

**Liebe Freunde des Marketing-Lehrstuhls,
wir blicken zurück auf das Sommersemester und wünschen Ihnen allen einen schönen Sommer – vor allem allen Studierenden von Herzen viel Erfolg bei den anstehenden Prüfungen sowie eine hoffentlich auch etwas erholsame vorlesungsfreie Zeit danach!**

ERFOLGREICHER ABSCHLUSS EINES PROMOTIONS-VORHABENS

Unsere langjährige Mitarbeiterin, Frau Jana Stolz-Römmermann, hat am 15. Juli 2021 ihr Promotionsvorhaben zum Thema „Weiterführende Perspektiven der Customer Education“ mit der Disputation erfolgreich abgeschlossen. Herzlichen Glückwunsch und danke für die großartige Feier im Anschluss, liebe Jana!

Linkes Bild: Prof. Dr. A. Kemnitz, Prof. Dr. B. Fürstenau, Prof. Dr. F. Siems, J. Stolz-Römmermann und Prof. Dr. M. Dobler bei der Disputation; Rechtes Bild: J. Stolz-Römmermann



EIN INTERESSANTER VERSUCH

„Im Wintersemester versuchten wir gegenüber dem Sommer 2020 etwas Neues, und boten neben asynchronen Vorlesungen auch ausgewählte Veranstaltungen ‚live‘ an, via zoom, um zumindest etwas Hörsaalatmosphäre zu schaffen. Das kam bei den Studierenden im Wintersemester so gut an, dass wir das auch im aktuellen Semester wagten, nun in unserer größten Lehrveranstaltung, ‚Marketing Grundlagen‘, die immer im Sommer läuft – und die mit mehreren 100 Teilnehmenden durchaus eine besondere Herausforderung dafür darstellt. Ich selbst habe vorher noch nie digital eine Veranstaltung mit mehr als 200 Teilnehmenden gehalten – und war überrascht: Es hat aus unserer Sicht sehr gut geklappt, und sogar richtig Spaß gemacht: Viele Studierende nutzten das Angebot und machten großartig mit, u. a. durch den in die Vorlesung eingebundenen und lebhaft genutzten Chat entstand nach meiner Wahrnehmung nicht nur fast so etwas wie eine Hörsaalatmosphäre, sondern auch tatsächlich ein Dialog. Liebe Studierende, danke für das großartige Mitmachen bei diesem Versuch, für mich war das (dank Ihnen und Ihrer Beteiligung!) ein Highlight im laufenden Semester! Das machen wir wieder, und hoffentlich auch bald nicht nur in zoom, sondern im Hörsaal ...“

Prof. Dr. Florian Siems über die synchronen Vorlesungen

LANGE NICHT MEHR GEMACHT...

... und nun reaktiviert: Im Mai und Juni führten wir in zwei Fächern wegen der [im letzten Newsletter](#) geschilderten Nachteile bei Online-Klausuren wieder „mündliche“ Prüfungen ein: Wir prüften über 30 Studierende über „zoom“ in den Fächern „Marketing-Mix“ und „Relationship Marketing“. Das war aufwändig, hat aber gut geklappt, und wir danken allen Studierenden, die bereit waren, sich auf dieses bei uns an sich eher unübliche Format einzulassen. Wir werden nach den guten Erfahrungen jetzt dieses Format auch zukünftig zumindest für kleinere Prüfungen durchaus wieder überlegen, auch wenn es leider für unsere größeren Prüfungen mit über 500 Teilnehmenden natürlich nicht in Frage kommt.

NOMINIERUNG: PROFESSOR DES JAHRES 2021

Prof. Dr. Florian Siems wurde, wie auch schon in mehreren früheren Jahren, im bundesweiten fachübergreifenden Wettbewerb der Unicum Stiftung unter Schirmherrschaft des Bundesministeriums für Bildung und Forschung und des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie für den Titel „Professor des Jahres 2021“ nominiert. Auch wenn die Chance, diesen Titel wirklich zu erhalten, relativ gering ist, freuen wir uns sehr über diese erkennbare Wertschätzung durch unsere Studierenden!

ONLINE MARKETING CHALLENGE 2021

Am 15. Juli 2021 fand das Finale der Online Marketing Challenge 2021 statt. In dieser entwickelten Studierende aus Sachsen gemeinsam mit sächsischen Unternehmen und Experten aus der sächsischen Kreativitätswirtschaft über die vergangenen drei Monate hinweg eine internationale digitale Vertriebskampagne. Organisiert wurde diese von der IOSax. Wir haben uns sehr gefreut, dieses Jahr erstmalig mit drei Studierendenteams der TU Dresden teilnehmen zu dürfen und die Ergebnisse aller Teams in Leipzig sehen zu bekommen. Herzlichen Dank an die IOSax, unsere teilnehmenden Studierenden und allen weiteren Beteiligten für diese großartige Initiative! Weitere Informationen finden Sie hier:

<https://www.iosax.de/de/iosax/iosax-digital/online-marketing-challenge>



*Die beiden beteiligten Wiss.
Mitarbeitenden H. Pilny und
B. D. Nguyen in Leipzig*



*Studierende D. Peña und N. Ukhova bei der
Ergebnispräsentation ihrer Kampagne für die
DermaPurge GmbH*



*T. Stüdemann (WESKO GmbH)
mit den Studierenden D.
Slupyk und N. Ukhova*

**AWARD CEREMONY: DISTINGUISHED RESEARCH FELLOWSHIPS (DRF)**

Ein weiteres Highlight in diesem Semester war die Award Ceremony der DRF. Mit drei weiteren internationalen Forschenden gewann Prof. Piyush Sharma von der Curtin University Perth ein Fellowship für einen Forschungsaufenthalt an unserer Fakultät – und wird an unseren Lehrstuhl angebunden sein. Das Ziel ist es, neben der Expansion unseres internationalen Netzwerks, gemeinsam neue Ideen zu entwickeln und Forschungsvorhaben zu realisieren. Seinen Aufenthalt bei uns wird Prof. Piyush Sharma in Abhängigkeit von den pandemischen Entwicklungen im nächsten Jahr durchführen. Wir freuen uns sehr auf das gemeinsame Arbeiten!

PUBLIKATIONEN

Abschließend möchten wir auf unsere neuesten Publikationen hinweisen (bei Interesse an den Publikationen schreiben Sie uns bitte einfach eine kurze Mail):

Pilny, H.L./Hördemann, K./Siems, F.U. (2021): Mobility as a Challenge in Relationship Marketing: The Application of Mediatized Interaction Rituals and Symbols for Relationship Maintenance, in: Matrisciano, S./Hoffmann, E./Peters, E. (Hrsg.): Mobilität – Wirtschaft – Kommunikation. Wie die Mobilität von Unternehmen, Personen, Kapital, Waren und Dienstleistungen die Kommunikation verändert, Wiesbaden, S. 237-252.

Schönitz, M.-S. (2021): The Dark Side of the Halo – Implications of the Horn Effect for the Management of Business-to-Customer Relationships in the Context of Artificial Intelligence, in: Bruhn, M./Hadwich, K. (Hrsg.): Forum Dienstleistungsmanagement: Künstliche Intelligenz im Dienstleistungsmanagement, Band 2: Einsatzfelder – Akzeptanz – Kundeninteraktionen, Wiesbaden, S. 471-495.