

Nufer, Gerd; Andresen, Anna

Working Paper

Empirische Untersuchung zum Image der School of International Business (SIB) der Hochschule Reutlingen

Reutlinger Diskussionsbeiträge zu Marketing & Management, No. 2007-01

Provided in Cooperation with:

ESB Business School, Hochschule Reutlingen

Suggested Citation: Nufer, Gerd; Andresen, Anna (2007) : Empirische Untersuchung zum Image der School of International Business (SIB) der Hochschule Reutlingen, Reutlinger Diskussionsbeiträge zu Marketing & Management, No. 2007-01, Hochschule Reutlingen, School of International Business (SIB), Reutlingen,
<https://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:bsz:21-opus-31584>

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/57375>

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.



Gerd Nufer / Anna Andresen

Empirische Untersuchung zum Image der School of International Business (SIB) der Hochschule Reutlingen

Reutlinger Diskussionsbeiträge zu Marketing & Management
Reutlingen Working Papers on Marketing & Management

herausgegeben von Carsten Rennhak und Gerd Nufer

2007-01



Prof. Dr. Gerd Nufer
Hochschule Reutlingen - Reutlingen University
School of International Business (SIB)
Alteburgstraße 150
D-72762 Reutlingen
Fon: +49 (0)7121 / 271-6011
Fax: +49 (0)7121 / 271-6022
Email: gerd.nufer@reutlingen-university.de
Internet: www.sib.reutlingen-university.de



Anna Andresen
Dipl.-Betriebswirtin (FH)
Große Seestr. 42
D-60486 Frankfurt am Main
Fon: +49 (0)69 / 17 07 49 40
Fax: +49 (0)1212 / 510 31 24 72
Email: a.andresen@gmail.com

Abstract

Im Oktober 2006 wurde erstmalig eine Vollerhebung bei den Studierenden der School of International Business (SIB) der Hochschule Reutlingen durchgeführt. Die Befragung richtete sich an die Studierenden aller Studiengänge der SIB und verfolgte in erster Linie das Ziel, die Einstellung der Studierenden zu ihrer Fakultät zu ermitteln und zu quantifizieren. Die Ergebnisse dieser Status-Quo-Analyse dienen darüber hinaus als Anhaltspunkt für die bedürfnisorientierte zukünftige Ausrichtung der Fakultät.

662 immatrikulierte SIB-Studierende erhielten die Gelegenheit, den Fragebogen auszufüllen. Mit einer Gesamtrücklaufquote von 44,0% ist die Studie repräsentativ für die Studierendenschaft der SIB und zeichnet ein klares Bild von den Meinungen und Einstellungen der Studierenden zu ihrer Fakultät. Im folgenden Beitrag werden ausgewählte Ergebnisse dieser empirischen Untersuchung vorgestellt.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	II
1 Einleitung.....	1
2 Vorstellung der Hochschule Reutlingen und der School of International Business (SIB)..1	1
2.1 Die Hochschule Reutlingen.....	1
2.2 Die School of International Business (SIB).....	2
3 Vorgehensweise im Rahmen der empirischen Untersuchung.....	3
3.1 Zielgruppe der Befragung.....	3
3.2 Design der Untersuchung.....	3
3.3 Aufbau und Auswertung der Fragebögen.....	5
4 Ausgewählte Ergebnisse der empirischen Untersuchung.....	7
4.1 Fragen, die ausschließlich den Studierenden des ersten Semesters gestellt wurden	7
4.1.1 Wie hast du dich über die SIB informiert?.....	7
4.1.2 Bist du stolz darauf, einen Studienplatz an der SIB bekommen zu haben?.....	8
4.2 Fragen, die ausschließlich den Studierenden ab dem zweiten Semester gestellt wurden.....	9
4.2.1 Wie gut gefällt es Dir an der SIB?	9
4.2.2 Hast du die Entscheidung für ein Studium an der SIB je bereut?.....	11
4.2.3 Hat sich deine Einstellung zur SIB im Vergleich zu vor Beginn deines Studiums verändert?.....	12
4.2.4 Bist du der Meinung, dass SIB-Absolventen mit denen anderer Wirtschaftshochschulen fachlich mithalten können?.....	13
4.2.5 Meinst du, SIB-Absolventen haben dieselben Jobchancen wie Uni-Absolventen?.....	14
4.3 Fragen, die beiden Studierendengruppen gestellt wurden.....	15
4.3.1 Was assoziiert du mit der SIB?.....	15
4.3.2 Warum hast du dich für ein Studium an der SIB entschieden?.....	15
4.3.3 Wie stark bist du durch dein Studium an der SIB ausgelastet?.....	16
4.3.4 In welchem Ausmaß bist du bereit, dich in deiner Freizeit für die SIB einzusetzen?	17
4.3.5 Für welche Projekte würdest du dich gerne engagieren?.....	17
4.3.6 Vergleich von Ist- und Soll-Image der SIB bei den Befragten	19
5 Fazit und Ausblick.....	21
Literaturverzeichnis.....	22

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Rücklaufquoten nach Semester	5
Abbildung 2: Rücklaufquoten nach Studiengang	5
Abbildung 3: Nennung bestimmter Informationsquellen	7
Abbildung 4: Häufigkeitsverteilung nach den einzelnen Studiengängen.....	8
Abbildung 5: Mittelwerte für das Gefallen an der SIB nach Studiengängen (nach Schulnoten)	9
Abbildung 6: t-Test zum Vergleich der Mittelwerte von AW und IB.....	10
Abbildung 7: Mittelwerte für das Gefallen an der SIB nach Semester	10
Abbildung 8: Häufigkeitsverteilung der qualitativen Merkmale nach Studiengängen	11
Abbildung 9: Hast du die Entscheidung für die SIB je bereut?	11
Abbildung 10: Hat sich deine Einstellung zur SIB verändert?.....	12
Abbildung 11: Nennungen nach Studiengängen und nach Semestern	12
Abbildung 12: Können SIB-Absolventen mit Absolventen anderer Wirtschaftshochschulen fachlich mithalten?	13
Abbildung 13: Haben SIB-Absolventen dieselben Jobchancen wie Uni-Absolventen?.....	14
Abbildung 14: Was assoziiert du mit der SIB?.....	15
Abbildung 15: Warum hast du dich für die SIB entschieden?	16
Abbildung 16: Wie stark bist du durch dein Studium an der SIB ausgelastet?.....	16
Abbildung 17: In welchem Ausmaß bist du bereit, dich in deiner Freizeit für die SIB einzusetzen?	17
Abbildung 18: Für welche Projekte würdest du dich gerne engagieren?.....	17
Abbildung 19: Imagedifferential der SIB bei ihren Studierenden.....	19

1 Einleitung

Im Wintersemester 2006/07 wurde erstmals eine als Vollerhebung konzipierte empirische Untersuchung zum Image der School of International Business (SIB) der Hochschule Reutlingen bei ihren Studierenden durchgeführt. Diese Befragung verfolgte zum einen das Ziel, die Meinungen und Einstellungen der Studierenden zu ihrer Fakultät klarer zu umreißen und greifbarer zu machen, und zum anderen, den Status Quo festzustellen und darauf aufbauend in Zukunft bedürfnisorientiert handeln zu können.

2 Vorstellung der Hochschule Reutlingen und der School of International Business (SIB)

2.1 Die Hochschule Reutlingen

Die Geschichte der Hochschule Reutlingen geht zurück auf die Gründung einer Webschule, die 1855 auf Initiative der Industrie, der Stadt Reutlingen und des Königreichs Württemberg ins Leben gerufen wurde. 1891 ging aus dieser Webschule eine Fachschule für Spinnerei, Weberei und Wirkerei hervor. Im weiteren Zeitverlauf wurde die Fachschule verstaatlicht und weitere Unterrichtsfächer kamen hinzu. Aus der "Staatlichen Ingenieurschule für Textilwesen" wurde 1971 eine Fachhochschule mit verschiedenen Fachbereichen; neben textilen und technischen Lehrgebieten konnte nun auch Betriebswirtschaftslehre studiert werden. Der neu gegründete Fachbereich Betriebswirtschaft zeichnete sich insbesondere durch den Studiengang Außenwirtschaft aus, dem ersten Studiengang in Deutschland mit stark internationaler Ausrichtung und Spezialisierung auf den Export. Nach und nach kamen weitere Studiengänge hinzu, die sich bis heute an den sich ändernden Ansprüchen der Praxis orientieren. Aus den textilen und technischen Lehrgebieten der Anfangszeit erwuchs ein heute weit gefächertes Studienangebot für über 4.000 Studierende, die gegenwärtig an der Hochschule eingeschrieben sind.¹

¹ Vgl. Hochschule Reutlingen (2005), S. 17 ff.

2.2 Die School of International Business (SIB)

Die School of International Business (SIB) geht zurück auf den 1971 gegründeten Fachbereich für Betriebswirtschaft und bestand ursprünglich aus dem Studiengang Außenwirtschaft und ab 1972 auch aus dem Studiengang Fertigungswirtschaft. 1979 gründeten einige Professoren des nun Außenwirtschaft genannten Fachbereichs das Europäische Studienprogramm für Betriebswirtschaft – die spätere European School of Business (ESB).

Als weiterer betriebswirtschaftlicher Studiengang im Fachbereich Außenwirtschaft wurde 1997 International Business eingeführt. Dieser Schritt veranlasste die Hochschule kurze Zeit später den Fachbereich von "Außenwirtschaft" in "School of International Business" umzubenennen.

Die School of International Business besitzt mittlerweile fast 40 Jahre Erfahrung in der Vermittlung anwendungsorientierten Wissens in internationaler Betriebswirtschaftslehre. Mit dem Studiengang Außenwirtschaft wurde damals einer der ersten Studiengänge mit außerordentlich internationalem Bezug geschaffen, der Rücksicht auf die wachsende Bedeutung des Exports für die deutsche Wirtschaft nahm. Internationalität und konsequenter Praxisbezug sind die zwei grundlegenden Leitideen, die auch heute das Selbstverständnis der Fakultät begründen. Partnerschaften mit zahlreichen Universitäten auf der ganzen Welt, Studierende unterschiedlicher Nationalitäten und Auslandspraktika zeugen von der ausgeprägten Internationalität der SIB. Der Praxisbezug zeigt sich in den Lehrinhalten sowie insbesondere auch an der regelmäßigen Zusammenarbeit mit international tätigen Unternehmen in Form von praktischen Fallstudien oder Managervorträgen an der SIB. Die Erfolge der Absolventen geben dem Konzept der SIB Recht: Die Jobchancen für SIB-Absolventen sind im Vergleich zu denen von Absolventen anderer (Fach-) Hochschulen außerordentlich gut.

3 Vorgehensweise im Rahmen der empirischen Untersuchung

3.1 Zielgruppe der Befragung

Die Zielsetzung der vorliegenden Studie war eine **Vollerhebung** bei der gesamten Studierendenschaft der SIB. Im Rahmen der Studie wurde zwischen zwei unterschiedlichen Teilzielgruppen differenziert:

- **Studierende des Semesters 1:**
Ziel der Erhebung bei dieser Gruppe ist herauszufinden, wie sich die neuen Studierenden kurz vor Studienbeginn über ihre zukünftige Fakultät informiert haben und ob die Informationsgewinnung ihren Ansprüchen genüge.
- **Studierende der Semester 2-8:**
Diese Gruppe wurde v.a. nach ihrer Zufriedenheit mit der Fakultät SIB befragt, d.h. ob sich die Studierenden an der Fakultät SIB wohlfühlen, ob sie auch heute noch zufrieden mit ihrer Entscheidung für die SIB sind.

Der Umfang dieser Arbeit, insbesondere deren Restriktionen Zeit, Kapazität und Kosten, ließ es nicht zu, eine aussagekräftige Befragung weiterer relevanter Zielgruppen durchzuführen. Insbesondere wäre eine Befragung von Unternehmen, die tendenziell als begehrte Arbeitgeber für SIB-Absolventen gelten, interessant gewesen, da diese Unternehmen letztendlich die Endabnehmer des "Produkts" der SIB – die an der SIB ausgebildeten Absolventen – darstellen.

3.2 Design der Untersuchung

Bei Erhebungen differenziert man grundsätzlich zwischen Primär- und Sekundärforschung. Primärerhebungen dienen zur Lösung von Informationsproblemen, die durch die Analyse bereits vorliegender Daten nicht gelöst werden können; vielmehr werden durch Befragung und/oder Beobachtung neue, noch nicht vorhandene Daten beschafft.² Da das Image der SIB bzw. die Meinung zur SIB bisher noch nicht im großen Rahmen untersucht wurde, wurde eine **Primärerhebung** für diese Arbeit gewählt. Zu diesem Zweck wurde eine Ad-hoc-Untersuchung konzipiert, die Ergebnisse bezüglich der Einstellung der Studierenden in Bezug zur SIB liefern sollte.

² Vgl. Weis/Steinmetz (2005), S. 67.

Die Beobachtung als Datenerhebungsmethode, die auf die Erfassung der sinnlich wahrnehmbaren aktuellen Umwelt gerichtet ist, eignet sich für die Erhebung des Images der SIB Reutlingen nicht, da durch Beobachtung nur bedingt Erkenntnisse über das Image gewonnen werden können. Daher wurde für diese Erhebung die Methode der **Befragung** gewählt. Die Befragung ist die am häufigsten angewandte und wichtigste Erhebungsmethode der Primärforschung, bei der man durch Antworten Informationen von Personen über den Befragungsgegenstand erhalten will.³

Die Befragung der Studierenden wurde als **schriftliche Befragung** konzipiert und durchgeführt. Da allerdings zu jedem Zeitpunkt eine relativ hohe Anzahl Studierender im Ausland studiert oder ein Praktikum in einem Unternehmen absolviert, war es nicht möglich, eine gleichmäßig hohe Rücklaufquote über alle Semester hinweg zu generieren. Um eine möglichst hohe Rücklaufquote bei den Studierenden zu gewährleisten, die im Wintersemester 2006/07 in Reutlingen an der SIB Vorlesungen besuchten, wurden die Fragebögen zu Anfang einer Pflichtvorlesung des jeweiligen Semesters ausgeteilt, während der ersten 15 Minuten der Vorlesung ausgefüllt und anschließend wieder eingesammelt. So konnte eine Rücklaufquote von 69,9 % generiert werden.

Die Befragung der Studierenden der SIB fand vom **25. Oktober bis 31. Oktober 2006** vor Ort an der Hochschule in Reutlingen statt. Die Studierenden, die im Wintersemester 2006/07 nicht an der SIB Vorlesungen besuchten, erhielten den Fragebogen per Email am 25. Oktober und wurden darum gebeten, ihn ausgefüllt bis 5. November 2006 per Email zurückzuschicken. Die Rücklaufquote blieb hier mit 11,8 % weit hinter der zurück, die durch die Befragung der Studierenden vor Ort realisiert werden konnte, was jedoch für die Validität der Aussagen aus der Befragung eine untergeordnete Rolle spielt, da insgesamt ein Rücklauf generiert wurde, der alle Studiengänge zufrieden stellend abdeckt. Zudem traten in der Auswertung keine signifikanten Unterschiede bei den quantitativen Aussagen der verschiedenen Studiengänge bzw. Semester auf. Folgende Tabellen zeigen die generierten Rückläufe im Detail.

³ Vgl. Weis/Steinmetz (2005), S. 106 ff.

Semester	1	2	3	4	5	6	7	8	>8
Außenwirtschaft Diplom									
Anzahl eingeschriebene Studenten	-	-	-	-	-	1	10	39	64
Anzahl ausgefüllte Fragebögen	-	-	-	-	-	0	1	24	16
Rücklaufquote in %	-	-	-	-	-	0,0%	10,0%	61,5%	25,0%
Außenwirtschaft Bachelor									
Anzahl eingeschriebene Studenten	48	42	52	33	49	53	-	-	-
Anzahl ausgefüllte Fragebögen	41	21	34	2	10	30	-	-	-
Rücklaufquote in %	85,4%	50,0%	65,4%	6,1%	20,4%	56,6%	-	-	-
International Business									
Anzahl eingeschriebene Studenten	40	-	40	-	35	-	44	-	-
Anzahl ausgefüllte Fragebögen	37	-	4	-	25	-	2	-	-
Rücklaufquote in %	92,5%	-	10,0%	-	71,4%	-	4,5%	-	-
Master IAT									
Anzahl eingeschriebene Studenten	13	8	13	-	-	-	-	-	-
Anzahl ausgefüllte Fragebögen	11	4	1	-	-	-	-	-	-
Rücklaufquote in %	84,6%	50,0%	7,7%	-	-	-	-	-	-
Master IBD									
Anzahl eingeschriebene Studenten	24	11	43	-	-	-	-	-	-
Anzahl ausgefüllte Fragebögen	21	8	1	-	-	-	-	-	-
Rücklaufquote in %	87,5%	72,7%	2,3%	-	-	-	-	-	-

blau unterlegt = immatrikulierte SIB-Studenten, die im WS 06/07 in RT Vorlesungen besuchen

Abbildung 1: Rücklaufquoten nach Semester

Rücklaufquoten nach Studiengang*	Studenten in RT	Studenten nicht in RT	alle SIB-Studenten
Außenwirtschaft Diplom	60,0%	23,0%	36,0%
Außenwirtschaft Bachelor	64,6%	14,6%	49,8%
International Business	82,7%	7,1%	42,8%
Master IAT	71,4%	7,7%	47,1%
Master IBD	82,9%	2,3%	38,5%

* ohne Austauschstudenten

Abbildung 2: Rücklaufquoten nach Studiengang

3.3 Aufbau und Auswertung der Fragebögen

Für die Studierendenbefragung wurden zwei verschiedene Fragebögen entwickelt. Beiden Fragebögen ist gemein, dass sie sowohl qualitative wie auch quantitative Fragestellungen beinhalten. Bei einigen Fragen wurden quantitative und qualitative Aspekte miteinander verknüpft und zwar in der Form, dass quantitative durch qualitative Angaben ergänzt werden konnten. Wie bereits dargelegt, wurden mit der Befragung der beiden Zielgruppen teilweise unterschiedliche Ziele verfolgt, weshalb sich die Fragebögen trotz großer inhaltlicher Ähnlichkeit unterscheiden. So gibt es einige Fragen, die aufgrund der vorgestellten Zielsetzung einer Zielgruppe gestellt wurden, der anderen allerdings nicht.

Die Fragebögen werden in den folgenden Abschnitten **ausgewertet**, wobei wie folgt vorgegangen wird:

- In Kapitel 4.1 erfolgt die Auswertung der Fragen, die ausschließlich den Studierenden des ersten Semesters gestellt wurden;
- in Kapitel 4.2 werden die Fragen betrachtet, die ausschließlich den Studierenden ab dem zweiten Semester gestellt wurden;
- Kapitel 4.3 befasst sich mit den Fragen, die von beiden Studierendengruppen beantwortet wurden.

Bei der Auswertung der **qualitativen Daten** wurde eine inhaltsanalytische Methodik angewendet. Die qualitativen Antworten wurden gesammelt und basierend auf ihrer inhaltlichen Ähnlichkeit anschließend in Kategorien eingeteilt, die dann bezüglich der Häufigkeit ihrer Nennung ausgewertet wurden. Aussagen, die nur einmal genannt wurden, fließen nicht in die Auswertung mit ein. Zusätzlich werden an betreffender Stelle Beispiele für Originalaussagen der Zielgruppenmitglieder gegeben.

Zur Auswertung der **quantitativen Daten** wurden im Microsoft Office-Programm Excel Datenmasken zu den jeweiligen Fragebögen erstellt. Die Daten der Fragebögen wurden codiert in die Masken eingegeben. Die Berechnungen wurden mit dem Statistikprogramm SPSS in der Version 14.0 durchgeführt. In SPSS erfolgten die Berechnungen zu den Häufigkeiten der einzelnen Variablen der Fragebögen. Wenn Abweichungen zwischen einzelnen Gruppen deutlich wurden (und zusätzlich die Zahl gültiger Antworten groß genug war), wurde in der Auswertung differenziert nach Gesamtergebnis, nach Zielgruppen oder auch nach Semester.

4 Ausgewählte Ergebnisse der empirischen Untersuchung

4.1 Fragen, die ausschließlich den Studierenden des ersten Semesters gestellt wurden

Bei der Befragung der Studierenden, die im Wintersemester 2006/07 ihr erstes Semester an der SIB verbrachten, ging es insbesondere darum herauszufinden, wie sich die Studierenden im Vorfeld über die SIB informiert hatten und ob sie in der Lage waren, alle Informationen zu finden, um eine fundierte Entscheidung für ihr Studium an der SIB treffen zu können. Darüber hinaus wurde gefragt, ob die Erstsemesterstudierenden einen gewissen Stolz dafür empfinden, einen Studienplatz an der SIB bekommen zu haben.

4.1.1 Wie hast du dich über die SIB informiert?

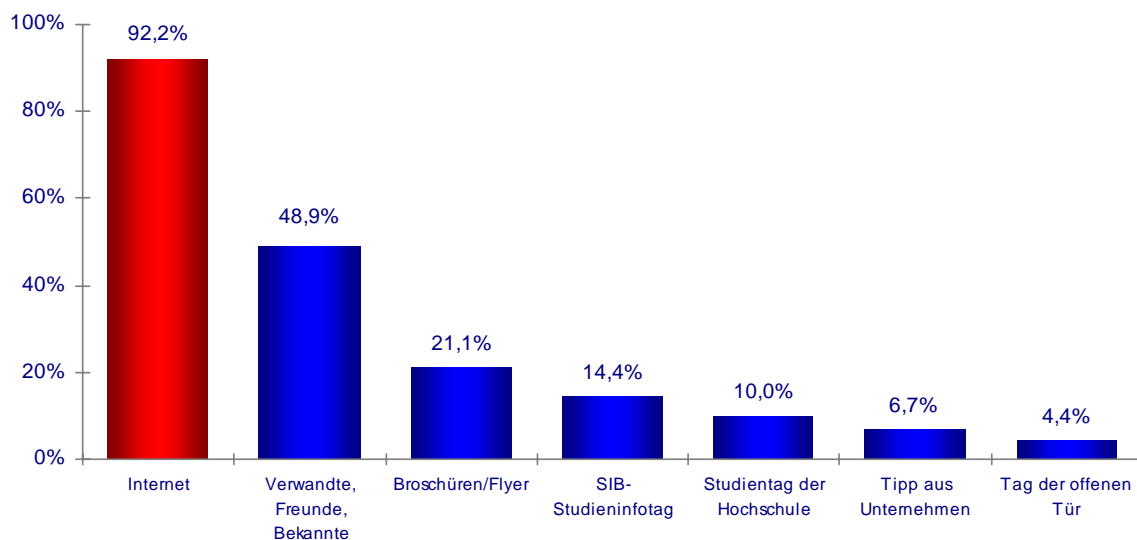


Abbildung 3: Nennung bestimmter Informationsquellen

Obige Grafik macht deutlich, dass das Internet das von den meisten Studierenden genutzte und damit wichtigste Medium ist, um gezielt Informationen über die SIB zu erlangen. Außerdem spielt "Word-of-Mouth", also die Verbreitung von Informationen durch andere Personen, eine wichtige Rolle in der Informationsfindung. Sonstige Informationsquellen, die nicht als Item zum Ankreuzen im Fragebogen aufgeführt waren, wie zum Beispiel die vormals besuchte Schule, fielen nicht ins Gewicht.

			Studiengang				Gesamt
			AWB	IB	IAT	IBD	
Infoquellen für Studiumsentscheidung(a)	Internet	Anzahl	38	34	6	5	83
		% innerhalb eines Studiengangs	95,0%	91,9%	85,7%	83,3%	
	Broschüren/Flyer	Anzahl	13	6	0	0	19
		% innerhalb eines Studiengangs	32,5%	16,2%	,0%	,0%	
	SIB-Studieninfotag	Anzahl	10	3	0	0	13
		% innerhalb eines Studiengangs	25,0%	8,1%	,0%	,0%	
	Studientag Hochschule	Anzahl	4	4	0	1	9
		% innerhalb eines Studiengangs	10,0%	10,8%	,0%	16,7%	
	Tag der offenen Tür Hochschule	Anzahl	2	1	1	0	4
		% innerhalb eines Studiengangs	5,0%	2,7%	14,3%	,0%	
	Verwandte, Freunde, Bekannte	Anzahl	16	18	5	5	44
		% innerhalb eines Studiengangs	40,0%	48,6%	71,4%	83,3%	
	Tipp aus Unternehmen	Anzahl	4	2	0	0	6
		% innerhalb eines Studiengangs	10,0%	5,4%	,0%	,0%	
Gesamt	Anzahl	40	37	7	6	90	
	% vom Gesamtwert	44,4%	41,1%	7,8%	6,7%	100,0%	

Abbildung 4: Häufigkeitsverteilung nach den einzelnen Studiengängen

81,5 % der befragten Erstsemesterstudierenden gaben an, dass sie insgesamt alle Informationen, die sie für die Entscheidung für ein Studium an der SIB benötigten, problemlos finden konnten. 17,4 % der Studierenden hielten ihre Entscheidungsfindung für defizitär, da sie nicht in der Lage waren, alle gewünschten Informationen zu finden. Als Grund hierfür wurde insbesondere ein unzureichender Aufbau und Inhalt der SIB-Webseite genannt sowie die Fehlerhaftigkeit einiger der auf der SIB-Webseite verfügbaren Informationen, insbesondere bei den Studiengangsbeschreibungen.

4.1.2 Bist du stolz darauf, einen Studienplatz an der SIB bekommen zu haben?

93,5 % der Erstsemesterstudierenden geben an, stolz darauf zu sein, einen Studienplatz an der SIB bekommen zu haben. 74 der 92 befragten Studierenden machten hierzu zusätzliche Angaben. Der wichtigste Grund, stolz auf den Studienplatz zu sein, ist mit 55 Nennungen die Tatsache, das Auswahlverfahren überstanden und sich gegen eine hohe Zahl von Mitbewerbern durchgesetzt zu haben. Als zweitwichtigster Grund wurden mit 24 Nennungen Angaben dazu gemacht, dass es sich bei der SIB um eine sehr gute Adresse handele mit einem hohen Niveau der Lehre.

Die 6,5 % der Erstsemesterstudierenden, die keinen besonderen Stolz für den ihnen zugesprochenen Studienplatz empfanden, gaben an, dass sie bisher noch keine Leistung vollbracht hätten, die einen Stolz rechtfertigen würde, schließlich fange das Studium ja gerade erst an.

4.2 Fragen, die ausschließlich den Studierenden ab dem zweiten Semester gestellt wurden

Die Studierenden der SIB, die bereits mindestens ein Semester an der SIB verbracht haben, wurden im Zuge der Erhebung insbesondere dazu befragt, wie gut es ihnen an der SIB gefalle, ob sie die Entscheidung für die SIB je bereut hätten, ob sich ihre Einstellung zur SIB seit Beginn des Studium verändert habe und wie ausgelastet sie sich durch das Studium fühlten.

4.2.1 Wie gut gefällt es Dir an der SIB?

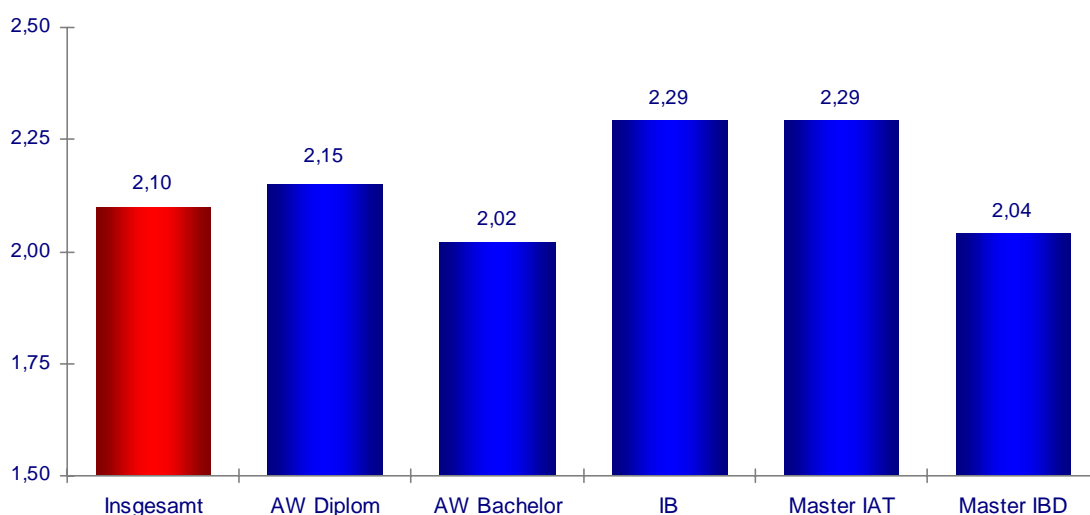


Abbildung 5: Mittelwerte für das Gefallen an der SIB nach Studiengängen (nach Schulnoten)

Insgesamt bewerten die SIB-Studierenden ab dem 2. Semester ihr Gefallen an der SIB mit der Schulnote 2,1; sprich mit der Note "gut". Die Grafik lässt vermuten, dass es den Studierenden des Studiengangs AW Bachelor deutlich besser an der SIB gefällt als den Studierenden der Studiengänge IB oder IAT.

Gruppenstatistiken

Studiengang		N	Mittelwert	Standardabweichung	Standardfehler des Mittelwertes
Wie gut gefällt die SIB?	AWB	96	2,02	,680	,069
	IB	31	2,29	,693	,124

Test bei unabhängigen Stichproben

		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit						
		F	Signifikanz	T	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	Standardfehler der Differenz	95% Konfidenzintervall der Differenz	
Wie gut gefällt die SIB?	Varianzen sind gleich	2,292	,133	-1,909	125	,058	-,269	,141	Untere	Obere
	Varianzen sind nicht gleich			-1,892	50,072	,064	-,269	,142	-,556	,017

Abbildung 6: t-Test zum Vergleich der Mittelwerte von AW und IB

Der oben dargestellte t-Test zum Vergleich der beiden Mittelwerte der Studiengänge AW Bachelor und IB zeigt jedoch, dass dieser Unterschied mit einer Irrtumswahrscheinlichkeit $p = 0,064$ nicht signifikant ist.

Wie gut gefällt es dir an der SIB?

Mittelwert der Schulnoten von 1-6 nach Semester

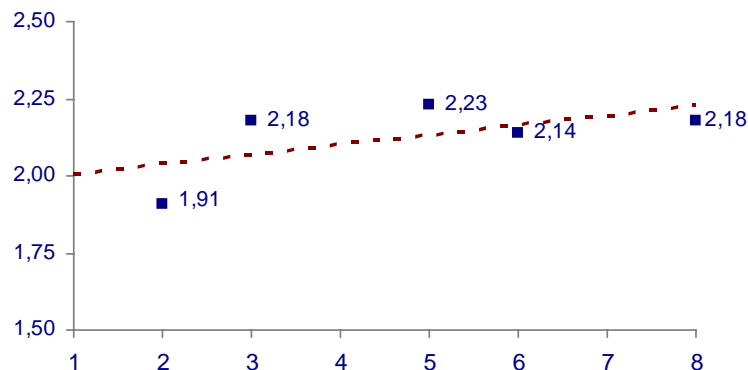


Abbildung 7: Mittelwerte für das Gefallen an der SIB nach Semester

Vergleicht man die Aussagen der verschiedenen Semester, lässt sich tendenziell sagen, dass es Studierenden jüngerer Semester besser an der SIB gefällt als Studierenden höherer Semester, wie die Darstellung oben zeigt. Die lineare Trendlinie zeigt einen leichten Trend nach oben; sie basiert auf den Mittelwerten, die von den Semestern zwei, drei, fünf, sechs und acht als Schulnoten vergeben wurden; die Werte der Semester eins, vier und sieben wurden auf Grund zu geringer Fallzahlen nicht in die Betrachtung miteinbezogen.

86 der 198 Befragten machten zusätzliche Angaben dazu, warum es ihnen an der SIB gefällt. Der wichtigste Grund war die allgemein gute Atmosphäre an der SIB, gefolgt von der Internationalität. Siehe dazu folgende tabellarische Aufstellung:

Warum gefällt es dir an der SIB?

Oberkategorie	Unterkategorien	AWD	AW	IB	IAT	IBD	Gesamtnennungen nach Unterkategorie	Gesamtnennungen nach Oberkategorie
gute Atmosphäre	familiär	2	9	6	1		18	41
	bescheidene Leute		2				2	
	gute Betreuung	4	1				5	
	kleine Gruppen	1	3	1		2	7	
	guter Kontakt zu Profs		4				4	
	nette Studenten	1	4				5	
Internationalität	Auslandsaufenthalte	4	2			1	7	30
	Internationalität	7	4	9		3	23	
gutes Studienangebot	hohes Niveau der Lehre	1	2				3	26
	gute Profs		7		2	4	13	
	gute Inhalte	1	2	1			4	
	schnelles Studium	1	1				2	
	gute Rankings	1					1	
	gute Unternehmenskontakte		2		1		3	

Abbildung 8: Häufigkeitsverteilung der qualitativen Merkmale nach Studiengängen

4.2.2 Hast du die Entscheidung für ein Studium an der SIB je bereut?

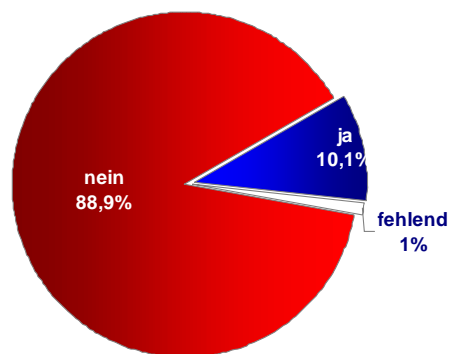


Abbildung 9: Hast du die Entscheidung für die SIB je bereut?

88,9 % der befragten Studierenden geben an, ihre Entscheidung für die SIB als Studienort nicht zu bereuen. Ein Zehntel bereut die Entscheidung für die SIB, allerdings haben nur einzelne Studierende Gründe hierfür angegeben, so dass eine sinnvolle Kategorisierung der einzelnen Gründe nicht möglich war.

4.2.3 Hat sich deine Einstellung zur SIB im Vergleich zu vor Beginn deines Studiums verändert?

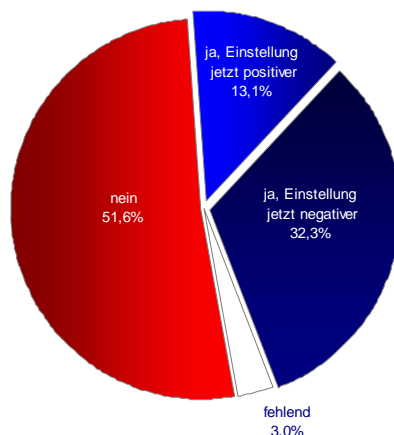


Abbildung 10: Hat sich deine Einstellung zur SIB verändert?

Auf die Frage, ob sich die Einstellung zur SIB im Vergleich zu vor Beginn des Studiums verändert habe, antworteten 51,6 % der Befragten mit "nein". 13,1 % gaben an, dass sich ihre Einstellung verbessert habe. Knapp ein Drittel der Befragten haben heute eine negativere Einstellung zur SIB als vor Beginn ihres Studiums. Dabei ergeben sich keine bedeutsamen Unterschiede zwischen den einzelnen Studiengängen bzw. den einzelnen Semestern, wie folgende Tabellen zeigen.

	Einstellung verändert								
	nein		ja, positiver		ja, negativer		Gesamt		
	Anzahl	Anzahl der Zeilen (%)	Anzahl	Anzahl der Zeilen (%)	Anzahl	Anzahl der Zeilen (%)	Anzahl	Anzahl der Zeilen (%)	
Studiengang	AWD	20	51,3%	3	7,7%	16	41,0%	39	100,0%
	AWB	50	53,2%	15	16,0%	29	30,9%	94	100,0%
	IB	14	46,7%	4	13,3%	12	40,0%	30	100,0%
	IAT	2	28,6%	2	28,6%	3	42,9%	7	100,0%
	IBD	16	72,7%	2	9,1%	4	18,2%	22	100,0%
	Gesamt	102	53,1%	26	13,5%	64	33,3%	192	100,0%

		Einstellung verändert							
		nein		ja, positiver		ja, negativer		Gesamt	
		Anzahl	Anzahl der Zeilen (%)	Anzahl	Anzahl der Zeilen (%)	Anzahl	Anzahl der Zeilen (%)	Anzahl	Anzahl der Zeilen (%)
welches Semester	erstes	14	77,8%	0	,0%	4	22,2%	18	100,0%
	zweites	21	67,7%	6	19,4%	4	12,9%	31	100,0%
	drittes	14	37,8%	4	10,8%	19	51,4%	37	100,0%
	viertes	1	50,0%	1	50,0%	0	,0%	2	100,0%
	fünftes	15	44,1%	6	17,6%	13	38,2%	34	100,0%
	sechstes	16	53,3%	6	20,0%	8	26,7%	30	100,0%
	siebtes	2	66,7%	1	33,3%	0	,0%	3	100,0%
	achtes	19	51,4%	2	5,4%	16	43,2%	37	100,0%
	Gesamt	102	53,1%	26	13,5%	64	33,3%	192	100,0%

Abbildung 11: Nennungen nach Studiengängen und nach Semestern

4.2.4 Bist du der Meinung, dass SIB-Absolventen mit denen anderer Wirtschaftshochschulen fachlich mithalten können?

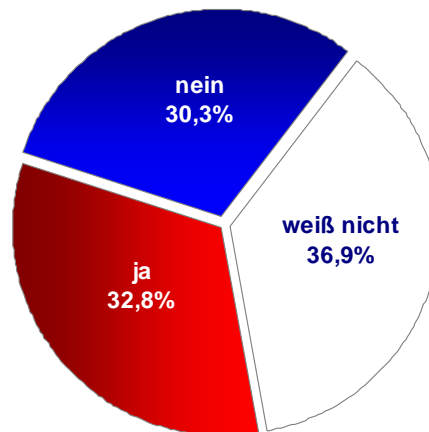


Abbildung 12: Können SIB-Absolventen mit Absolventen anderer Wirtschaftshochschulen fachlich mithalten?

Die Grafik macht deutlich, dass ein knappes Drittel der Studierenden davon überzeugt ist, dass sie als spätere Absolventen fachlich mit denen anderer herausragender Wirtschaftshochschulen (im Rahmen der Fragestellung wurde explizit auf die Uni Mannheim, die WHU und die ebs verweisen) mithalten können, wobei es keine signifikanten Unterschiede zwischen den einzelnen Studiengängen gibt. Der große Anteil an "Weiß nicht"-Antworten macht deutlich, dass sich viele Studierende sehr unsicher bezüglich dieses Themas sind und nicht über das erforderliche Wissen bzw. über keine persönlichen Erfahrungen mit den genannten Hochschulen verfügen, um sich eine klare Meinung zu dieser Frage bilden zu können. Die Analyse der qualitativen Aussagen zur Begründung der zuvor gemachten Aussage ergab, dass viele SIB-Studierende der Meinung sind, die Lehre an der SIB sei im Vergleich zur Lehre an anderen deutschen Business Schools durch die an der SIB kürzere Studienzeit eher oberflächlich, was eine weniger tiefe Behandlung einiger Disziplinen bedeutet.

Zu dieser Frage wurden unter anderem folgende Kommentare gegeben:

- "Die SIB ist eine graue Maus unter den Business Schools."
- "Die genannten Business Schools sind finanziell viel besser ausgestattet als wir es je sein werden... Deshalb werden wir da nie mithalten können."
- "Uns fehlt deren Reputation!"
- "Die haben Kontakte, da können wir nur von träumen!"

4.2.5 Meinst du, SIB-Absolventen haben dieselben Jobchancen wie Uni-Absolventen?

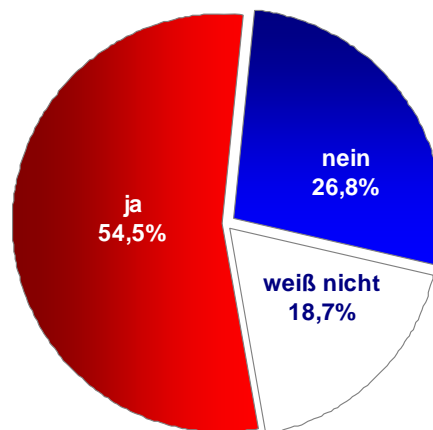


Abbildung 13: Haben SIB-Absolventen dieselben Jobchancen wie Uni-Absolventen?

Hier zeigt sich, dass die Mehrheit der Studierenden der SIB der Meinung ist, als Absolventen gleich gute Chancen auf einen Arbeitsplatz zu haben wie Absolventen einer Universität. Auch hier gab es keine signifikanten Abweichungen zwischen den einzelnen Studiengängen.

Viele der Studierenden, die bei dieser Frage "nein" ankreuzten, gaben an, dass es in Deutschland noch immer Vorbehalte gegenüber Fachhochschulabsolventen gebe, die in manchen Unternehmen dazu führten, dass bevorzugt Universitätsabsolventen eingestellt würden. Einige gaben auch an, dass man als Absolvent der SIB eher andere Jobs anstrebe als ein typischer Universitätsabsolvent. Besonders problematisch sei es, als SIB-Absolvent einen Arbeitsplatz als Unternehmensberater oder Investment-Banker zu bekommen, da hier eindeutig Absolventen der Universitäten oder der privaten Wirtschaftshochschulen bevorzugt würden.

Hier eine Auswahl Kommentare, die zu dieser Frage gegeben wurden:

- "Bei Bosch kriegen wir sicher einfacher einen Job als einer von der Uni. Bei McKinsey & Co. sieht das aber ganz anders aus."
- "Ohne die Möglichkeit zur Spezialisierung auf Finance wird es für mich sicher schwierig, mal einen Job zu finden, den ich wirklich haben will."
- "Ich glaube, für die meisten Jobs da draußen haben wir mindestens genauso gute oder bessere Chancen, weil wir den Praxisbezug haben."

- "SIB-ler haben dieselben Chancen, wenn sie ihre Praktika geschickt einsetzen, um dann später bei diesem Unternehmen anfangen zu können. Wenn sie das nicht schaffen, klarer Nachteil gegenüber Uni!"
- "Wir kriegen vielleicht genau so schnell einen Job, aber wir verdienen weniger!"

4.3 Fragen, die beiden Studierendengruppen gestellt wurden

4.3.1 Was assoziiert du mit der SIB?

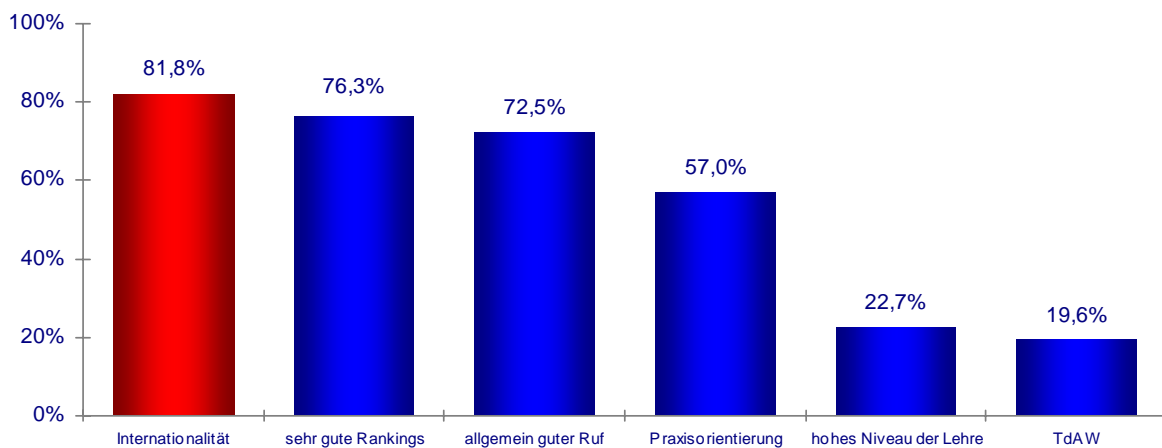


Abbildung 14: Was assoziiert du mit der SIB?

Bei dieser Frage konnten die Befragten aus den vorgegebenen Antwortmöglichkeiten wählen, wobei Mehrfachantworten möglich waren. Auffällig ist der hohe Grad der Assoziation der SIB mit Internationalität, sehr guten Rankings und einem guten Ruf. Eine konsequente Praxisorientierung, das hohe Niveau der Lehre sowie die Firmenkontaktmesse "Tag der Außenwirtschaft" sind ebenfalls wichtige Aspekte, die von den Studierenden mit der SIB in Verbindung gebracht werden.

4.3.2 Warum hast du dich für ein Studium an der SIB entschieden?

Hier wurden durch Mehrfachantwortenvorgabe verschiedene Gründe für die Aufnahme eines Studiums an der SIB abgeprüft. Dabei ergibt sich folgendes Bild:

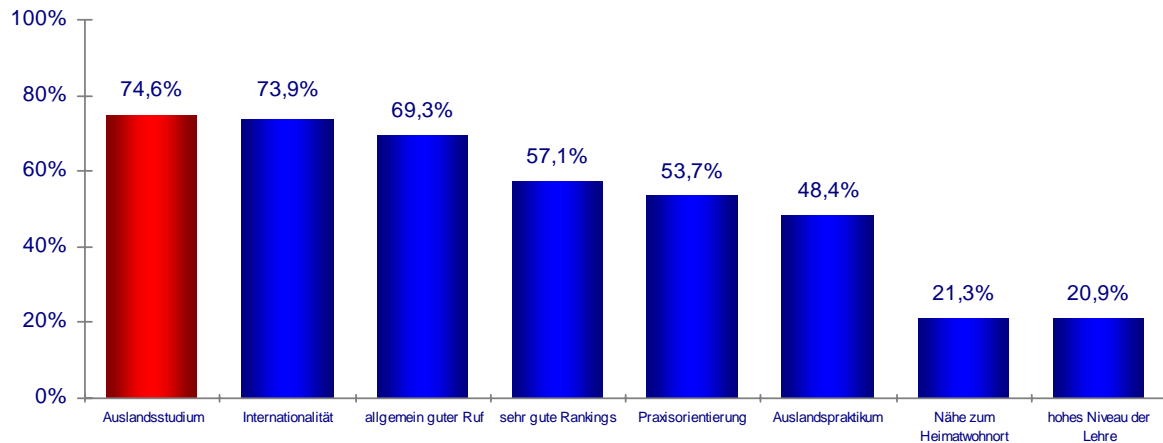


Abbildung 15: Warum hast du dich für die SIB entschieden?

Der wichtigste Grund für ein Studium an der SIB ist das integrierte Auslandsstudium gefolgt von Internationalität und einem allgemein sehr guten Ruf. 57,1 % der Studierenden gaben an, dass die sehr guten Ranking-Platzierungen der SIB ein Grund waren, ein Studium an der SIB zu beginnen.

4.3.3 Wie stark bist du durch dein Studium an der SIB ausgelastet?

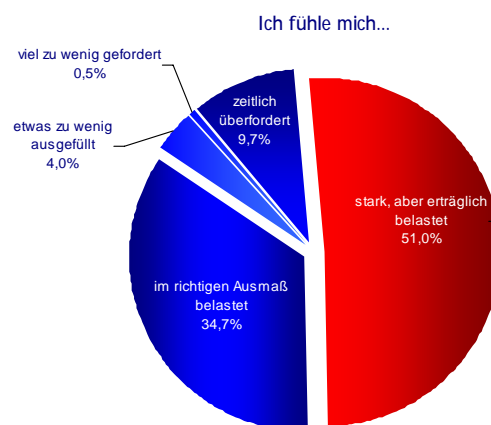


Abbildung 16: Wie stark bist du durch dein Studium an der SIB ausgelastet?

Die Grafik macht deutlich, dass sich die große Mehrzahl der Studierenden durch das Studium erträglich bzw. im richtigen Ausmaß belastet fühlt (zusammen 85,7 %). Tendenziell fühlen sich die meisten Studierenden stark durch ihr Studium an der SIB gefordert. Weder zwischen den einzelnen Studiengängen noch den einzelnen Semestern gibt es dabei nennenswerte Unterschiede.

4.3.4 In welchem Ausmaß bist du bereit, dich in deiner Freizeit für die SIB einzusetzen?

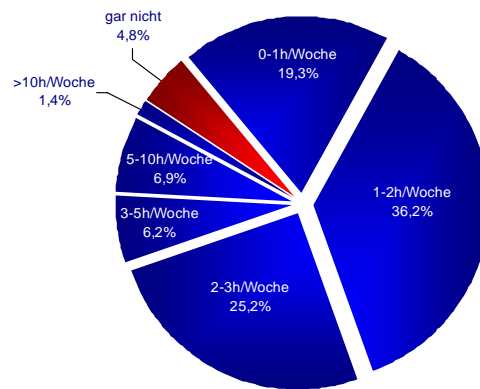


Abbildung 17: In welchem Ausmaß bist du bereit, dich in deiner Freizeit für die SIB einzusetzen?

Obiges Kreisdiagramm zeigt, dass die SIB-Studierenden trotz hoher zeitlicher Belastung durch das Studium zu 95,2 % bereit sind, sich in ihrer Freizeit für die Fakultät SIB einzusetzen. Die meisten (zusammen 61,4 %) sind bereit, dafür 1-3 Stunden pro Woche aufzubringen. Es gibt keine nennenswerten Zusammenhänge zwischen Semesterzahl und Engagementbereitschaft bzw. Studiengang und Engagementbereitschaft.

4.3.5 Für welche Projekte würdest du dich gerne engagieren?

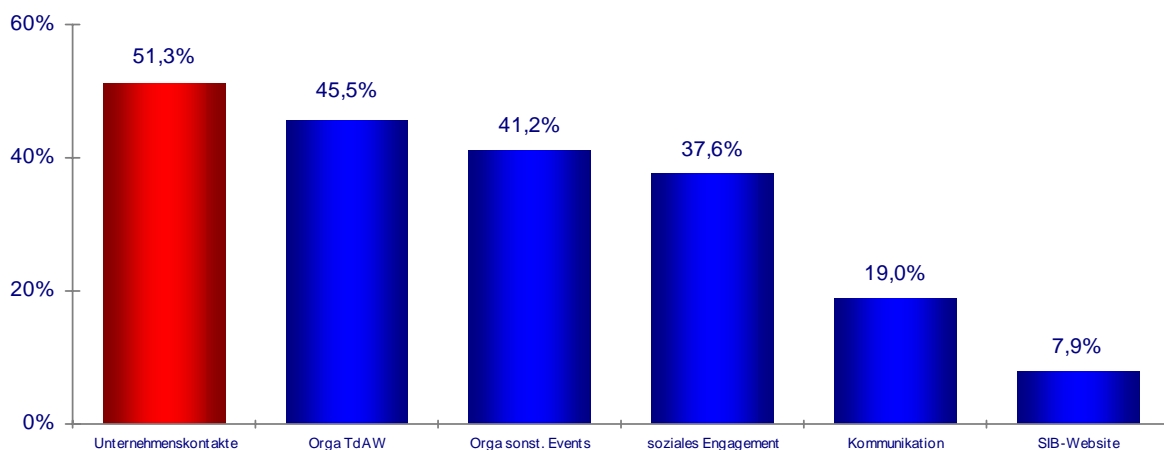


Abbildung 18: Für welche Projekte würdest du dich gerne engagieren?

Am ehesten möchten sich die SIB-Studierenden für den Aufbau von Unternehmenskontakten engagieren. Die Organisation des Tages der Außenwirtschaft, der traditionellen, jährlich statt-

findenden Firmenkontaktmesse der SIB, ist ebenfalls ein Projekt von hoher Priorität bei den SIB-Studierenden ebenso wie die Organisation sonstiger Events, die einen PR-Nutzen haben könnten. Interessant ist das hohe Interesse am sozialen Engagement, das besonders oft von weiblichen Studierenden angekreuzt wurde. Projekte im Bereich Kommunikation und insbesondere die Betreuung der SIB-Webseite sind weitere Projekte, für die sich SIB-Studierende engagieren möchten.

Zusätzlich zu den vorgegebenen Projekten wurden von den Studierenden noch zahlreiche andere genannt, jeweils jedoch mit deutlich geringeren Fallzahlen. Eine Auswahl dieser Nennungen sind:

- Engagement in der Local Erasmus Initiative, die Ausflüge und Events für die Austauschstudenten der SIB organisiert;
- Engagement in der Fachschaft;
- Präsentation der SIB an Schulen durch gegenwärtige SIB-Studierende.

4.3.6 Vergleich von Ist- und Soll-Image der SIB bei den Befragten

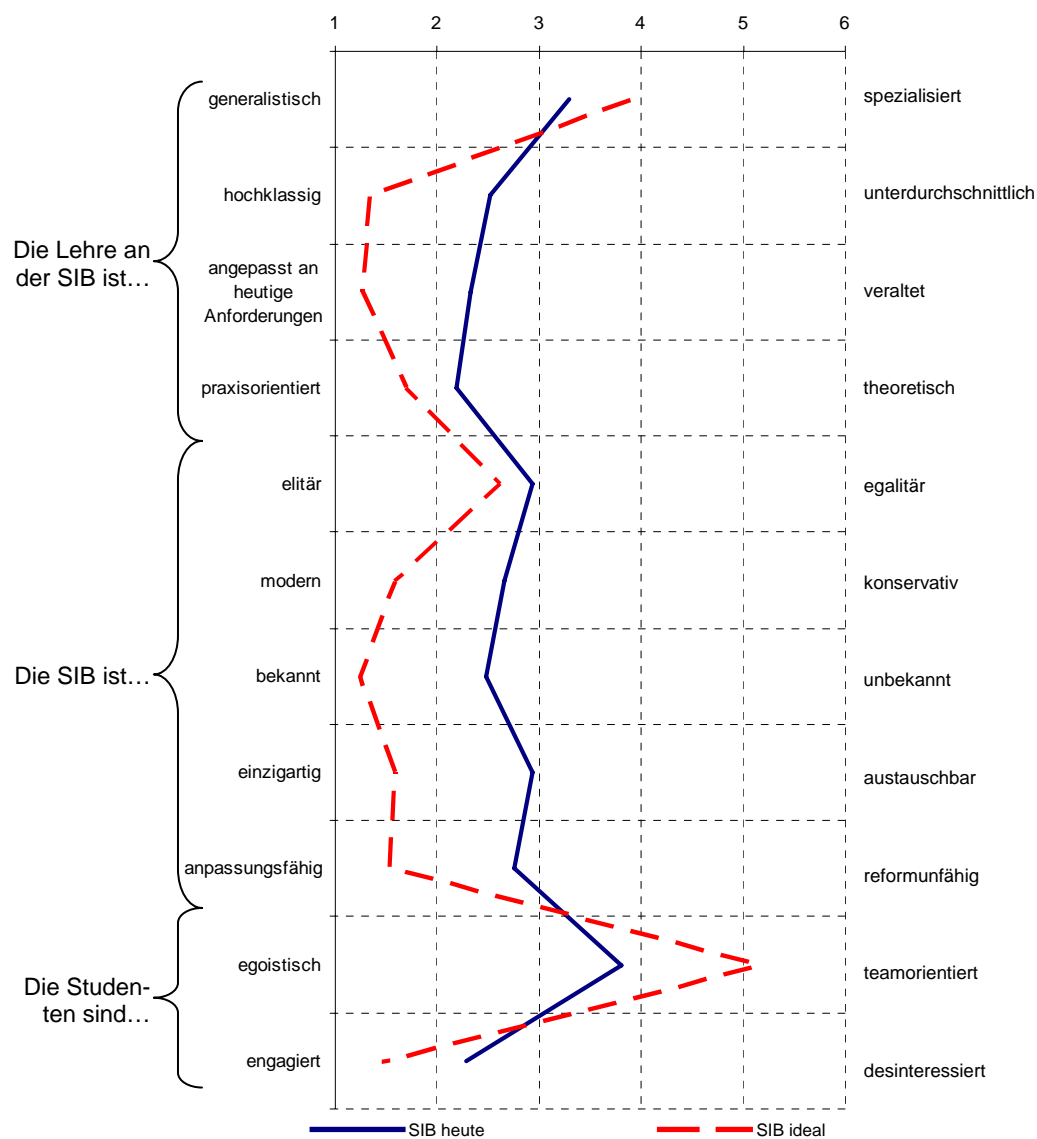


Abbildung 19: Imagedifferential der SIB bei ihren Studierenden

Das Polaritätenprofil bzw. Imagedifferential⁴, das die Meinung aller Studierenden widerspiegelt, macht deutlich, dass es an der SIB noch Veränderungspotenzial bezüglich der abgefragten Eigenschaften gibt. Allerdings weicht die Idealvorstellung nie massiv von der aktuellen Meinung über die SIB ab. Die wichtigsten Eigenschaften, die verändert werden müssten, sind nach dieser Darstellung folgende:

- Die Qualität der Lehre wird als verbesserungswürdig empfunden. Hier gab es eine Abweichung von ca. 1,2, wenn man den Wert *SIB heute* mit dem Wert *SIB ideal* vergleicht.

⁴ Vgl. Nufer (2006), S. 269 ff.

- Die Lehre der SIB sollte sich besser an die heutigen Anforderungen anpassen. Hier gab es eine Abweichung von ca. 1,1 im Vergleich SIB heute vs. SIB ideal.
- Auch sollte die SIB insgesamt moderner werden, was die Befragten mit einer Abweichung von ca. 1,1 zu verstehen gaben.
- Eine Abweichung von 1,2 gab es bei dem Item "Die SIB ist bekannt", was für eine deutliche Erhöhung des Bekanntheitsgrades in der Zukunft spricht.
- Auch sollte die SIB an Einzigartigkeit gewinnen. Hier gab es mit 1,4 die höchste Abweichung zwischen Idealbild und aktueller Sichtweise.
- Die Anpassungsfähigkeit der Fakultät SIB wird mit einer Abweichung von 1,2 ebenfalls als deutlich verbesserungswürdig eingestuft.
- Nach der Idealvorstellung der Befragten sollten sich die SIB-Studierenden teamorientierter verhalten. Hier gab es eine Abweichung von 1,33.

Auf der anderen Seite existieren jedoch auch einige Aspekte, in denen die SIB bereits sehr nahe an die Idealvorstellung ihrer Studierenden heranreicht. Um einige Punkte hervorzuheben:

- Die Lehre trifft die richtige Mischung aus Generalisierung und Spezialisierung.
- Die Mischung aus Theorie und Praxis stimmt.
- Die SIB ist elitär bzw. egalitär genug.
- Engagement seitens der Studierenden ist prinzipiell vorhanden.

Betrachtet man die Meinungen der Studierenden nach den verschiedenen Studiengängen, so gibt es keine gravierenden Unterschiede.

5 Fazit und Ausblick

Die Ergebnisse der empirischen Untersuchung bei den Studierenden der School of International Business helfen, ein klareres Bild vom "typischen SIB-Studierenden" zu zeichnen. Durch die Auswertung der Fragen ließ sich feststellen, dass es bei den Meinungen bzw. Angaben, die in der Befragung geäußert wurden, meist keine signifikanten Unterschiede zwischen den einzelnen Studiengängen gab, so dass mit Fug und Recht vom SIB-Studierenden an sich gesprochen werden kann, ohne eine Einteilung in AW-, IB-, IBD- und IAT-Studierende.

SIB-Studierende haben sich vor allem mit Hilfe des Internets über die School of International Business informiert und waren nach ihrer Annahme an der SIB zu großer Mehrheit stolz darauf, einen Studienplatz bekommen zu haben. Insgesamt gefällt es den Studierenden gut an der SIB und sie sind mit ihrer Entscheidung für SIB als Studienort nach wie vor zufrieden.

Die SIB-Studierenden rechnen sich nach Absolvierung des Studiums zumeist Jobchancen aus, die denen von Universitätsabsolventen ebenbürtig oder sogar leicht überlegen sind.

Die wichtigsten Gründe für ein Studium an der SIB sind das integrierte Auslandsstudium, die geradezu sprichwörtliche Internationalität und der allgemein gute Ruf der Fakultät. Auch die sehr guten Rankingplatzierungen und die Praxisorientierung haben einen hohen Einfluss auf die Entscheidung für die Fakultät SIB.

Trotz starker Auslastung durch das Studium an der SIB sind nahezu alle Studierenden bereit, sich auch in ihrer Freizeit für die Fakultät zu engagieren, insbesondere im Bereich Unternehmenskontakte und bei der Organisation der Firmenkontaktmesse "Tag der Außenwirtschaft".

Das Polaritätenprofil verdeutlicht, wo die Verbesserungspotenziale der SIB liegen, um den Bedürfnissen ihrer Studierenden noch besser gerecht werden zu können. Um sicherzustellen, dass die SIB in ihrer Entwicklung auf Kurs bleibt, ist anzuraten, in Zukunft in regelmäßigen Abständen von ein bis höchstens zwei Jahren Vergleichsmessungen durchzuführen, die Aufschluss darüber geben, ob das bereits heute weitgehend positive Image der SIB bei ihren Studierenden gehalten bzw. noch verbessert werden konnte.

Literaturverzeichnis

Angele, German (2006):

SPSS 14.0 für Windows – Eine Einführung, Schriftenreihe des Rechenzentrums der Otto-Friedrich-Universität Bamberg.

Burns, Alvin / Bush, Ronald (2006):

Marketing Research. Online Research Applications, 4th ed., Upper Saddle River/New Jersey.

Bühl, Achim (2006):

SPSS 14. Einführung in die moderne Datenanalyse, 10. Aufl., München.

DAAD (2006):

Hochschulmarketing, Bielefeld.

Hochschule Reutlingen (2005):

International von Anfang an, Broschüre zum 150. Jubiläum der Hochschule Reutlingen.

HRK (1995):

Zur Öffentlichkeitsarbeit der Hochschulen – Empfehlung des 176. Plenums der Hochschulrektorenkonferenz, Bonn.

HRK (2003):

Evaluierung von Hochschul-PR: Kriterien und Verfahren, Beiträge zur Hochschulpolitik 5/2003, Bonn.

HRK (2004):

Beiträge zur Hochschulpolitik 8/2004: Bologna-Reader - Texte und Hilfestellungen zur Umsetzung der Ziele des Bologna-Prozesses an deutschen Hochschulen, HRK Service-Stelle Bologna, 5. Aufl., Bonn.

Meffert, Heribert (2000):

Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 9. Aufl., Wiesbaden.

Nietiedt, Thomas (1996)

Kommunikationspolitik für Hochschulen – Analyse und Instrumentarium, Frankfurt/Main.

Nufer, Gerd (2002):

Wirkungen von Sportsponsoring. Empirische Analyse am Beispiel der Fußball-Weltmeisterschaft 1998 in Frankreich unter besonderer Berücksichtigung von Erinnerungswirkungen bei jugendlichen Rezipienten, Berlin.

Nufer, Gerd (2006):

Event-Marketing. Theoretische Fundierung und empirische Analyse unter besonderer Berücksichtigung von Imagewirkungen, 2. Aufl., Wiesbaden.

Sauter-Sachs, Sibylle (1992):

Public Relations der Universität am Beispiel der Universität Zürich, Bern u.a.

Trogele, Ulrich (1995):

Strategisches Marketing für Universitäten: Die Anwendung von Marketing-Konzepten amerikanischer Hochschulen in deutschen Universitäten, Frankfurt/Main.

Voss, Rödiger / Gruber, Thorsten (Hrsg.) (2006):

Hochschulmarketing, Lohmar.

Weis, Hans Christian / Steinmetz, Peter (2005):

Marktforschung, 6. Aufl., Ludwigshafen.

Reutlinger Diskussionsbeiträge zu Marketing & Management –
Reutlingen Working Papers on Marketing & Management

herausgegeben von

Prof. Dr. Carsten Rennhak
Hochschule Reutlingen – Reutlingen University
School of International Business (SIB)
Alteburgstraße 150
D-72762 Reutlingen
Fon: +49 (0)7121 / 271-6010
Fax: +49 (0)7121 / 271-6022
E-Mail: carsten.rennhak@reutlingen-university.de
Internet: www.sib.reutlingen-university.de

und

Prof. Dr. Gerd Nufer
Hochschule Reutlingen – Reutlingen University
School of International Business (SIB)
Alteburgstraße 150
D-72762 Reutlingen
Fon: +49 (0)7121 / 271-6011
Fax: +49 (0)7121 / 271-6022
E-Mail: gerd.nufer@reutlingen-university.de
Internet: www.sib.reutlingen-university.de

Bisher erschienen

- 2006-01 *Felix Morlock / Robert Schäffler / Philipp Schaffer / Carsten Rennhak:*
Product Placement – Systematisierung, Potenziale und Ausblick
- 2006-02 *Marko Sarstedt / Kornelia Huber:*
Erfolgsfaktoren für Fachbücher – Eine explorative Untersuchung verkaufsbeeinflussender Faktoren am Beispiel von Marketing-Fachbüchern
- 2006-03 *Michael Menhart / Carsten Rennhak:*
Drivers of the Lifecycle – the Example of the German Insurance Industry
- 2006-04 *Siegfried Numberger / Carsten Rennhak:*
Drivers of the Future Retailing Environment
- 2006-05 *Gerd Nufer:*
Sportsponsoring bei Fußball-Weltmeisterschaften:
Wirkungsvergleich WM 2006 versus WM 1998
- 2006-06 *André W. Bühler / Gerd Nufer:*
The Nature of Sports Marketing
- 2006-07 *Gerd Nufer / André W. Bühler:*
Lessons from Sports:
What Corporate Management can learn from Sports Management

ISSN 1863-0316