprozess zwei organisatorische Hauptdimensionen zu gestalten haben, nämlich die strukturelle und die prozessuale. Im Hinblick auf diese beiden Hauptdimensionen der Unternehmensorganisation werden internationalisierungsstufenspezifische Aussagen unterbreitet. Angesichts der Notwendigkeit zu einer internationalisierungsstufenspezifischen Gestaltung der Organisation internationaler Unternehmen erscheinen universalistisch angelegte Konzeptionen wie diejenige der transnationalen Lösung wenig hilfreich. [1] untersucht Matrixstrukturen, die in internationalen Unternehmen relativ weit verbreitet sind. Es werden die Eigenschaften einzelner Matrixvarianten aufgezeigt und geeignete strategische Anwendungsfelder spezifiziert. Weiterhin werden erfolgsgestiftende Strategie-Struktur-Kombinationen identifiziert. Überdies werden Erfolgsfaktoren bestimmt, welche die Anwendung von Matrixstrukturen zielführend beeinflussen. Schließlich wird der Zusammenhang zwischen der formalen Organisationsstruktur und der informellen Netzwerkbildung untersucht.

Arbeitsgebiet 2: Landeskultur und Management

In [54] werden die Führung, Planung und Organisation multikultureller Arbeitsgruppen untersucht. Deren Gestaltung ist insofern schwierig, als multikulturelle Arbeitsgruppen einen grundsätzlichen Konflikt zwischen Vielfalt und Konsens zu bewältigen haben. Durch die Integration der drei relevanten Forschungsbereiche Kultur-, Gruppen- und Vielfaltsforschung in das Konzept der lose gekoppelten Systeme wird der vorbezeichnete Konflikt hin zu einer erhofften Synergie aufgelöst. In [83] werden die in skandinavischen Unternehmen vorherrschenden Managementstile in einer kriteriengeleiteten Form dargelegt und erläutert. Die Analyse beruht auf einer Auswertung von empirischen Untersuchungen, die teilweise in den skandinavischen Ländern selbst, teilweise anderswo durchgeführt wurden. Weiterhin wird geprüft, inwieweit die vorgefundenen Managementstile mit den kulturellen Merkmalen der skandinavischen Länder erklärbar sind. Es zeigt sich, dass in den skandinavischen Ländern ein vergleichsweise demokratisches und egalitäres Führungssystem vorherrscht. Ein weiteres Ergebnis besteht darin, dass die vorgefundenen Managementstile in einem hohen Maße mit den landeskulturellen Besonderheiten der skandinavischen Länder erklärbar sind.

Arbeitsgebiet 3: Forschungsleistung in der deutschsprachigen Betriebswirtschaftslehre zwischen 1982 und 2001

In [43] und [73] wird die Forschungsleistung deutschsprachiger Wissenschaftler der Betriebswirtschaftslehre untersucht. Es wird der Forschungsoutput in sechs führenden deutschsprachigen betriebswirtschaftlichen Fachzeitschriften als Indikator für die Forschungsleistung verwendet. Unter anderem zeigt sich, dass das Leistungsniveau der Universitätsprofessoren erheblich streut und dass die Präsenz von Praktikern in den Zeitschriften im Untersuchungszeitraum deutlich zurückgegangen ist. Schließlich kann für fast alle Zeitschriften festgestellt werden, dass sowohl der Zusammenhang zwischen Herausgeber- und Autorenschaft als auch

das Ausmaß der Dominanz einzelner Autoren stark rückläufig ist. Der Beitrag [74] thematisiert längerfristige Leistungsschwankungen der Wissenschaftler. Es kann gezeigt werden, dass die Publikationsleistung von Professoren wissenschaftlicher Hochschulen nach ihrer Ersternennung nicht zurückgegangen, sondern leicht angestiegen ist, dass die Gruppe der später Ersternannten während ihrer vorausgegangenen Zeit als Nachwuchswissenschaftler mehr publiziert hat als diejenige der früher Ersternannten, dass diejenigen, die vor ihrer Ersternennung hoch produktiv waren, auch danach weit überdurchschnittlich viel publizierten, dass der Wechsel eines Professors an eine andere Hochschule der Forschungsproduktivität keinen wesentlichen Abbruch tat und dass wechselnde Professoren in der Gesamtzeit vor und nach ihrem Wechsel wesentlich mehr leisteten als solche, die nicht wechselten.

Arbeitsgebiet 4: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken

Die dargestellten forschungsorientierten Aktivitäten wurden durch andere, jedoch eher im Lehrbereich liegende Aktivitäten ergänzt. Erwähnt werden soll hier insbesondere die Vorbereitung der 4. Auflage des Lehrbuchs „Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken“ [63]. Bei der Ausarbeitung der 4. Auflage dieses etablierten Lehrbuchs wurden insbesondere die Herausforderungen berücksichtigt, die sich aus der Umstellung der Diplomstudiengänge auf Bachelor- und Masterstudiengänge ergeben.

4.7 Lehrstuhl für Produktion und Logistik

Berichtersteller: *Prof. Dr. Andreas Drexel*

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

Arbeitsgebiet 1: Logistik

- [14] This paper deals with automated guided vehicles (AGVs) which transport containers between the quay and the stack on automated container terminals. The focus is on the assignment of transportation jobs to AGVs within a terminal control system operating in real time. First, we describe a rather common problem formulation based on due times for the jobs and solve this problem both with a greedy priority rule based heuristic and with an exact algorithm. Subsequently, we present an alternative formulation of the assignment problem which does not include due times. This formulation is based on a rough analogy to inventory management and is solved using an exact algorithm. The idea behind this alternative formulation is to avoid estimates of driving times, completion times, due times and tardiness because such estimates are often highly unreliable in practice and do not allow for accurate planning. By means of simulation, we then analyze the different approaches. We show that the inventory based model leads to better productivity on the terminal than the due time based formulation.

- [18] Flight gate scheduling: state-of-the-art and recent developments. This paper surveys a large variety of mathematical models and up-to-date solution techniques developed for solving a general flight gate scheduling problem that deals with assigning different aircraft activities (arrival, departure and intermediate parking) to distinct airport terminals. The aim of the work is both to present various models and solution techniques which are available in nowadays literature and to give a general idea about new open problems that arise in practise. We restrict the scope of the paper to flight gate management without touching scheduling of ground handling operations.
- [47] Airline rescheduling is a relatively new field in airline Operations Research but increasing amounts of traffic will make disturbances to the original schedule more frequent and more severe. Thus, the need to address the various problems arising from this situation with systematic, cost-efficient approaches is becoming more urgent. One such problem is crew rescheduling where after a disturbance in the crew schedule the aim is to determine new crew assignments that minimize the impact on the original schedule. In this work we present a new duty-period-based formulation for the airline crew rescheduling problem that is tailored to the needs of European airlines. It uses a new type of resource constraints to efficiently cover the various labor regulations. A solution method based on branch-and-price is tested on various rescheduling scenarios, each with several distinct cases. Results show that the solution method is capable of providing solutions within the short period of time available to a rescheduler after a disturbance occurs.

Arbeitsgebiet 2: Operations Research

- [9] Generating a regular season schedule is a demanding task for any sports league. In Europe, the creation of a suitable schedule for every national top soccer league not only has to address numerous conflicting inner-league requirements and preferences. Additionally, the games of the European Cup matches (Champions League, UEFA Cup, National Cup Winners) have to be taken into account. In this paper we consider the case of Austria and Germany, that is the planning problem the „Deutsche Fußball-Bund“ (DFB) and the „Österreichische Fußball-Bund“ (ÖFB) are confronted with. For both leagues we develop models and algorithms which yield reasonable schedules quickly. The models borrow their expressive power from so-called partially renewable resources. Our approach generates schedules which have been accepted for play once by the DFB and six times by the ÖFB.
- [20] In this paper we consider the boolean optimization problem of finding the set of Pareto optimal solutions. The vector objectives are the positive cuts of linear functions to the non-negative semi-axis. Initial data are subject to perturbations, measured by the l_1 -norm in the parameter space of the problem. We present the formula expressing the extreme level (stability radius) of such perturbations, for which a particular solution remains Pareto optimal.
- [42] We consider a vector linear combinatorial optimization problem in which initial coefficients of objective functions are subject to perturbations. For Pareto and lexicographic principles of efficiency we introduce appropriate measures of the quality of a given feasible solution. These measures correspond to so-called stability and accuracy functions

defined earlier for scalar optimization problems. Then we study properties of such functions and calculate the maximum norms of perturbations for which an efficient solution preserves the efficiency.

Arbeitsgebiet 3: Produktion

- [13] The „Capacitated lot sizing problem with setup carry-over“ is based on the well known „Capacitated lot sizing problem“ and incorporates the possibility of preserving a setup-state from one period to the following. Sox and Gao decompose their first formulation (GCLP1) by Lagrangian relaxation. For obtaining a heuristic solution of the GCLP1 they use subgradient optimization and a dynamic programming algorithm to solve the corresponding subproblems optimally. The present paper elucidates that this algorithm does not necessarily provide the optimal solution of the subproblems. Additionally, an improved approach is presented.
- [19] This paper deals with two most important problems arising in sequencing mixed-model assembly lines. One problem is to keep the line's workstations loads as constant as possible (the 'car sequencing problem') while the other is to keep the usage rate of all parts fed into the final assembly as constant as possible (the 'level scheduling problem'). The first problem is a difficult constraint satisfaction problem while the second requires to optimize a nonlinear objective function. The contribution of this paper is twofold: First, we describe a branching scheme and bounding algorithms for the computation of feasible sequences for the car sequencing problem. Second, we present an algorithm which can optimize a level scheduling objective while taking care of the car sequencing constraints. Computational results are presented which show that feasible sequences can be obtained quickly for large problem instances.
- [40] This paper considers heuristics for the well-known resource-constrained project scheduling problem (RCPSP). It provides an update of our survey which was published in 2000. We summarize and categorize a large number of heuristics that have recently been proposed in the literature. Most of these heuristics are then evaluated in a computational study and compared on the basis of our standardized experimental design. Based on the computational results we discuss features of good heuristics. The paper closes with some remarks on our test design and a summary of the recent developments in research on heuristics for the RCPSP.

4.8 Lehrstuhl für Rechnungswesen

Berichterstatter: *Prof. Dr. Klaus-Rüdiger Veit*

Sonderprüfungen einzugrenzen und eine Charakterisierung deren Arten vorzunehmen, ist nicht leicht. Das liegt weniger an dem Problem, den Prüfungsbegriff abzugrenzen, als vielmehr an der Schwierigkeit, Sonderprüfungen zu definieren. Zudem fehlt es an einer generell akzeptierten Einteilung dieser Prüfungen. Deutlich wird die Problematik, wenn man sich die Breite von Prüfungen vergegenwärtigt. Bei einer alphabetischen Orientierung reicht das Spektrum von Abschlussprüfungen über Konzernprüfungen und Liquidationsprüfungen bis zu Zwischenprüfungen. Will man Sonderprüfungen abgrenzen, muss der Gegensatz zu den normalen Prüfungen

gebildet werden. Vorrangiges Abgrenzungskriterium sollte die Häufigkeit bzw. Regelmäßigkeit von Prüfungen sein. Kennzeichen von Sonderprüfungen ist deshalb, dass sie anders als normale Prüfungen einmalig oder in der Abfolge des Anlasses unregelmäßig sind und eines besonderen Grunds bedürfen. Eine Einteilung der Sonderprüfungen kann auf verschiedene Merkmale abstellen: Objekt der Prüfung, anzuwendende Normen, Organ der Prüfung, Rechtsnatur der Prüfung und Bezug zu betrieblichen Phasen. Am zweckmäßigsten wird hinsichtlich einer Systematisierung sein, Sonderprüfungen aus genetischer Perspektive zu betrachten. Man erhält demzufolge diese Einteilung: Sonderprüfungen bei Gründung, zwischenzeitliche Sonderprüfungen und Sonderprüfungen bei Beendigung [64]. Näher untersucht wurde von den zwischenzeitlichen Sonderprüfungen die Prüfung von Unternehmensverträgen, Eingliederungen und Squeeze-outs. Bei den Prüfungen handelt es sich um obligatorische, rechtsformspezifische Prüfungen; es geht um aktienrechtliche Sonderprüfungen. Für die Organe der Prüfung gilt, dass es externe, private Prüfer sind, die über die Qualifikation eines Wirtschaftsprüfers verfügen müssen. Vertrags-, Eingliederungs- und Squeeze-out-Prüfungen lassen sich darum als Vorbehaltsprüfungen charakterisieren [65]. Im Rahmen der Sonderprüfungen bei Beendigung wurden Untersuchungen zur Liquidationsprüfung, die als externe Prüfung auch Wirtschaftsprüfern vorbehalten ist, fortgeführt [66]. Ergänzung erfuhren die eigenen Überlegungen zur Systematik von Sonderprüfungen und zu speziellen Arten durch die Herausgabe eines Werkes zu unregelmäßigen Prüfungen [67].

Abgeschlossen wurde die Arbeit zur obligatorischen Verlustanzeige. Eine solche Verpflichtung besteht für Aktiengesellschaften gemäß § 92 Abs. 1 AktG. Danach muss eine Versammlung der Aktionäre einberufen werden, wenn ein Verlust in Höhe der Hälfte des Grundkapitals eingetreten ist. Es wurde analysiert, wie zweckmäßigerweise bei der Ermittlung dieser Verlustanzeigeverpflichtung vorgegangen werden sollte. Auf der Basis von Überlegungen zum Zweck einer Verlustanzeige erfolgte eine Untersuchung der Bilanz, die zur Ermittlung des die Verpflichtung auslösenden Verlustes erforderlich ist. Dabei wurde zunächst der Charakter der Verlustanzeigebilanz herausgearbeitet, auf die Anwendbarkeit handelsrechtlicher Bilanzierungsgrundsätze eingegangen und der steuerrechtliche Einfluss berücksichtigt. Es folgte eine differenzierte Auseinandersetzung mit den einzelnen Aktiv- und Passivpositionen der Bilanz. Schließlich ist noch beurteilt worden, ob eine Prüfung und eine Offenlegung der Verlustanzeigebilanz in Betracht kommen [26] [70] [68].

Fortgeführt wurden die Untersuchungen zum Squeeze-out. Der Schwerpunkt lag in den gesellschaftsrechtlichen Voraussetzungen des Verfahrens. Dabei waren die Gesellschaftsformen der beteiligten Rechtsträger sowie die erforderlichen Kapitalanteile Gegenstand der Analyse. Im Einzelnen wurden verschiedene Konstellationen und Intensitäten von Kapitalbeteiligungen untersucht. Überdies stand die Frage des relevanten Zeitpunktes des Anteilsbesitzes im Mittelpunkt der Überlegungen. Mit den gewonnenen Erkenntnissen zum Squeeze-out wird der Vergleich mit der übertragenden Auflösung und der Mehrheitseingliederung gesucht.

Anknüpfend an vorausgegangene Arbeiten ist des Weiteren eine schematische Darstellung zur Entwicklung einer bilanziellen Überschuldung vorgelegt worden – mit einer Veranschaulichung folgender Stufen: Rein formale Verlustbilanz, einfache Verlustbilanz, Unterbilanz sowie Verlustanzeigebilanz [82]. Daneben wurde eine Ausarbeitung zu einer zweckmäßigen Gestaltung von Konzernrichtlinien – im Sinne interner Anweisungen zur Aufstellung von Konzernabschlüssen – aktualisiert [69].

4.9 Institut für Innovationsforschung

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

Der Berichterstatter hat ein Sonderheft der Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung über das Thema „Innovation und Institution“ herausgegeben [2]. Es enthält die Beiträge der eingeladenen Vorträge zum Generalthema der Jahrestagung des Verbandes der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft, die wir 2005 in Kiel veranstaltet haben.

Innovationen von langlebigen Gebrauchsgütern unterliegen meist einem s-förmigen Diffusionsverlauf. Unternehmen, die solche Produkte einführen wollen, müssen prognostizieren, bis zu welchem Anteil der Markt penetriert werden kann und mit welcher Geschwindigkeit dies passiert. In [3] wird ein neues Verfahren zur Ableitung von Prognosen der Diffusion von Innovationen vor Produkteinführung vorgeschlagen.

Kapitel 5

Publikationen, Manuskripte und Vorträge

5.1 Publikationen

- [1] Adzic, M.: Matrixstrukturen in multinationalen Unternehmen – Anwendungsfelder, Informationsfluss und Erfolgsfaktoren, Wiesbaden 2006.
- [2] Albers, S.: Innovation und Institution, Sonderheft 54 der Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 2006, Verlagsgruppe Handelsblatt.
- [3] Albers, S.: Forecasting the Diffusion of an Innovation Prior to Launch, in: Avlonitis, G.J., N. Papavassiliou und P. Papastathopoulou (ed.): Sustainable Marketing Leadership, Proceedings of the 35th EMAC Conference, 23th – 26th May 2006, Athens University of Economics and Business, erschienen auf CD-ROM.
- [4] Albers, S.: Mehr Markt bei der Spezialisierung, Medienwirtschaft, 3. Jg. (2006), Nr. 2, S. 64.
- [5] Albers, S. und Götz, O.: Messmodelle mit Konstrukten zweiter Ordnung in der betriebswirtschaftlichen Forschung, Die Betriebswirtschaft, 66. Jg. (2006), S. 669–677.
- [6] Albers, S. und Hildebrandt, L.: Methodische Probleme bei der Erfolgsfaktorenforschung – Messfehler, formative versus reflektive Indikatoren und die Wahl des Strukturgleichungs-Modells, Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 58. Jg. (2006), S. 2–33.
- [7] Albers, S., Klapper, D., Konradt, U., Walter, A. und Wolf, J.: (Hrsg.), Methodik der empirischen Forschung, Deutscher Universitäts-Verlag (DUV) 2006.
- [8] Barrot, C.: Prognosegütemaße, in: Albers, S., D. Klapper, U. Konradt, A. Walter und J. Wolf (Hrsg): Methodik der empirischen Forschung, DUV: Wiesbaden 2006, S. 431–446.
- [9] Bartsch, T., Drexl, A. und Kröger, S.: Scheduling the professional soccer leagues of Austria and Germany, Computers & Operations Research, Vol. 33 (2006), S. 1907–1937.

- [10] Bea, F.-X., Friedl, B. und Schweitzer, M.: (Hrsg.), Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Band 3: Leistungsprozess. 9. Aufl., Lucius & Lucius: Stuttgart 2006.
- [11] Becker, J. und Clement, M.: Dynamics of Illegal Participation in Peer-to-Peer Networks – Why Do People Illegally Share Media Files?, in: Journal of Media Economics, Vol. 19, No. 1 (2006), S. 7–32.
- [12] Borchardt, A. und Goethlich, S.: Erkenntnisgewinnung durch Fallstudien. In: Methodik der empirischen Forschung. Hrsg. von S. Albers, D. Klapper, U. Konradt, A. Walter und J. Wolf, Deutscher Universitäts-Verlag: Wiesbaden 2006, S. 37–54.
- [13] Briskorn, D.: A note on capacitated lot sizing with setup carry over, IIE Transactions, Vol. 38, S. 1045–1047.
- [14] Briskorn, D., Drexl, A. und Hartmann, S.: Inventory-based dispatching of automated guided vehicles on container terminals, Operations Research Spectrum, Vol. 28 (2006), S. 611–630.
- [15] Briskorn, D. und Hartmann, S.: Simulating dispatching strategies for automated container terminals, in: Haasis, H.-D. et al. (Hrsg.): Operations Research Proceedings 2005, Springer, Berlin 2006, S. 97–102.
- [16] Clement, M., Proppe, D. und Sambeth, F.: Der Einfluss von Meinungsführern auf den Erfolg von hedonischen Produkten – Eine empirische Analyse der Wirkung des Literarischen Quartetts auf den Bucherfolg, Zeitschrift für Betriebswirtschaft, Jg. 76 (2006), Nr. 7/8.
- [17] Clement, M. und Thies, S.: Fuzzy Clustering mit Hilfe von Mixture Models, in: Albers, S., D. Klapper, U. Konradt, A. Walter und J. Wolf (Hrsg.): Methodik der empirischen Forschung, DUV: Wiesbaden 2006, S. 169–186.
- [18] Dorndorf, U., Drexl, A., Nikulin, Y. und Pesch, E.: Flight gate scheduling: state-of-the-art and recent developments, Omega, Vol. 35 (2006), S. 326–334.
- [19] Drexl, A., Kimms, A. und Matthießen, L.: Algorithms for the car sequencing and the level scheduling problem, Journal of Scheduling, Vol. 9 (2006), S. 153–176.
- [20] Emelichev, V., Kuzmin, K. und Nikulin, Y.: Stability analysis of the Pareto optimal solutions for some vector boolean optimization problem, Optimization, Vol. 54 (2005), S. 545–561.
- [21] Fischer, M. und Albers, S.: Measuring Primary Demand Effects with Aggregate Data: A Model Proposition, in: Avlonitis, G.J., N. Papavassiliou und P. Papastathopoulou (ed.): Sustainable Marketing Leadership, Proceedings of the 35th EMAC Conference, 23th – 26th May 2006, Athens University of Economics and Business, erschienen auf CD-ROM.
- [22] Gemünden, H., Hölzle, K., Walter, A. und Schmidhals, J.: Technologieorientierte Innovationskooperationen bei hochinnovativen Produktentwicklungen. In: Blecker, Th. und Gemünden, H.G. (Hrsg.): Wertschöpfungsnetzwerke, Berlin 2006, S. 165–187.

- [23] Goethlich, S.: Zum Umgang mit fehlenden Daten in großzahligen empirischen Erhebungen. In: *Methodik der empirischen Forschung*. Hrsg. von S. Albers, D. Klapper, U. Konradt, A. Walter und J. Wolf, Deutscher Universitäts-Verlag: Wiesbaden 2006, S. 133–150.
- [24] Greve, G. und Albers, S.: Determinants of Performance in Customer Relationship Management – Assessing the Technology Usage – Performance Link, Proceedings of the 39th International Conference on System Sciences (HICSS–39), 10 Seiten, CD-ROM, IEEE Computer Society, Januar 2006.
- [25] Greve, G. und Albers, S.: Performance Impacts of Customer Relationship Management – The Role of Technology Usage, Proceedings of the VIIIth IFSAM Conference, Berlin, September 2006.
- [26] Grünberg, T.: Die obligatorische Verlustanzeige, Lohmar/Köln, 2006.
- [27] Günter, T.: Die Persistenzmodellierung als Methode zur Schätzung von langfristigen Marketingwirkungen, in: Albers, S., Klapper, D., Konradt, U., Walter, A., Wolf, J. (Hrsg.): *Methodik der empirischen Forschung*, DUV: Wiesbaden (2006), S. 365–382.
- [28] Hauschildt, J.: Entwicklungen in der Krisenforschung, in: Hutschenreuter, T. und Griess–Nega, T. (Hrsg.): *Krisenmanagement – Grundlagen – Strategien – Instrumente*, Wiesbaden 2006, S. 19–39.
- [29] Hauschildt, J.: Bilanzanalyse im Dienste der Krisendiagnose, in: Hutschenreuter, T. und Griess–Nega, T. (Hrsg.): *Krisenmanagement – Grundlagen – Strategien – Instrumente*, Wiesbaden 2006, S. 95–115.
- [30] Hauschildt, J., Grape, C. und Schindler, M.: Typologien von Unternehmenskrisen im Wandel, in: *Die Betriebswirtschaft*, 66. Jg., Heft 1 (2006), S. 7–25.
- [31] Himme, A.: Empirische Verallgemeinerung des Pioniervorteils? Eine kritische Analyse existierender Arbeiten und Leitlinien für die weitere Forschung auf diesem Gebiet. In: *Marketing – Zeitschrift für Forschung und Praxis* (28) 2006, Heft 3, S. 169–182.
- [32] Himme, A.: Gütekriterien der Messung: Reliabilität, Validität und Generalisierbarkeit. In: *Methodik der empirischen Forschung*. Hrsg. von S. Albers, D. Klapper, U. Konradt, A. Walter und J. Wolf, Deutscher Universitäts-Verlag: Wiesbaden 2006, S. 383–400.
- [33] Horenburger, M.: Simultane Schätzung von Choice-Modellen und Segmentierung, in: Albers, S., D. Klapper, U. Konradt, A. Walter und J. Wolf (Hrsg.): *Methodik der empirischen Forschung*, DUV: Wiesbaden 2006, S. 347–364.
- [34] Kaya, M.: Verfahren der Datenerhebung in: Albers, S., D. Klapper, U. Konradt, A. Walter und J. Wolf (Hrsg.): *Methodik der empirischen Forschung*, DUV: Wiesbaden 2006, S. 55–72.
- [35] Kaya, M. und Himme, A.: Möglichkeiten der Stichprobenbildung. In: *Methodik der empirischen Forschung*. Hrsg. von S. Albers, D. Klapper, U. Konradt, A. Walter und J. Wolf, Deutscher Universitäts-Verlag: Wiesbaden 2006, S. 89–98.

- [36] Kaya, M. und Himme, A.: Möglichkeiten der Stichprobenbildung, in: Albers, S., D. Klapper, U. Konradt, A. Walter und J. Wolf (Hrsg): *Methodik der empirischen Forschung*, DUV: Wiesbaden 2006, S. 89–98.
- [37] Klapper, D. und Doganoglu, T.: Product Variety and Competitive Pricing in Consumer Goods Markets. In: *Marketing - Journal of Research and Management*, Vol. 2, (2006) Issue 1, S. 37–46, Lead Article.
- [38] Klapper, D. und Doganoglu, T.: Goodwill and Dynamic Advertising Strategies. In: *Quantitative Marketing and Economics*, Vol. 4 (2006), Issue 1, S. 5–29, Lead Article.
- [39] Klapper, D., Schlichthorst, M. und Schnell, C.: Die Analyse langfristiger Werbewirkung. Eine Anwendung der Multigruppenanalyse am Beispiel der Werbeeinstellung bei FMCGs. In: *Marketing ZFP*, 28. Jg. (2006), Heft 4, S. 219–235, Lead Article.
- [40] Kolisch, R. und Hartmann, S.: Experimental investigation of heuristics for resource-constrained project scheduling: an update, *European Journal of Operational Research*, Vol. 102, S. 23–37.
- [41] Kuhlmann, J.: Ausgewählte Verfahren der Holdout- und Kreuzvalidierung, in: Albers, S., D. Klapper, U. Konradt, A. Walter und J. Wolf (Hrsg): *Methodik der empirischen Forschung*, DUV: Wiesbaden 2006, S. 419–430.
- [42] Libura, M. und Nikulin, Y.: Stability and accuracy functions in multicriteria linear combinatorial optimization problems, *Annals of Operations Research*, Vol. 147, S. 255–267.
- [43] Macharzina, K., Wolf, J. und Rohn, A.: Zur Forschungsleistung der Betriebswirte im deutschsprachigen Raum – Eine personen- und institutionenbezogene Längsschnittanalyse, in: Wolf, J., Rohn, A., Macharzina, K. (Hrsg.), *Forschungsleistung in der deutschsprachigen Betriebswirtschaftslehre – Konzeption und Befunde einer empirischen Untersuchung*, Wiesbaden 2006, S. 1–34.
- [44] Meincke, S., Nekat, K. und Nippel, P.: Aktienrückkauf, Kapitalverwässerung und die Bedeutung von Transferable Put Rights, in: *Kredit und Kapital*, Heft 4 (2006).
- [45] Nekat, K. und Nippel, P.: Aktienrückkäufe und asymmetrische Informationsverteilung, in: *WiSt*, Heft 1 (2006), S. 25–30.
- [46] Nekat, K. und Nippel, P.: Kapitalherabsetzung und Unternehmenssanierung, in: *WiSt*, Heft 7 (2006), S. 374–379.
- [47] Nissen, R. und Haase, K.: Duty-period-based network model for airline crew rescheduling in European airlines, *Journal of Scheduling*, Vol. 9 (2006), S. 255–278.
- [48] Panten, G. und Thies, S.: Analyse kausaler Wirkungszusammenhänge mit Hilfe von Partial Least Squares (PLS), in: Albers, S., D. Klapper, U. Konradt, A. Walter und J. Wolf (Hrsg): *Methodik der empirischen Forschung*, DUV: Wiesbaden 2006, S. 311–328.
- [49] Pinkernelle, S.: *Zeitfenster für Kapitalerhöhungen*, 2006.

- [50] Proppe, D.: Endogenität und Instrumentenschätzer, in: Albers, S., D. Klapper, U. Konradt, A. Walter und J. Wolf (Hrsg.): *Methodik der empirischen Forschung*, DUV: Wiesbaden 2006, S. 240–256.
- [51] Reimer, K.: Bootstrapping und andere Resampling-Methoden, in: Albers, S., D. Klapper, U. Konradt, A. Walter und J. Wolf (Hrsg.): *Methodik der empirischen Forschung*, DUV: Wiesbaden 2006, S. 401–418.
- [52] Riesenhuber, F.: Großzahlige Empirische Forschung. In: S. Albers et al. (Hrsg.), *Methodik der empirischen Forschung*, Wiesbaden, S. 1–18.
- [53] Riesenhuber, F., Walter, A. und Auer, M.: Akademische Spin-Offs: Eine empirische Untersuchung zum Umgang mit technischer Unsicherheit und der Steigerung des Wachstums. *Zeitschrift für Betriebswirtschaft*, Special Issue 4, S. 117–138.
- [54] Rohn, M.: *Multikulturelle Arbeitsgruppen – Erklärungsgrößen und Gestaltungsformen*, Wiesbaden 2006.
- [55] Schertler, A.: Sources of predictability of European stock markets for high-technology firms (with C. Pierdzioch). *European Journal of Finance*, 2006.
- [56] Schertler, A.: Knowledge capital and venture capital investments: New evidence from European panel data. *German Economic Review*, forthcoming.
- [57] Schertler, A.: Heterogeneity in Lending and Sectoral growth: Evidence from German bank-level data (with C. Buch and N. v. Westernhagen). *International Economics and Economic Policy* 3, 2006, S. 43–72.
- [58] Schertler, A.: *The venture capital industry in Europe*, Palgrave MacMillan, 2006.
- [59] Schertler, A.: A comparative overview of venture capital in Europe and the United States. Wieder abgedruckt in: *Modern Perspectives on Entrepreneurship*. Senate Hall, 2006, S. 217–262.
- [60] Schlichthorst, M.: Mehrgleichungsmodelle: Schätzmethode und Anwendungsperspektiven, in: Albers, S., Klapper, D., Konradt, U., Walter, A., Wolf, J. (Hrsg.): *Methodik der empirischen Forschung*, DUV: Wiesbaden (2006), S. 223–239.
- [61] Schneider, H.: Nachweis und Behandlung von Multikollinearität, in: Albers, S., D. Klapper, U. Konradt, A. Walter und J. Wolf (Hrsg.): *Methodik der empirischen Forschung*, Deutscher Universitätsverlag, Wiesbaden 2006, S. 187–204.
- [62] Schröder, A.: Prinzipien der Panelanalyse, in: Albers, S., Klapper, D., Konradt, U., Walter, A., Wolf, J. (Hrsg.): *Methodik der empirischen Forschung*, DUV: Wiesbaden (2006), S. 275–292.
- [63] Stickel-Wolf, C. und Wolf, J.: *Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken*, 4. Aufl., Wiesbaden 2006.
- [64] Veit, K.-R.: Begriff und Arten von Sonderprüfungen, in: Veit, K.-R. (Hrsg.), *Sonderprüfungen*, Herne/Berlin, 2006, S. 1–10.

- [65] Veit, K.-R.: Prüfung von Unternehmensverträgen, Eingliederungen durch Mehrheitsbeschluss und Squeeze-outs, in: Veit, K.-R. (Hrsg.), Sonderprüfungen, Herne/Berlin, 2006, S. 223–290.
- [66] Veit, K.-R.: Sonderprüfungen bei Beendigung – Liquidationsprüfungen, in: Veit, K.-R. (Hrsg.), Sonderprüfungen, Herne/Berlin, 2006, S. 291–355.
- [67] Veit, K.-R.: (Hrsg.), Sonderprüfungen, Herne/Berlin, 2006.
- [68] Veit, K.-R.: Der Verlustanzeigestatus – Zuständigkeit, Zeitpunkt, Aufbau und Publizität, Steuern und Bilanzen 2006, S. 917–920.
- [69] Veit, K.-R.: Konzernrichtlinien, in: Handelsblatt (Hrsg.), Wirtschaftslexikon, Stuttgart 2006, Bd. 6, S. 3114–3121.
- [70] Veit, K.-R. und Grünberg, T.: Wesen und Funktion der obligatorischen Verlustanzeige, Der Betrieb 2006, S. 2644–2647.
- [71] Walter, A., Auer, M. und Ritter, T.: The Impact of Network Capabilities and Entrepreneurial Orientation on University Spin-Off Performance. *Journal of Business Venturing*, 21 (4), S. 541–567.
- [72] Walter, S. und Walter, A.: Unternehmensgründung und Funktionen von Netzwerkbeziehungen. In: Achleitner, A.-K., Klandt, H., Koch, L.T. und Voigt, K.-I. (Hrsg.): *Jahrbuch Entrepreneurship 2005/06: Gründungsforschung und Gründungsmanagement*, Berlin 2006, S. 109–123.
- [73] Wolf, J., Macharzina, K. und Rohn, A.: (Hrsg.), *Forschungsleistung in der deutschsprachigen Betriebswirtschaftslehre – Konzeption und Befunde einer empirischen Untersuchung*, Wiesbaden 2006.
- [74] Wolf, J., Macharzina, K. und Rohn, A.: Veränderungen im Publikationsverhalten von Betriebswirten – Gemessen an Veröffentlichungen in führenden deutschsprachigen Fachzeitschriften, in: Wolf, J., Rohn, A., Macharzina, K. (Hrsg.), *Forschungsleistungen in der deutschsprachigen Betriebswirtschaftslehre – Konzeption und Befunde einer empirischen Untersuchung*, Wiesbaden 2006, S. 35–64.

5.2 Manuskripte aus den Instituten für Betriebswirtschaftslehre

- [75] Briskorn, D.: Combinatorial properties of strength groups in round robin tournaments, Nr. 611.
- [76] Briskorn, D. und Drexl, A.: Scheduling sports leagues using branch-and-price, Nr. 609.
- [77] Briskorn, D. und Drexl, A.: Integer programming models for round robin tournaments, Nr. 613.

- [78] Briskorn, D., Drexl, A. und Spieksma, F.: Round robin tournaments and three index assignment, Nr. 604.
- [79] Drexl, A. und Nikulin, Y.: Fuzzy multicriteria flight gate assignment, Nr. 605.
- [80] Nikulin, Y.: Robustness in combinatorial optimization and scheduling theory: an extended annotated bibliography, Nr. 606.
- [81] Nippel, P.: Capital Structure Decisions under the German Tax Code, Nr. 607.
- [82] Veit, K.-R.: Die Entwicklung einer bilanziellen Überschuldung – Schematische Darstellung, Nr. 608.
- [83] Wolf, J.: Managementstile in skandinavischen Ländern – Eine kulturbezogene Analyse, Arbeitspapier des Instituts für Betriebswirtschaftslehre der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel, Kiel 2006.
- [84] Wolf, J.: Internationalisierung und Organisation – Die Weiterentwicklung der Unternehmensorganisation im Internationalisierungsprozess, Arbeitspapier des Instituts für Betriebswirtschaftslehre der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel, Kiel 2006.

5.3 Vorträge

- [85] Albers, S.: Pioneer, Early Follower or Late Follower: What Should You Prefer?, University of Wollongong, Australia, 16.2.2006.
- [86] Albers, S.: Measuring Willingness-to-Pay with Incentive-Compatible Methods in Commercial Settings: Suitability of Vickrey Auctions, University of Technology, Sydney, 23.02.2006.
- [87] Albers, S.: Pioneer, Early Follower or Late Follower: What Should You Prefer?, Queensland University of Technology, Brisbane, Australia, 24.2.2006.
- [88] Albers, S.: Using Sales Response Functions to Coordinate Sales Force Deployment Decisions, University of Missouri, Columbia, USA, 22.4.2006.
- [89] Albers, S.: Forecasting the Diffusion of an Innovation Prior to Launch, 35th EMAC Conference, 23th–26th May 2006, Athens University of Economics and Business, 25.5.2005.
- [90] Albers, S.: Models for Sales Management Decisions, Workshop on the Handbook of Marketing Decision Models, Athen, 27.5.2006.
- [91] Albers, S.: Pionier, Früher Folger oder Später Folger: Welche Timing-Strategie verspricht den größten Erfolg?, Universität Paderborn, 13.07.2006.
- [92] Albers, S.: Performance Impacts of Customer Relationship Management – The Role of Technology Usage, VIIIth IFSAM Conference, Berlin, 29.09.2006.
- [93] Albers, S.: Erfolgsfaktorenforschung: Test von Theorien oder Bestimmung von Einflussstärken, Vernetzungstreffen der Graduiertenkollegs der Freien Universität Berlin und der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel, FU Berlin, 8.12.2006.

- [94] Briskorn, D.: Heim-Auswärts-Muster von Ligaspielplänen, QBWL-Workshop, Moritzburg, 13.03.2006.
- [95] Briskorn, D.: Round robin tournaments and three index assignment, Workshop on "Scheduling Algorithms for New Emerging Applications", Marseille, 01.06.2006.
- [96] Briskorn, D.: Sportligaplanung: Modelle, Komplexität und offene Fragen, "Modellierung im Interdisziplinären Studien-Programm", Universität Kaiserslautern, 08.05.2006.
- [97] Briskorn, D.: Scheduling Sport Leagues using Branch & Price, The 6th International Conference on the Practice and Theory of Automated Timetabling 2006, Brno, Czech Republic, 31.08.2006.
- [98] Briskorn, D.: Employing Home-Away-Assignments in Branching Frameworks, International Scientific Annual Conference Operations Research 2006, Karlsruhe, 07.09.2006.
- [99] Dickel, P., Rasmus, A., Auer, M. und Walter, A.: Entrepreneurial Learning of Academic Spin-Offs within Business Networks. G-Forum, Berlin, 08.11.2006.
- [100] Drexler, A.: Reference gate schedules and combinatorial auctions, DFG-Workshop "Planung der Bodenabfertigung an Flughäfen", Bonn, 21.03.2006.
- [101] Ebling, C. und Klapper, D.: Investigating dynamics in purchase behaviour: The determinants of whether, what and how much to purchase, European Marketing Academy Conference (EMAC) 2006, Athen, 23.-26.05.2006.
- [102] Ebling, C. und Klapper, D.: Investigating dynamics in purchase behaviour: The determinants of whether, what and how much to purchase, Informs Marketing Science 2006, Pittsburgh, 8.-10.06.2006.
- [103] Fischer, M.: Patient Versus Physician Oriented Marketing: What Drives Primary Demand for Prescription Drugs?, 1st Marketing Research Camp, Universität Passau, Passau, 9.8.2006.
- [104] Fischer, M.: Decision Models for the Pharmaceutical Industry, MSI Workshop on Advances in Marketing Decision Models, Athen, 27.5.2006.
- [105] Fischer, M.: Patient Versus Physician Oriented Marketing: What Drives Primary Demand for Prescription Drugs?, 35th EMAC Conference, Athen, 23.-26.5.2006.
- [106] Fischer, M.: New Product Introductions in the Motion Picture Industry: Do Investors React on the Sales Performance of New Movies?, Erasmus University Rotterdam, Rotterdam, 7.2.2006.
- [107] Günter, T. und Klapper, D.: Do the long-run category demand effects of retailer promotions vary across different store types?, Marketing Dynamics Conference 2006, Los Angeles, 23.-25. August 2006.
- [108] Hauschildt, J.: Innovationsaudit. Universität Hamburg, 04.10.2006.
- [109] Hauschildt, J.: Widerstände gegen Innovationen. Universität Fribourg, Schweiz, 13.10.2006.

- [110] Hauschildt, J.: Der Champion und die Promotoren – Kritische Reflexionen über erfolgreiche Paradigmen der Innovationsforschung. Universität Dresden, 15.11.2006.
- [111] Meincke, S.: Portfolio Selection, Derivatives and the CAPM, TU Braunschweig, 24.08.2006.
- [112] Nikulin, Y.: Deterministic and fuzzy Pareto simulated annealing with application fo flight gate scheduling under multiple criteria, DFG-Workshop "Planung der Bodenabfertigung an Flughäfen", Bonn, 21.03.2006.
- [113] Nikulin, Y.: Multicriteria time window-constrained project scheduling with applications to airport gate assignment, EWG/PMS, Poznań, 27.04.2006.
- [114] Riesenhuber, F.: The impact of Technological Opportunity Half Life and Access to Information Networks on University Spin-off growth. G-Forum, Berlin, 8.–10.11.2006.
- [115] Riesenhuber, F.: The impact of Technological Opportunity Half Life and Access to Information Networks on University Spin-off growth. G-Forum, Berlin, 09.11.2006.
- [116] Riesenhuber, F., Schmidt, A. und Walter, A.: The impact of patents and entrepreneurial orientation on academic spin-offs performance. European Patent Summer Course, St. Gallen, Schweiz, 05.09.2006.
- [117] Schertler, A.: Informational cascades in the aftermarket. ZEW Seminar in Mannheim, 12.09.2006.
- [118] Schertler, A.: Informational cascades in the aftermarket. Economic Seminar in Freiburg, 14.07.2006.
- [119] Schertler, A.: Investing in Europe's Stock Markets FINPROP Workshop in Berlin, 20.01.2006.
- [120] Schertler, A.: Macroeconomic Shocks and Foreign Bank Assets. De-Regulation and Integration in European Banking, SUERF Seminar in London, 24.03.2006.
- [121] Schertler, A.: Stock markets for fast-growing firms, FINPROP policy conference in Brussels, 16.02.2006.
- [122] Schneider, H.: Wettbewerbsverhalten von Händlern in Shopbots, 8. Tagung Quantitatives Marketing, Freiburg, 25.–26.09.2006.
- [123] Shin, H. und Fischer, M.: The Impact of Marketing Expenditures on the Volatility of Revenues and Cash Flows, Marketing Dynamics Conference, University of California, Los Angeles, 23.–25.8.2006.
- [124] Söhnchen, F.: Sales Funnel Management – The Management of the Business-to-Business Acquisition Process, 1st international Conference on Business Market Management, Berlin, 12.–14.3.2006.
- [125] Walter, A.: Innovation Champions. TU München, 20.01.2006.
- [126] Walter, A.: Ausgründungen aus Hochschulen. Pressegespräch und Auftaktveranstaltung des Seed- und Start-up-Fonds Schleswig-Holstein, Kiel, 24.04.2006.

- [127] Walter, A.: Akademische Spin-offs. Wissenschaftspark Kiel, 13.06.2006.
- [128] Walter, A.: Der Wert von Kundenbeziehungen. EISS, Hotel Birke, Kiel, 14.07.2006.
- [129] Walter, A., Riesenhuber, F. und Auer, M.: Academic Entrepreneurs as Innovation Champions and the Performance of University Spin-offs. Invited Workshop on Entrepreneurship from the Employee's Perspective, Max-Planck-Institute of Economics Entrepreneurship, Growth, and Public Policy Group, Jena, 02.02.2006.
- [130] Walter, A., Riesenhuber, F. und Auer, M.: Prior Knowledge, Innovation Championing of Academic Entrepreneurs and the Performance of University Spin-offs. Interdisciplinary European Conference on Entrepreneurship Research (IECER), Universität Regensburg, 23.02.2006.
- [131] Walter, A., Riesenhuber, F. und Auer, M.: Prior Knowledge, Innovation Championing and the Performance of University Spin-Offs. Babson College Entrepreneurship Research Conference (BCERC), Indiana University, Kelley School of Business, Indiana, USA, 08.06.2006.
- [132] Walter, A., Riesenhuber, F. und Auer, M.: Technological Resources and University Spin-off Growth. Annual Meeting of the Academy of Management (AOM), Atlanta, Georgia, 14.08.2006.
- [133] Wolf, J.: Publikation in internationalen Fachzeitschriften, Habilitandenworkshop der Kommission Internationales Management, Bremen, 16.02.2006.
- [134] Wolf, J.: Recent Developments in International Management, Universidad de Alcala de Henares, Alcala de Henares, Spanien, 02.03.2006.
- [135] Wolf, J.: Rigor and Relevance – Implications for Research (and Teaching), 2. Annual Conference on Corporate Strategy, Berlin, 19.05.2006.
- [136] Wolf, J.: Forschungsleistung und Publikationsverhalten von Betriebswirten im deutschsprachigen Raum – Eine personen-, institutionen- und zeitschriftenbezogene Längsschnittanalyse, Universität Freiburg, Freiburg, 09.11.2006.
- [137] Wolf, J.: Podiumsdiskussion „Publishing in Journals“, 2. Vernetzungstreffen der Graduiertenkollegs der FU Berlin und der CAU Kiel, Berlin, 09.12.2006.
- [138] Wolf, J. und Rohn, A.: Führung multikultureller Teams: Eine Konzeptualisierung und empirische Analyse der Notwendigkeit unterschiedlicher Führungsstile, Jahrestagung der Kommission Internationales Management, Bremen, 17.02.2006, zus. mit Dipl.-Psych. Anne Rohn.