

UNIVERSITÄT TRIER, PROFESSUR FÜR MARKETING, INNOVATION UND E-BUSINESS

Die Professur für Marketing & Innovation konzentriert ihre Betrachtungen auf

- die **Vermarktungsprozesse und Management-Herausforderungen im Business und Dienstleistungsmarketing (BDM)**:

Die Geschäftsprozesse zwischen Unternehmen umfassen 80% der Wertschöpfung, sind für den Verkauf von über der Hälfte aller produzierten Güter verantwortlich und vermarkten eine große Vielfalt an Produkten und Services. Das BDM stellt dabei eine Disziplin dar, deren Verständnis vor allem auch für den Unternehmenserfolg auf Consumer-Märkten elementar ist.

- das **Innovationsmanagement** als Grundlage jeder langfristig erfolgreichen Unternehmenstätigkeit:

Die im Innovationsmanagement vorgestellten Erklärungs- und Lösungsansätze besitzen eine sektoral übergreifende Gültigkeit und gelten für Unternehmen im Consumer-, im Dienstleistungs- und im Investitionsgüter-Sektor.

[Link: Selbstverständnis & Leitbild der Professur](#)

Univ.-Prof. Dr. Rolf Weiber:

Geschäftsführender Direktor des **Competence Center E-Business** (ceb.uni-trier.de)

Studienleiter der Verwaltungs- und Wirtschaftsakademie Trier (VWA Trier) (www.vwa-trier.de)

)

[mehr ...](#)

FORSCHUNGSSCHWERPUNKT / KNOW-HOW

[Link: Details zum Forschungskonzept der Professur für Marketing & Innovation](#)

Die Forschungsarbeiten der Professur finden eine theoretische Fundierung insb. in der Informationsökonomie (Fokus: Unsicherheit) und werden unter Einsatz multivariater Analysemethoden einer empirischen Prüfung unterzogen.

- **Industriegüter- (B-to-B) sowie Dienstleistungs-Marketing**

- **Auswirkungen der digitalen Wirtschaft auf Unternehmen (Electronic Business & Netzwerkökonomie)**

Kontakt

Univ.-Prof. Dr. Rolf Weiber
Leiter

Universität Trier, Fachbereich
IV - BWL, Universitätsring 15
54296 Trier
Deutschland

0651-201 2618
weiber@uni-trier.de

www.innovation.uni-trier.de

Ansprechpartner

IHK Trier

Christian Kien

Herzogenbuscher Str. 12
54292 Trier

Tel.: 0651 9777 - 540
kien@trier.ihk.de

Top-Wissenschaft.de

Unternehmen trifft Wissenschaft
Ein Angebot der Industrie- und
Handelskammern in Baden-
Württemberg und Rheinland-Pfalz

Top  Wissenschaft
suchen und finden

- Vermarktung technologischer Innovationen und das Geschäftsbeziehungsmanagement (Relationship Marketing)
- Fundierung des Marketing in der Neuen Mikroökonomischen Theorie (insbesondere Informationsökonomik)
- Industrielles Business-to-Business-Marketing
- Wettbewerbsorientiertes Informationsmanagement und Netzwerkökonomie (Electronic Business)
- High-Tech-Marketing und Internetökonomie
- Einsatz quantitativer Methoden in der Marketingforschung

Forschungsschwerpunkte des [Competence Center E-Business](#):

- Kommunikationsqualität (Usability, Vertrauen) an der Schnittstelle zwischen Mensch und Technik
- Theorien als Grundlage der Analyse und Erklärung von Veränderungsprozessen
- Geschäftsmodelle und Geschäftssysteme in einer digitalisierten und vernetzten Ökonomie
- Veränderungs- und Transformationsprozesse einzelner Unternehmungen, aber auch ganzer Märkte und Branchen
- Erforschung „Offener Netzwerke“ mit folgenden Fragestellungen:
 Konvergenz der Kommunikation: Wie gestalten sich Kommunikationsprozesse in offenen Netzwerken? Analysiert werden vor allem die dynamischen Prozesse und Entwicklungen, die durch die Kommunikation in offenen Netzwerken konstituiert werden.
 Kollaboratives Wissensmanagement: Wie erfolgt der Wissensaufbau in offenen Netzwerken? Analysiert wird vor allem die Organisation von Referenzsystemen, an die sich Mitglieder offener Netzwerke beziehen können.
 Emergenz von Kooperation: Welche neuen Strukturen und Regeln sind in offenen Netzwerken zu erwarten? Analysiert werden für unterschiedliche Anwendungsfelder die Mechanismen, die diese neuen Strukturen und Regeln hervorbringen.

ANGEBOTE

Ein Ziel des Lehrstuhls ist es, einen ständigen Kontakt zur Unternehmenspraxis aufzubauen und zu halten, um auf diese Weise den Studierenden praxisnahe und praxisvorbereitende Veranstaltungen anzubieten sowie für den Lehrstuhl (und das angeschlossene Kompetenzzentrum E-Business) Forschungs- und Beratungsaufträge zu akquirieren. Unternehmen profitieren von der Zusammenarbeit vor allem durch die Nutzung eines breitgefächerten betriebswirtschaftlichen Wissens und leisten parallel dazu ihren Beitrag, Bildung und Wissenschaft zu fördern.

Markt- und Unternehmensanalyse (Konzeptentwicklung)

Im Rahmen der Durchführung von Praxisprojekten liegt der Schwerpunkt des Lehrstuhls in der Erstellung von Marktstudien, wissenschaftlicher Gutachten und der Konzeptentwicklung (Ableitung von Maßnahmen) für Unternehmen. Untersuchungsfelder liegen u. a. in der

- Kunden- und Konkurrenzanalyse,
 - Prognose von Diffusionsverläufen bei Produktinnovationen,
 - Untersuchung von Anbieterwechselentscheidungen,
 - Analyse von Kundenzufriedenheitsurteilen,
 - Untersuchung von Markenwahrnehmungen und der
 - Unterstützung bei Neuproduktplanungen.
- Wissenschaftliche Gutachten wurden v. a. für Telekommunikationsdienste, Virtuelle Marktplätze, Finanzdienstleistungen und Konsumgüter erstellt (Referenzen).
- Projekte im Bereich E-Business werden unterstützt oder vollständig durchgeführt vom Competence Center E-Business (CEB).

Schulungen und Marketing-Training

Neben der Ausbildung von Studenten an der Universität Trier ist die Professur für Marketing, Innovation & E-Business auch über die regionalen Grenzen hinaus in der Lehre aktiv.

Insbesondere konzentrieren sich die Schulungen dabei auf das technische bzw. fachfremde Personal (z.B. Ingenieure) von Unternehmen. Grundsätzlich können diese Ausbildungsaktivitäten drei Bereichen zugeordnet werden, die im folgenden durch einzelne Beispiele verdeutlicht werden sollen:

- Universitäre Aus- und Weiterbildung
- Entwicklung von Lehrkonzepten
- Ausbildung in der Industrie

Vortragsveranstaltungen

Erkenntnisse aus Forschung und Praxis werden auch im Rahmen von Vortragsveranstaltungen und Weiterbildungsseminaren vermittelt. Dabei garantiert die gezielte Ausrichtung der Vorträge und Seminare auf die Belange der Unternehmen und Mitarbeiter ein Höchstmaß an Effizienz und Relevanz. Auf Wunsch werden auch im Auftrag der Unternehmen gezielte Seminar- oder Workshopkonzepte entwickelt. Dabei bilden die Forschungsschwerpunkte des Lehrstuhls für Marketing die Basis für wissenschaftlich fundierte und aktuelle Veranstaltungen.

Das Angebotsspektrum des **Competence Center E-Business (ceb)** umfasst neben praxisorientierten [Forschungsprojekten](#) folgende Leistungen (Link [Leitungen](#), Link [Dienstleistungen](#)):

- Durchführung von Studien und Gutachten für Unternehmen und Verwaltungen
- Analyse und Optimierung der Benutzerfreundlichkeit von Online-Angeboten im Internet (Usability-Analysen)
- Auftragsforschung zur Begleitung der Implementierung von komplexen E-Business-Lösungen in Organisationen

Im Rahmen dieser Dienstleistungen können wir auf unser umfassendes methodisches Know-How und hochqualifizierte Mitarbeiter zurückgreifen. Unsere besondere Stärke bilden innovative Analyse- und Beratungsansätze, welche auf der interdisziplinären Ausrichtung des ceb basieren. Diese gehen einher mit einer unmittelbaren Umsetzungskompetenz aus der langjährigen Erfahrung im Einsatz von Mehrmethodendesigns. Im Zusammenspiel qualitativer und quantitativer Vorgehensweisen ergeben sich kundenspezifische innovative Lösungsansätze und Umsetzungsmodelle. Das ceb profitiert hierbei von seiner flexiblen Organisationsstruktur und einer team- bzw. projektorientierten interdisziplinären Zusammenarbeit verschiedener Fachdisziplinen.

PROJEKTBEISPIELE

Ausgewählte Referenzen und Kooperationspartner

Marktuntersuchungen, Fachgutachten, Vortragsveranstaltungen und Seminare wurden u. a. mit folgenden Partnern durchgeführt:

SES Astra
DaimlerChrysler Aerospace AG
DeTeMobil GmbH
Deutsche Bahn AG
Deutsch Telekom AG
Dresdner Bank AG
IBM Deutschland GmbH
Raiffeisenbank Schleiden eG
Siemens AG
Sparkasse Trier

Studierendenwerk Trier (SWT)
SWISSCOM AG, Schweiz
Tellsell Consulting GmbH

Projektbeispiele des Competence Center E- Business ([Link](#))

Projekt "E-Learning-Geschäftsmodelle": Bestandsaufnahme von Geschäftsmodellen und Entwicklung eines praxisorientierten Leitfadens zur Vermarktung von E-Learning-Bildungsangeboten im Rahmen des Projekts "Digitale Lernumgebung Hochschule"

Projekt "EISOLIT": Entwicklung eines Entscheidungsinstrumentes für strategische Outsourcing-Lösungen im IT-Bereich für KMU.

E-Transformationsprojekt "Spirit": Projekt zu den Auswirkungen von Informationstechnologien auf Geschäfts-, Arbeits- und Kommunikationsprozesse in Unternehmen.

Projekt "MEDIA DELUXE": Ziel ist die stärkere Einbindung der IT- und Medienbranche in alle Phasen der Produktion

Projekt "@value.web": Innovatives und onlinebasiertes Verfahren zum Usability-Testing für KMU.

Projekt MBA Net-Economy: Entwicklung eines Fernstudienkonzeptes mit interdisziplinärer Ausrichtung und umfassenden E-Learning-Inhalten.

Projekt "Elektronische Kommunikation": Ermittlung der Einflussfaktoren und Konsequenzen des Einsatzes neuer Medien in der Unternehmens- und Verwaltungskommunikation.

Projekt "Anlaufstelle Telearbeit in Rheinland-Pfalz": Aufbau einer Informations- und Kontaktstelle für Telearbeitsinteressierte sowie Vermittlung eines direkten Kontakts zu Unternehmen und Verwaltungen.