



Technische  
Universität  
Braunschweig



Institut für  
**Marketing**  
Prof. Dr. Dr. h.c. Wolfgang Fritz



# Das Institut für Marketing

Kurzprofil

# Das Institut



Institutsleiter (seit 1993):  
**Univ.-Prof. Dr. Wolfgang Fritz**



Sekretariat:  
**Birgit Hübner**



**Madleen Moritz, M.Sc.**  
madleen.moritz@tu-bs.de



**Malte Fiedler, M.Sc.**  
malte.fiedler@tu-bs.de



**Martin Kissling, M.Sc.**  
m.kissling@tu-bs.de



**Tabea Sippel, M.Sc.**  
t.sippel@tu-bs.de



**Yulia Parkhomenko, M.A.**  
y.batyuk@tu-bs.de

# Die Lehre

- Praxisnahe Lehrangebote für
  - Bachelor- und Masterstudiengänge
  - insbes. der Kombinationsstudiengänge
    - ⇒ Wirtschaftsingenieurwesen
    - ⇒ Wirtschaftsinformatik
    - ⇒ Finanz- u. Wirtschaftsmathematik
    - ⇒ Technologie-orientiertes Management
- Zentrale Lehrveranstaltungen sind
  - ⇒ Einführung in das Marketing
  - ⇒ Internet-Marketing und E-Commerce
  - ⇒ Investitionsgütermarketing
  - ⇒ Käuferverhalten und Marketingforschung
  - ⇒ Internationales Marketing
  - ⇒ Distributionsmanagement

# Die Forschung

Aspekte der Forschung am Institut für Marketing:

- Praxisorientiert und empirisch ausgerichtet
- Angewandte Methoden der Datenerhebung:
  - ⇒ Schriftliche/Postalische Befragung
  - ⇒ Telefon-(CATI-)Interviews
  - ⇒ Online-Befragungen
  - ⇒ Face-to-Face-Interviews
- Unter Einsatz anspruchsvoller Techniken der Datenanalyse (mit Hilfe von SPSS), insbes. Kausalanalyse (PLS, LISREL)

# Die Forschung

Aktuelle Forschungsschwerpunkte sind:

- Marktorientierte Unternehmensführung und Unternehmenserfolg
- E-Marketing, E-Commerce und Mobile Marketing
- Marktforschung
- Nanotechnologie
- Nachhaltigkeit
- Marketing-Controlling
- Betriebswirtschaftliche Implikationen des 3D-Drucks
- Multi-Channel Marketing
- Konsumentenverhalten
- Corporate Brand Management
- Business-to-Business-Marketing

# Die Forschung

## Forschungskooperationen mit

- nationalen und internationalen Universitäten
  - ⇒ St. Petersburg State University of Economics, Russia
  - ⇒ University of Rhode Island, USA
  - ⇒ University of Nebraska, at Omaha, USA
  - ⇒ Universität Wien
- Praxispartnern (z.B. Marktforschungsinstitute und Werbeagenturen)
- Mitgliedschaft in internationalen wissenschaftlichen Gesellschaften
  - ⇒ Association for Consumer Research, USA
  - ⇒ Korean Academy of Marketing Science, Korea
- Mitorganisation internationaler wissenschaftlicher Konferenzen (z.B. Global Marketing Conferences in Shanghai 2008, Tokio 2010, Seoul 2012)

# Ausgewählte Veröffentlichungen

- Fritz, W./Robra-Bissantz, S./Fleer, J.: Internet-Marketing und Electronic Commerce, 4. Aufl., Wiesbaden 2018 (erscheint vorauss. Ende 2018).
- Fritz, W./Lorenz, B./Hauser, U.: Die Discountisierung der Gesellschaft. Dimensionen eines Megatrends, Deutscher Betriebswirte-Verlag Gernsbach 2007 und Tokio 2010 (japanische Ausgabe).
- Fritz, W./von der Oelsnitz, D.: Marketing – Elemente marktorientierter Unternehmensführung, 4. Aufl., Stuttgart 2006.
- Fleer, J.: Kundenzufriedenheit und Kundenloyalität in Multikanalsystemen des Einzelhandels, Wiesbaden 2016.
- Gülow, W.: Interkulturelle Kompetenz in der geschäftlichen Kommunikation zwischen Deutschen und Chinesen, Hamburg 2014.
- Kempe, M.: Ungeplante Käufe im Internet, Wiesbaden 2011.
- Specht, G./Fritz, W.: Distributionsmanagement, 4. Aufl., Stuttgart 2005.



# Die Praxis

- Marktforschungsprojekte für Unternehmen (Auswahl):
  - Kundenzufriedenheits-/Kundenbindungsstudien
  - Controlling von Kommunikationsmaßnahmen (Werbe-  
wirkung), wie z.B. Events, Online-Werbung, Direct Mail
  - Bekanntheits- und Imageanalysen und
  - Marktpotenzialanalysen
- Einsatz von Methoden der qualitativen und quantitativen Marktforschung



# Die Praxis

- Weitere Angebote für die Praxis:
  - Workshops für Mitarbeiter und Führungskräfte
  - Unabhängige Beratung und Projektbegleitung bei Einzelfragen des Marketings
    - ⇒ bei Kundenbefragungen
    - ⇒ bei der Neupositionierung von Unternehmen
    - ⇒ bei der Konzeption von Direktmarketingkampagnen
    - ⇒ bei der Konzeption von Online-Auftritten

# Die Praxis

- Otto Bock Healthcare
- Volkswagen AG und Konzerntöchter
- Bühler Germany GmbH
- DIHAG Deutsche Gießerei- und Industrieholding AG
- Melitta Haushaltsprodukte GmbH & Co. KG
- Krones AG
- New Yorker S.H.K. GmbH
- Oeding Unternehmensgruppe
- Braunschweiger Zeitung
- Braunschweigisches Landesmuseum

# Kontakt

Technische Universität Braunschweig  
Institut für Marketing  
Abt-Jerusalem-Straße 4  
38106 Braunschweig

Telefon: 0531-391 3202  
Fax: 0531-391 8202  
E-Mail: [marketing@tu-bs.de](mailto:marketing@tu-bs.de)  
[www.tu-braunschweig.de/marketing](http://www.tu-braunschweig.de/marketing)

