

Jahresbericht 2003

Prof. Dr. Günter Silberer

1. Rückblick und Ausblick

2. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

3. Unsere Lehre – Aktivitäten und Belastungen

3.1 Lehrveranstaltungen

3.2 Praxiskontakte

3.3 Prüfungs- und Diplomarbeitsstatistik

4. Forschung

5. Unser Transfer in die Praxis

6. Anlässe zum Feiern

7. Neue Publikationen

8. Einladung zur Mitarbeit als wissenschaftliche(r) Mitarbeiter(in), studentische Hilfskräfte und Praktikant(in)

1. Rückblick und Ausblick

Im vergangenen Jahr stand neben Lehre und Forschung die Arbeit in der Berufungskommission Nachfolge Prof. Dr. B. Treis und das Bemühen um Ruferteilung sowie Erhaltung des Faches Handelsbetriebslehre im Vordergrund. Wegen Sparzwängen gab es den Vorschlag, das Fach Handelsbetriebslehre abzuschaffen. Im Fakultätsrat konnte ein derartiges Votum allerdings verhindert werden. Solange die Sparauflagen nicht endgültig geklärt und alle Sparbeiträge errechnet sind, können wir auf die Wiederbelegung der HBL-Professur nur hoffen. Für das Wintersemester konnte Herr PD Dr. Waldemar Toporowski, ein profilierter Forscher und Dozent in diesem Fach, für eine Lehrstuhlvertretung gewonnen werden. Dafür danken wir ihm alle ganz herzlich.

2. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Die wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Jahr 2003 (Stand 10/2003):

Dipl.-Psych. Oliver Büttner	39-7407	obuettn@gwdg.de
Dipl.-Kfm. Jan-Frederik Engelhardt	39-7272	jengelh@gwdg.de
Dipl.-Kfm. Martin Köcher	39-12255	mkoeche@gwdg.de
Dipl.-Kfm. Alexander Magerhans	39-7271	amagerh1@gwdg.de
Dipl.-Psych. Gunnar Mau	39-5847	gmau@gwdg.de
Dipl.-Kffr. Katja Steinebach	39-7269	ksteine@gwdg.de
Dipl.-Kffr. Kerstin Weihe	39-7407	kweihe@gwdg.de
Dipl.-Kfm. Thorsten Wilhelm	39-7409	twilhel@gwdg.de

Als wissenschaftliche Hilfskraft unterstützt uns derzeit Herr Dipl.-Kfm. Sebastian Kehres und als studentische Hilfskräfte Maren Klein, Manuel Rauch, Michael Schachtebeck, Sebastian Schulz und Julia Steinke (Stand 10/2003).

3. Unsere Lehre – Aktivitäten und Belastungen

3.1. Lehrveranstaltungen

Wintersemester 2002/2003:

Vorlesung Marketing II (Strategisches Marketing), Übung Marketing II, Marketing-Seminar eCommerce, HBL-Seminar Automobilhandel, Diplomanden-Seminar, Marketing-Seminar für Fortgeschrittene, Forschungspraktikum „Einführung in das User-Tracking“

Sommersemester 2003:

Vorlesung Marketing III (Preis- und Kommunikationspolitik), Übung Marketing III, Vorlesung BWL IIB (Grundstudium), Übung BWL IIB (Grundstudium), Marketing-Seminar „User-Tracking“, Seminar „Markenforschung“ (gemeinsam mit Frau Prof. Boos), HBL-Seminar Nahrungs- und Genußmittelhandel, Diplomandenseminar, SPSS-Übung, Forschungspraktikum „Einführung in das Usertracking“, Marketing-Seminar für Fortgeschrittene

3.2 Praxiskontakte

Für interessante Vorträge konnten wir in beiden Semestern Referenten aus der Praxis gewinnen, und zwar:

- Herrn Marco Scheffelmeier, Burger King Deutschland
Thema: „Der Produktinnovationsprozeß bei Burger King“
- Herrn Dr. Oliver Rengelshausen, Thomas Cook Deutschland
Thema: „Multi Channel Management bei der Thomas Cook AG“
- Herrn Harald Lange, Inhaber des Autohauses Tschuck, Osterode/Goslar
Thema: „Entwicklung einer Marketing-Konzeption“
- Herrn Dr. Marc Meissner, Audi Ingolstadt
Thema: „After-Sales-Marketing bei Audi“
- Herrn Dr. Rainer Lademann, Dr. Lademann & Partner, Hamburg
Thema „Verhaltens- und Erlebenstracking bei Besuchern und Einwohnern einer Stadt“
- Herrn Prof. Dr. Winfried Schreblowski (Unternehmensberater, Honorarprofessor TU Berlin)
Thema „Rhetorik – eine Schlüsselfähigkeit für Fachkräfte in der Praxis“
- Herrn Klaus Wilmsen, Abteilungsdirektor Qualitätssicherung/Umweltschutzbeauftragter der Karstadt Warenhaus AG
Thema „Qualitätsmanagement im Handel – Praxisbeispiel Karstadt Warenhaus AG“
- Herr Andreas Gruber, Centerleiter Kaufpark Göttingen
Thema: „Kundenlauf im Kaufpark“

Im Nov. 2002 besuchten Mitarbeiter des Lehrstuhls und Studierende die „Otto Bock HealthCare“ in Duderstadt, und im Dez. 2002 waren wir bei der Messengesellschaft in Hannover und bei der TUI AG, ebenfalls in Hannover.

3.3 Prüfungs- und Diplomarbeitsstatistik

Auch in den letzten beiden Semestern war der Lehrstuhl wieder überdurchschnittlich am Prüfungsbetrieb beteiligt, und zwar wie folgt:

Wintersemester 2002/2003		Anzahl
Diplomarbeiten	Beschaffung und Absatz	9
Examensprüfung	Beschaffung und Absatz	80
Scheinklausuren	Marketing II	105
Scheinklausuren	Seminar eCommerce	6
Scheinklausuren	HBL-Seminar Automobilhandel	20

Sommersemester 2003

Diplomarbeiten	Beschaffung und Absatz	16
Examensprüfungen	Beschaffung und Absatz	75
Vordiplomsklausuren	BWL IIb	343
Scheinklausuren	Marketing III	91
Scheinklausuren	Seminar „User-Tracking“	4
Scheinklausuren	HBL-Seminar NUG	16

Promotionen: Dr. Hans-Peter Volkmer

4. Forschung

Die Forschungsarbeiten in unserer Abteilung konzentrieren sich nach wie vor auf das Online-Marketing und das Surferverhalten auf Websites von Unternehmen und in sog. eShops. Die Auswertungen richten sich auf neue Analyseinstrumente und auf die Klärung inhaltlicher Fragen gleichermaßen. Im Bereich Kundenlaufstudien und Kunden-Kontakt-Linien haben wir ebenfalls Fortschritte zu verzeichnen und werden darüber in den kommenden Monaten ausführlich berichten. Im Forschungsschwerpunkt Marketing und Sensorik fand die Arbeit von Herrn Volkmer zum Themenkreis „Erwartungen und Produkterleben“ einen guten Abschluss; er promovierte zum Dr. rer. pol.. Wir wünschen ihm auf dem beruflichen Lebensweg weiterhin alles Gute. Näheres zu aktuellen Projekten und Publikationen findet der Leser auf unserer Website „www.marketing.uni-goettingen.de“!

5. Unser Transfer in die Praxis

Am 3. Okt. 2003 hielten Herr Prof. Silberer und Herr Dipl.-Psych. Gunnar Mau auf dem 22. Kongress für Angewandte Psychologie, Deutscher Psychologentag 2003 in Bonn, einen Vortrag zum Thema „Die Interaktion mit dem World Wide Web: Deskription und Determinanten des Surfverhaltens“.

"Zu Risiken und Nebenwirkungen... - Vertrauen beim Einkauf in Internet-Apotheken“ referierte Herr Dipl.-Psych. Oliver Büttner auf dem 5. Kolloquium Transferwissenschaften "Wissenstransfer - Erfolgskontrolle und Rückmeldungen aus der Praxis", das vom 29. September bis 1. Oktober in Göttingen stattfand.

Herr Prof. Silberer ist nach wie vor als stellvertretender Vorsitzender des Verwaltungsrates der Stiftung Warentest, Berlin, und Mitglied des Präsidiums des Deutschen Hochschul-

verbandes, Bonn, tätig. Er ist weiterhin Mitglied im Beirat „Medizin & Gesundheit“ der Techniker Krankenkasse, Hamburg.

6. Einige Anlässe zum Feiern

Hans-Peter Volkmer promovierte im Juli 2003 mit dem Thema „Simultane Konzept- und Produktentwicklung bei Nahrungs- und Genussmitteln“. Er ist, wie schon vor seiner Promotion, als Geschäftsführer der ISI GmbH in Göttingen tätig.

Am 26. April 2003 fand das dritte Alumni-Treffen am Lehrstuhl von Prof. Silberer statt. Den Hauptvortrag hielt Herr Dipl.-Kfm. Marco Scheffelmeier zum Thema „Produktinnovation bei Burger King“. Zahlreiche ehemalige Studenten und Doktoranden waren der Einladung gefolgt – es war eng, aber gemütlich. Und bei Kaffee und Kuchen entwickelten sich viele lebhafte Gespräche und Diskussionen.

Zum 4. Alumni-Treffen am 24. April 2004 laden wir schon heute unsere „Ehemaligen“ ganz herzlich ein und bitten um Online-Anmeldungen an Frau Dipl.-Sozw. Julia Wandt.

Am 1. Juli 2003 fanden wir uns zu unserem alljährlichen IMH-Grillfest zusammen. Das Wetter spielte nicht so ganz mit, aber die Stimmung im Seminarraum war umso besser! Und die kleine, etwas wehmütige „Abschiedsrede“ von Herrn Prof. Treis wird vielen lange in Erinnerung bleiben.

7. Neue Publikationen

(1) Beiträge in Sammelwerken und Fachzeitschriften

Silberer, G. (2002). Interaktive Kommunikationspolitik im Electronic Business, in: Weiber, R. (Hrsg.). Handbuch Electronic Business, 2. Aufl., Wiesbaden: Gabler, S. 709-731

Silberer, G., Engelhardt, J.-F. & Kehres, S. (2003). Werbung in Multi-User Games, in: transfer Werbeforschung & Praxis, 48. Jg. (2003), Heft 2/03, S. 25-29

Köcher, M. & Warth, M. (2003). Fulfillment im E-Commerce, in: Direkt Marketing, 39. Jg. (2003), Heft 3, S- 56-57

Mau, G. (2003). Was Kunden wirklich fühlen: Das Einkaufserleben, in: technologie informationen, ohne Jahrgangszahl (2003), Heft 3, S. 5

Mau, G. & Böhler, M. (2003). Radio braucht Magie und Emotionen. Eine internationale Vergleichsstudie über das Sponsoring, in: Stiftung & Sponsoring, ohne Jahrgangszahl (2003), Heft 4, S. 35-37

(2) Beiträge zur Marketingwissenschaft

Silberer, G., Engelhardt, J.-F. & Krumsiek, M. (2003). Navigationsmerkmale und ihre Präferenzwirkung bei e-Shop-Nutzern, Nr. 40 der Beiträge zur Marketingwissenschaft, hrsg. von Prof. Dr. G. Silberer, Universität Göttingen: Institut für Marketing & Handel

Mau, G. (2003). Die Messung des Einkaufserlebens in Ladengeschäften und Online-Shops, in: Beiträge zur Marketingwissenschaft Nr. 41, hrsg. von G. Silberer, Universität Göttingen, Institut für Marketing und Handel

Silberer, G., Köcher, M. & Warth, M. (2003). Fulfillment im eCommerce – eine Befragung von Unterhaltungselektronik-Anbietern, in: Beiträge zur Marketingwissenschaft Nr. 42, hrsg. von G. Silberer, Universität Göttingen, Institut für Marketing und Handel

(3) Beiträge zur Werbewissenschaft

Silberer, G., Kehres, S. & Engelhardt, J.-F. (2003). Werbung in Multi-User-Games, Nr. 10 der Beiträge zur Werbewissenschaft, hrsg. von Prof. Dr. G. Silberer, Universität Göttingen: Institut für Marketing & Handel

Silberer, G., Engelhardt, J.-F. & Deiters, J. (2003). Wirkung von Streaming Media-Werbung, Nr. 11 der Beiträge zur Werbewissenschaft, hrsg. von Prof. Dr. G. Silberer, Universität Göttingen: Institut für Marketing & Handel

(4) Beiträge zur Tracking-Forschung

Silberer, G., Engelhardt, J.-F., Andreassen, B. & Caglar, B. (2003). Der Einfluss der Stimmung auf die Website-Nutzung, Nr. 2 der Beiträge zur Tracking-Forschung, hrsg. von Prof. Dr. G. Silberer, Universität Göttingen: Institut für Marketing & Handel

Silberer, G., Engelhardt, J.-F. & Andreassen, B. (2003). Der Einfluss von Emotionen auf das Blick- und Klickverhalten, Nr. 3 der Beiträge zur Tracking-Forschung, hrsg. von Prof. Dr. G. Silberer, Universität Göttingen: Institut für Marketing & Handel

Silberer, G., Engelhardt, J.-F. & Krumsiek, M. (2003). Die farbige Gestaltung von Navigationselementen als Aktivierungstechnik, Nr. 4 der Beiträge zur Tracking-Forschung, hrsg. von Prof. Dr. G. Silberer, Universität Göttingen: Institut für Marketing & Handel

Silberer, G., Engelhardt, J.-F. & Wilhelm, T. (2003). Der Kundenlauf im Web-Shop bei unterschiedlicher Besuchermotivation, Nr. 5 der Beiträge zur Tracking-Forschung, hrsg. von Prof. Dr. G. Silberer, Universität Göttingen: Institut für Marketing & Handel

8. Einladung zur Mitarbeit als wissenschaftliche(r) Mitarbeiter/(in), studentische Hilfskräfte und Praktikant(in)

In unseren Forschungsprojekten können jederzeit Praktikanten eingestellt werden und mitarbeiten. Mindestbeschäftigungsdauer: 6 Wochen. Wiederholte oder längere Praktika sind möglich und sinnvoll. Dabei können wertvolle Einsichten und Erfahrungen erworben werden, die im Studium, vor einer Promotion oder vor dem Berufseinstieg hilfreich sind.

Interessierte müssen keinen Studienabschluss vorweisen können. Sie sind gebeten, sich mit einem kurzen Lebenslauf und Angaben zu den Interessengebieten zu bewerben. Einstiegsmöglichkeiten sind jederzeit gegeben!