



Jahresbericht 2007 (Berichtszeitraum: Oktober 2006 – September 2007)

1. Rückblick und Ausblick

Das vergangene Jahr war arbeitsreich und die Leistungen meines Teams führten zu großen Erfolgen in Lehre und Forschung. Die im folgenden skizzierte Leistungsbilanz spricht für sich. Ich bedanke mich bei allen ganz herzlich und freue mich auf das nun anstehende Jahr. Die Vorbereitungen auf das Wintersemester 2007/2008 haben längst begonnen. Ankündigungen unserer Veranstaltungen finden sich auf unserer Website www.marketing.uni-goettingen.de.

2. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Die wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Jahr 2007 (Stand 09/07):

Dipl.-Psych. Oliver Büttner	39-7272	obuett@uni-goettingen.de
Dipl.-Kffr. Stefanie Klingebiel	39-7271	sklinge@uni-goettingen.de
Dipl.-Psych. Gunnar Mau	39-12255	gmau@uni-goettingen.de
Dipl.-Kfm. Sebastian Schulz	39-7269	ssschulz@uni-goettingen.de
Dipl.-Kfm. Sascha Steinmann	39-7409	ssteinm1@uni-goettingen.de

Als diplomierte Kraft unterstützt uns Dipl.-Kffr. Yvonne Siebert, und als studentische Hilfskräfte sind Stefan Friedemann, Havva Gürocak, Claudia Möller und Anke Zimmermann beschäftigt.

3. Unsere Lehre

3.1 Lehrveranstaltungen

Wintersemester 2006/2007:

Vorlesung & Übung „Käuferverhalten“, Marketing-Seminar „Public Marketing“, Marketing-Seminar „Multi Channel Distribution“, Vorlesung & Übung „POS-Gestaltung und POS-Forschung“, Vorlesung & Übung „E-Commerce“, Marketing-Seminar „Medienmarketing“, Marketing-Seminar „Zufriedenheitsforschung“, Marketing-Seminar „Innovationsmanagement“, Diplomandenseminar, Doktoranden-Seminar „Forschungslogik“, Synergiemodul „Das Distributionssystem in der Automobilbranche“ (gemeinsam mit Prof. Toporowski und Prof. Lademann), Forschungskolloquium „Marketing und Channelmanagement“ (gemeinsam mit Prof. Schumann und Prof. Toporowski), Ringvorlesung & Fallstudienseminar „Unternehmen und Märkte“

Vorträge im Wintersemester 2006/2007:

22.01.2007: Prof. Dr. Klaus-Peter Wiedmann, Gottfried-Wilhelm-Leibniz-Universität Hannover, zum Thema „Reputationsmanagement und Reputationsforschung“

Sommersemester 2007:

Vorlesung & Übung „Beschaffung und Absatz“, Marketing-Übung „Marketingforschung in Fallstudien“, Marketing-Seminar „Marketinggeschichte in Fallstudien“ (gemeinsam mit Prof. Berghoff), Marketing-Seminar „Methoden und Studien zur Sequenzanalyse“, Marketing-Übung „Branchenspezifisches Marketing“, Marketing-Seminar „Handelsmarketing“, Diplomandenseminar, Doktorandenseminar „Forschungslogik“, Ringvorlesung & Fallstudienseminar „Unternehmen und Märkte“

3.2 Prüfungen und Diplomarbeiten

Auch im vergangenen Jahr standen wieder zahlreiche Prüfungsleistungen an, und zwar

Wintersemester 2006/2007		bestanden	nicht best.
Diplomarbeiten (24 KP)	Beschaffung und Absatz	14	
Examensprüfungen (24 KP)	Beschaffung und Absatz	7	1
Scheinklausuren (6 KP)	(s. oben)	189	10
Sommersemester 2007			
Diplomarbeiten (24 KP)	Beschaffung und Absatz	10	
Bachelorarbeiten (12 KP)		3	
Examensprüfung (24 KP)	Beschaffung und Absatz		
Vordiplomklausuren (6 KP)	Beschaffung und Absatz	67	45
Bachelorpflichtmodul (6 KP)	Beschaffung und Absatz	87	40
Scheinklausuren (6 KP)	(s. oben)	134	28

4. Forschung und Wissenstransfer

Wir konzentrierten uns im Berichtszeitraum in unserer Forschung auf Studien über das Tracking von Verhaltens- und Erlebenssequenzen im Handel, im Internet und auf Events. Ein Teil der erhobenen Befunde konnte wieder auf verschiedenen Fachtagungen präsentiert werden.

Im Berichtszeitraum waren wir auf folgenden internationalen Konferenzen vertreten:

- 8th Triennial Retailing Conference RETAILING 2006: Strategic Challenges in the New Millennium vom 01. – 04. Nov. 2006 in Orlando/FL. zum Thema „Customer Contact Sequences as a Basis for Customer Segmentation“ von Günter Silberer, Sascha Steinmann und Gunnar Mau
- 6th International Congress Marketing Trends in Paris vom 26. – 27.01.07 zum Thema „Ways to Customer Knowledge“ von Günter Silberer
- 9th General Online Research Conference (GOR) in Leipzig vom 26. – 28.03.2007 zum Thema: „Measurement of Webshop Usability - A Question of the right Method“ von Sebastian Schulz, Lars Beulshausen und Günter Silberer

- 36. Konferenz der European Marketing Academy (EMAC) in Reykjavik vom 22. – 25.05.2007 zum Thema "Research Spoilt the Shopping Trip - Comparing the Reactivity of Thinking Aloud and Video-cued Thought Protocols at the Point of Purchase" von Oliver Büttner und Günter Silberer. Die Konferenzteilnahme von Oliver Büttner wurde von der EMAC mit einem Stipendium unterstützt, das an die zehn besten Beiträge aus Dissertationsprojekten vergeben wurde.
- 14th International EAERCD Conference on Research in the Distributive Trades 2007 in Saarbrücken vom 27. – 29.06.2007 zum Thema „Clustering Customer Contact Sequences in Retailing“ von Günter Silberer, Sascha Steinmann und Gunnar Mau
- 6th International Conference on Research in Advertising (ICORIA) in Lissabon vom 29. – 30.06.2007 zum Thema “Corporate Communications with Corporate Foundations” von Günter Silberer
- 6th European Conference on Research Methodology for Business and Management Studies in Lissabon vom 09. – 10.07.2007 zum Thema “A Scale to Measure the Usability of Print-Catalogs“ von Sebastian Schulz, Gunnar Mau und Günter Silberer
- 13th Biennial World Marketing Congress 2007 in Verona vom 11. – 14.07.2007 zum Thema „Customer Contacts as a Basis for Customer Segmentation“ von Günter Silberer, Sascha Steinmann und Gunnar Mau. Außerdem zum Thema „Exploring Shopping Paths and Attention Behavior at the Point of Sale“ von Günter Silberer, Oliver Büttner und Alexander Gorbach
- II. Markentag in Istanbul vom 06. – 08.09.2007 zum Thema „Wirkung von Duft in der Markenforschung“ von Patrick Hehn und Günter Silberer
- 1st Biannual International Conference Strategic Developments in Services Marketing in Chios, Griechenland, vom 27. – 29.09.2007 zum Thema “Mood Behavior on Vacation – Determinants, Effects, and Managerial Implications” von Günter Silberer, Gunnar Mau und Susanne Roth. Weiterhin zum Thema „Visiting the Dentist – the Dynamics of Well-Being during Medical Treatment“ von Gunnar Mau, Günter Silberer und Sandra Laube

5. Neue Publikationen

Beiträge in Sammelwerken und Fachzeitschriften

2006

Silberer, G., Steinmann, S. & Mau, G. (2006).
Customer Contact Sequences as a Basis for Customer Segmentation, in: RETAILING 2006: Strategic Challenges in the New Millennium, Special Conference Series Volume XI 2006, ed. by J. R. Evans, Hempstead/NY: Academy of Marketing Science, pp. 232-237

Schulz, S., Mau, G. & Silberer, G. (2006).
Benutzerfreundlichkeit von Reisekatalogen – Die Anwendung von Usability-Fragebögen auf Printkataloge, in: transfer – Werbeforschung und Praxis, 51. Jg., Heft 4, S. 24-32

2007

Silberer, G. (2007).
Behavior at the POS – Classical and Newer Methods of Recording it, in: Lowrey, T. (Ed.), Brick & Mortar Shopping in the 21st Century, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, pp. 257-280

Büttner, O. B. & Silberer, G. (2007).
"Video-cued thought protocols: A method for tracing cognitive processes at the point of purchase, in Lowrey, T. (Ed.), Brick & Mortar Shopping in the 21st Century, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, pp. 221-241

Silberer, G. & Mau, G. (2007).
Anfänge und Geschichte der Werbewirkungsforschung, in: Berghoff, H. (Hg.). Marketing-Geschichte. Die Genese einer modernen Sozialtechnik, Frankfurt: Campus Verlag, S. 231-256

Silberer, G. & Büttner, O. (2007).
Geschichte und Methodik der akademischen Käuferforschung, in: Berghoff, H. (Hg.). Marketing-Geschichte. Die Genese einer modernen Sozialtechnik, Frankfurt: Campus Verlag, S. 205-230

Büttner, O. B. & Silberer, G. (2007).
Research Spoilt the Shopping Trip - Comparing the Reactivity of Thinking Aloud and Video-cued Thought Protocols at the Point of Purchase, in: Flexible Marketing in an Unpredictable World - Proceedings of the 36th EMAC Conference [CD ROM], 22-25 May, Reykjavik, Iceland, (7 Seiten) (EMAC bursary for the ten best papers based on a doctoral thesis)

Silberer, G. (2007).
Corporate Communications with Corporate Foundations, in: Proceedings of the 6th International Conference on Research in Advertising (ICORIA) [CD-Rom], 29-30 June, Lissabon/Portugal (6 Seiten)

Schulz, S., Mau, G. & Silberer, G. (2007).
A Scale to Measure the Usability of Print-Catalogs, in: Dan Remenyi (Ed.), Proceedings of The 6th European Conference on Research Methods for Business and Management Studies (ECRM), Curtis Farm, Kidmore End: ACI, pp. 283-294

Silberer, G., Steinmann, S. & Mau, G. (2007).
Clustering Customer Contact Sequences in Retailing, in: Conference Proceedings of the 14th International Conference on Research in the Distributive Trades 2007, ed. by Zentes, J., Morschett, D. & Schramm-Klein, H., pp. 1531-1554

Silberer, G., Büttner, O. & Gorbach, A. (2007).
Exploring Shopping Paths and Attention Behavior at the Point of Sale, in: Marketing Theory and Practice in an Inter-functional World, Volume XIII 2007, ed. by Carol. W. DeMoranville, Academy of Marketing Science, pp. 288-292

Silberer, G., Steinmann, S. & Mau, G. (2007).
Customer Contacts as a Basis for Customer Segmentation, in: Marketing Theory and Practice in an Inter-functional World, Volume XIII 2007, ed. by Carol. W. DeMoranville, Academy of Marketing Science, pp. 257-261

Silberer, G. & Büttner, O. B. (im Druck).
Marktforschung am Point of Sale, in: Herrmann, A., Homburg, C. & Klarmann, M. (Hg.).
Handbuch Marktforschung: Methoden - Anwendungen - Praxisbeispiele, 3. Aufl.,
Wiesbaden: Gabler

Büttner, O. B. & Göritz, A. S. (in press).
Perceived Trustworthiness of Online Shops, in: Journal of Consumer Behaviour

Neues in unserer Reihe “Beiträge zur Marketingwissenschaft“

Weihe, K., Mau, G. & Silberer, G. (2006).
Event-Marketing and Event-Sponsorship – Similarities and Differences, in: Beiträge zur Marketingwissenschaft Nr. 56, Universität Göttingen, Institut für Marketing und Handel

Weihe, K., Mau, G. & Silberer, G. (2006).
Das Zusammenspiel von Sport-Sponsoring und Anzeigenwerbung, in: Beiträge zur Marketingwissenschaft Nr. 57, Universität Göttingen, Institut für Marketing und Handel

Silberer, G. & Schulz, S. (2007).
Mobile Customer Relationship Management (mCRM). Beiträge zur Marketingwissenschaft Nr. 58, Universität Göttingen, Institut für Marketing und Handel, Universität Göttingen

Neues in unserer Reihe “Beiträge zur Trackingforschung“

Silberer, G. (2006).
Erkundung des Kundenlaufs und des Zuwendungsverhaltens am Point-of-Sale, in: Beiträge zur Trackingforschung Nr. 15, Universität Göttingen, Institut für Marketing und Handel

Silberer, G., Steinmann, S. & Mau, G. (2006).
Kundenkontakte und Kundenkontaktsequenzen in der Handelsforschung, in: Beiträge zur Trackingforschung Nr. 16, Universität Göttingen, Institut für Marketing und Handel