

16. Forschungstagung Marketing 2015

10.-12. September 2015

Tagungsprogramm

Veranstaltungsort

Universität Trier
Professur für Marketing und Handel
Professur für Marketing und Innovation
Universitätsring 15
(Gebäude N; Besucher-Parkplatz West)
D-54296 Trier

Dresscode: Business casual bzw. Smart casual

Konferenzbüro: +49 (0)170-211 0830

Programm „Forschungstagung Marketing 2015“



Donnerstag, 10. September 2015

19.00 Uhr Get-together: Oechsle Wein- und Fischhaus, Palaststraße 5-7, D-54290 Trier

Freitag, 11. September 2015

8.20 Uhr Transfer von der Innenstadt, Treffpunkt vor Altstadt-Hotel, Porta-Nigra-Platz oder Selbstanfahrt (Parken: Besucher-Parkplatz West)
Anmeldung, Universität Trier, Gebäude N

8.45 Uhr Begrüßung

Univ.-Prof. Dr. Michael Jäckel, Präsident der Universität Trier

9.00 Uhr Plenarvorträge (Raum N2)

Moderation: Bernhard Swoboda, Trier

B2B- und B2C-Marketing eines mittelständischen „Local Heroes“
Edwin Steffen, Geschäftsführender Gesellschafter, Leyendecker. Ihr Holzland, Trier

Vertical Restraints and Channel Relationship Dissolution in Franchise Systems
Vishal Kashyap, Graz

10.45 Uhr Kaffeepause (Raum N3)

11.15 Uhr Track 1 (Raum N4): International Marketing

Moderation: Joachim Zentes, Saarbrücken

The social influence on ethnocentric consumers' behaviour at foreign retailers
Marta Keane, Fribourg

Emerging Asian Lifestyle – Proaktive Unternehmensführung im Kontext dynamischer Umfelddimensionen
Victoria Lonnes, Saarbrücken

International Transfer and Perception of Retail Formats. An Inter- and Intra-format Comparison in Germany, France and Romania
Lukas Morbe, Trier

Track 2 (Raum N2): Online Marketing & Social Media

Moderation: Marcus Schögel, St. Gallen

Wirkungen ausgewählter Charakteristika von Hilfe-Tools im Online-Bekleidungshandel auf das Kauf- und Retourenverhalten
Nadine Ahrend, Göttingen

Effects of Recommender Systems on Consumer Behavior
Florentine Frentz, Siegen

Overload – Eine ganzheitliche Betrachtung und Analyse
Michael Bathen, Trier

12.45 Uhr Mittagessen (The Big-O Audimax)

14.00 Uhr Track 1 (Raum N4): Customer Behavior

Moderation: Thomas Foscht, Graz

Wertentstehung in Nutzungsprozessen
Katharina Ferreira, Trier

Programm „Forschungstagung Marketing 2015“



Innovation of the Customer Experience
Maleen Knaak, St. Gallen

Akzeptanz und Nutzungsabsicht von Elektro- und Hybridfahrzeugen
Robér Rollin, Siegen

Going the whole hog: How do customers cope with lock-in situations during service encounters?
Maarten Volkers, Hagen

Track 2 (Raum N2): B2B and Internal Marketing Moderation: Frank Jacob, Berlin

Individualisierung im internen Marketing. Der Mitarbeiter als Kunde im betrieblichen Bindungsmanagement
Jennifer Glinka, Freiberg

Aufgaben im Key Account Management
Julius Schröder, St. Gallen

Dimensions of Country Stereotypes on Supplier Competences
Sarah Schätze, Berlin

Kaufprozessorientiertes Marketing im Business-to-Business Bereich
Andreas Oetiker, St. Gallen

16.00 Uhr Transfer zur Schloss Wachenheim AG, Niederkircher Str. 27, D-54294 Trier
Führung und Vortrag: Ein bedeutender Player im Sparkling-Markt national und international
Oliver Gloden, Mitglied des Vorstands
Dirk Gloden, Technischer Direktor und Prokurist

18.30 Uhr Transfer zur Porta Nigra

19.30 Uhr Abendessen: Casino, Am Kornmarkt 1-2, 1. Etage, D-54290 Trier

23.00 Uhr Empfehlungen für Danach oder Generell
Gehoben: Walderdorffs, Domfreihof 1a, Weinhaus, Brückenstraße 7
Bürgerlich: Weinstube Kesselstatt, Liebfrauenstraße 10
Zünftig: Irish Pub, Böhmerstraße 10; Cubiculum, Hosenstraße 2
Cocktails: Coyote Cafe, Nikolaus-Koch-Platz 5; Havanna, Viehmarktplatz 8
Clubbing: Metropolis, Hindenburgstraße 4; Safarihaus, Stockstraße 2a (Stockplatz)

Samstag, 12. September 2015

8.40 Uhr Transfer von der Innenstadt, Treffpunkt vor Altstadt-Hotel, Porta-Nigra-Platz oder Selbstanfahrt (Parken: Besucher-Parkplatz West)

9.00 Uhr Track 1 (Raum N4): Brand Management Moderation: Dirk Morschett, Fribourg

Markenmanagement im Multi-Channel-Kontext
Corinna Beckmann, Bremen

Loyalitätssteigerung im Automobilhandel durch den Aufbau von Händlermarken
Patrick Roßmann, Bremen

Reciprocal Effects of Retail Brand Equity on Omni, Offline, and Online Channel Loyalty

Christoph Seibel, Trier

Track 2 (Raum N2): Marketing Management
Moderation: Hanna Schramm-Klein, Siegen

Unternehmensverantwortung im Wandel: Der Beitrag sozialer und ökologischer Nachhaltigkeit zum Unternehmenserfolg

Daniel Keßler, Saarbrücken

Advanced Analytics im Marketing – Kompetenzen zum Umgang mit Datenvielfalt im Marketing-Management

Carla Thaper, St. Gallen

Too much of a good thing? How Big Data changes managerial decision making in marketing

Christoph Wortmann, St. Gallen

10.30 Uhr Kaffeepause (Raum N3)

11.00 Uhr Track 1 (Raum N4): Communication/Prestige
Moderation: Margit Enke, Freiberg

Integrated video communication

Jasmin Farouq, St. Gallen

Rassehunde als Prestigeobjekte

Carina Kradischnig, Graz

Market-Oriented Communication Planning and Performance Management in Project Business

Carsten Paulus, St. Gallen

Track 2 (Raum N2): Retailing
Moderation: Waldemar Toporowski, Göttingen

Attraktivität des stationären Handels – Eine verhaltenswissenschaftliche branchenvergleichende Analyse

Tatjana Freer, Saarbrücken

Ausländische Direktinvestitionen im deutschen Einzelhandelssektor: Mögliche Ansätze zur Analyse der spezifischen Wettbewerbsvorteile

Hans Werner Goormann, Brühl

Predictors and Effects of Consumer-Based Retail Brand Equity – A Cross-Sector Analysis

Julia Weindel, Trier

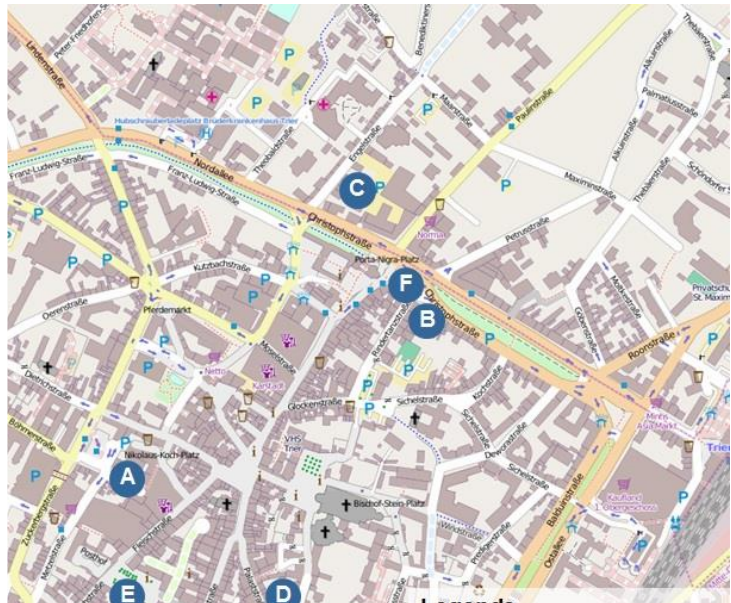
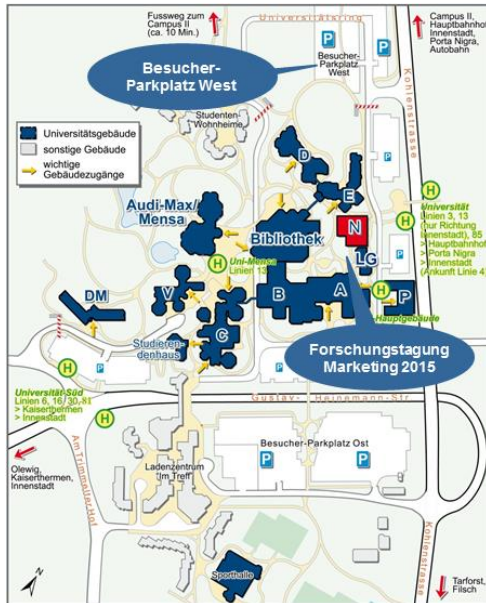
12.30 Uhr Abschlusslunch (Raum N3) und ca. 13.15 Uhr Transfer zur Porta Nigra

14.30 Uhr Führung durch das historische Trier (ca. 2 Std., Treffpunkt Porta Nigra)
Bitte melden Sie sich bei Interesse im Konferenzbüro an.

Programm „Forschungstagung Marketing 2015“

Campusplan

Stadtplan



Legende

- A** Hotel Park Plaza
- B** Altstadt-Hotel
- C** Hotel Casa Chiara
- D** Oechsle Wein- und Fischhaus (Get-together)
- E** Kasino Kornmarkt (Conference dinner)
- F** Treffpunkt Bus-Transfer

