



Bild:wikimedia.org, Author:Dave-F

Medientrends und sozialer Wandel

In einem DFG-Fortsetzungsprojekt analysiert Prof. Meulemann in seiner Funktion als Direktor des Medienwissenschaftlichen Lehr-

und Forschungszentrums der Fakultät (MLFZ) gemeinsam mit dem MLFZ-Geschäftsführer Dr. Jörg Hagenah Zeitreihen der Mediennutzung von 1977 bis 2007, um die langfristigen sozialen Folgen der Einführung des dualen Rundfunkssystems und des Internets zu untersuchen. In den letzten Jahren wurden dafür die Daten der Media-Analyse (MA) aufbereitet, so dass Reichweitendaten für die Gattungen Print und Radio für sozialwissenschaftliche Analysen zur Verfügung stehen. Zukünftig wird dieser Datenpool ergänzt durch die MA Intermediadaten, welche zusätzlich die senderspezifischen AGF/GfK-Fernsehdaten enthal-

ten, die als TV-Einschaltquoten nahezu täglich medial diskutiert werden. Nach der Aufbereitung dieser Daten können Zeitreihen der Fernsehnutzung von 1977 bis 2007 erstellt und intermediale Fragestellungen analysiert werden. Erste Ergebnisse der Zeitreihenprojekte finden sich in der regelmäßig erscheinenden Reihe „Medientrends und sozialer Wandel“, die auch als Newsletter abonniert werden kann:

<http://www.mlfz.uni-koeln.de/>

FORSCHUNG

Fachtagung für Kundenmanagement

3. Thought Leadership Conference on Customer Management

Das Seminar für Handel und Kundenmanagement der Universität zu Köln unter Prof. Werner Reinartz richtet vom 10. – 12. September 2009 auf Schloß Montabaur in Zusammenarbeit mit dem Center for Customer Insights der Universität Groningen (Prof. Dr. Peter Verhoef) und dem Marketing Centrum Münster (Prof. Dr. Manfred Krafft) die 3. Thought Leadership Conference on Customer Management aus. Die Vorgänger-

konferenzen wurden 2001 vom Boston College und 2005 von der University of Connecticut veranstaltet.

Das Ziel dieser im 4-Jahresrhythmus stattfindenden Konferenz ist es, zukünftige Forschungsthemen im Bereich Kundenmanagement herauszuarbeiten und relevante Forschungsfragestellungen zu konkretisieren. Die herausgearbeiteten Beiträge werden 2010 in einer Spezialausgabe des Journal of

Service Research veröffentlicht. Der Besuch dieser Konferenz durch ca. weltweit 50 Forscher erfolgt ausschließlich auf Einladung. Dass die Thought Leadership Conference 2009 in Deutschland stattfindet, ist ein wichtiger Beitrag zur internationalen Sichtbarkeit und Reputation des deutschen Forschungsumfeldes und der Universität zu Köln.

FORSCHUNG

Best Presentation Award

Prof. Thonemann und Prof. Ockenfels ausgezeichnet

Prof. Thonemann und Prof. Ockenfels haben auf der Behavioral Operations Conference in New York den „Best Presentation Award 2009“ verliehen bekommen. Diese Auszeichnung erhielten sie für ihre Forschung über das Entscheidungsverhalten von Einkaufsmanagern. Gemeinsam mit Prof. Bolton (Penn State) haben sie untersucht, wie durch passende Bereitstellung von Informationen Entscheidungen verbessert wer-

den können. Dazu wurde eine Versuchsreihe mit über 100 Einkaufsmanagern durchgeführt. Es zeigte sich, dass die Manager erheblich besser entschieden, wenn ihnen entscheidungsunterstützende Informationen bereitgestellt werden, als wenn nicht. Auf die Frage, ob die Ausbildung auch eine Rolle spielt, antwortet Prof. Thonemann: „Wir konnten klar erkennen, dass im Einkauf ein Hochschulabschluss karrierefördernd

ist und dass er hilft, gute Entscheidungen zu treffen. Die besten Entscheidungen wurden von Managern mit Hochschulstudium auf hohen Hierarchieebenen getroffen“. Dies ist sicherlich eine erfreuliche Erkenntnis für alle Studierenden...