

Jahresrückblick 2022

23.12.2022

Ein erfolgreiches, spannendes und forschungsintensives Jahr geht zu Ende!

2022 war ein besonderes Jahr mit vielen schönen Momenten und auch Herausforderungen. Insbesondere der Rückgang zur Präsenzlehre war ein Meilenstein, den wir dieses Jahr wieder realisieren konnten. Das Leben an der Universität Mannheim ist wieder in vollem Gange!



Doch nicht zuletzt dank des außerordentlichen Engagements der Mitarbeitenden unseres Lehrstuhls und der Unterstützung unserer langjährigen Partner konnten wir auch diese neuen Herausforderungen gemeinsam meistern. So blicken wir auf ein arbeitsreiches, aber dennoch äußerst erfolgreiches Jahr 2022 zurück.

Zeit, um auf die erfolgreichen Ereignisse im Jahr 2022 zurückzublicken und allen Mitarbeitenden und Partnern des Lehrstuhls Danke zu sagen!

Besonders gerne blicken wir zurück auf:

▪ Zwei Veröffentlichungen in den führenden Zeitschriften im Fachbereich Marketing

- Harz, N., Hohenberg, S. und Homburg, C. (2022). Virtual reality in new product development: Insights from prelaunch sales forecasting for durables. *Journal of Marketing*, 86, 157–179.
- Homburg, C. und Wielgos, D. M. (2022). The value relevance of digital marketing capabilities to firm performance. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 50, 666–688.



▪ Besondere Würdigungen unserer Forschungsaktivitäten

- Herr Professor Homburg, Dr. Theresa Schyma (geb. Morguet) und Prof. Dr. Sebastian Hohenberg gewinnen den Marvin Jolson Award - Honorable Mention für das Paper “Incentivizing of inside sales units – the interplay of incentive types and unit structures”. Mehr Informationen finden sie [hier](#).



▪ Drei mit Bestleistung abgeschlossene Dissertationsprojekte

- Kim Riede (2022): Marketing-Regulationen in der Pharmaindustrie – eine empirische Untersuchung der Auswirkungen auf das Konsumentenverhalten



- Moritz Tischer (2022): Customer Experience Management in Business-to-Business-Märkten – Eine branchenübergreifende Untersuchung zu Konzeption, Messung und Wirkungen
- Stephan Mettler (2022): Der Einsatz von IoT-Technologie in langlebigen Gebrauchsgütern - Eine empirische Untersuchung der Auswirkungen von IoT-Technologie auf die Beziehung zwischen Kunde, Gerät und Hersteller sowie das kundenseitige Nachhaltigkeitsempfinden
- **Gleichzeitig begrüßen wir mit Herrn Sebastian Junker und Herrn Florian Holz zwei neue wissenschaftliche Mitarbeiter an unserem Lehrstuhl! Herzlich Willkommen!**



Wir möchten uns an dieser Stelle **bei allen Beteiligten, Unterstützern und Partnern des Lehrstuhls bedanken**. Ohne Sie wären diese Ergebnisse und Erfolge nicht möglich gewesen! Ein besonderer Dank geht dabei an alle Mitarbeitenden der Universität Mannheim im Dekanat und der Verwaltung, unsere wissenschaftliche Hilfskräfte sowie an unsere Partner im IMU-Partnerkreis!

Wir wünschen Ihnen allen frohe Weihnachten und einen guten Rutsch ins neue Jahr.



Wir freuen uns auf die weitere gute Zusammenarbeit und ein ebenso erfolgreiches Jahr 2023!



Save the date!

Einladung zur IMU Frühjahrstagung 2023: Marktorientierte Unternehmensführung in Zeiten großer Unsicherheit

Am 23. März 2023 lädt das Mannheimer Institut für Marktorientierte Unternehmensführung (IMU) zu seiner jährlichen Frühjahrstagung zum Thema **„Marktorientierte Unternehmensführung in Zeiten großer Unsicherheit“** ein. Im Mittelpunkt steht dabei der rege Austausch zwischen Praxis und Wissenschaft. Hier gelangen Sie zu weiteren Informationen sowie zur Anmeldung.

