

## Neues Austauschprogramm mit der Fudan University in Shanghai

Zum Sommersemester 2007 startet ein neues Studenten-Austauschprogramm zwischen der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Universität Münster und der School of Management der Fudan University, Shanghai, China.

Die Fudan University ist mit mehr als 45.000 Studenten eine der renommiertesten Universitäten in Asien und gehört innerhalb Chinas sogar zu den Top 3 Hochschulen des Landes. Die wirtschaftswissenschaftliche Fakultät war die erste im chinesischen Raum und war Vorläufer der heutigen School of Management.

Initiiert wurde das neue Programm vom Direktor des Instituts für Anlagen

und Systemtechnologien, Prof. Dr. Dr. h.c. Klaus Backhaus während seiner Asien- und Australienreise im August 2005 (siehe IGM im Fokus Ausgabe 3/2005). Mit dem Abschluss eines Kooperationsabkommens mit der Fudan University ist es dem IAS gelungen, erstmalig auch eine chinesische Universität als Partner für die Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät zu gewinnen. Die neue Kooperation unterstreicht eindrucksvoll die Internationalisierungsbestrebungen des MCM, welche das Ziel haben, langfristig ein Netzwerk von qualitativ hochwertigen Marketinginstitutionen aufzubauen, das den kontinuierlichen Austausch von Dozenten und Studierenden gewährleistet.

### Neuer Mitarbeiter am IAS

Herr Dipl.-Kfm. Matthias Koch ist seit dem 2. Mai 2006 als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Anlagen und Systemtechnologien beschäftigt.



Dipl.-Kfm.  
Matthias Koch

Nach seinem Abitur studierte Herr Koch Betriebswirtschaftslehre an der WWU in Münster mit den Schwerpunkten Marketing und Supply-Chain-Management. Im August 2003 ging er für ein Jahr in die USA, um zwei Semester an der University of Texas at Austin zu studieren und in San Francisco für eine international tätige Non-Profit Organisation zu arbeiten.

### Veranstaltung

## Fördern kommt von fordern – Eliteseminar am IAS

Exzellenz im Marketing erfährt in Münster eine besondere Förderung. Diese Erfahrung konnten zwölf Studierende am vergangenen Wochenende machen: Für drei Tage wurden die vom Institut für Anlagen und Systemtechnologien ausgewählten Marketing-High Potentials von der Unternehmensberatung McKinsey & Company zur IAS Case Study Competition 2006 in die Alpine

University nach Kitzbühel eingeladen. Drei Teams traten dort als Unternehmensberater gegeneinander an und bearbeiteten verschiedene Marketing-Fragestellungen anhand einer von McKinsey & Company exklusiv für diese Veranstaltung erstellten Fallstudie. Der besondere Reiz lag für die Studierenden darin, dass der Fall auf einem echten Beratungsprojekt basiert und die fünf an-

wesenden Berater und Partner von McKinsey & Company viele Anekdoten aus dem Projekt zu erzählen hatten. Das große Engagement und Können der Studierenden überzeugte Prof. Backhaus und die Partner von McKinsey & Company, die allesamt begeistert waren von der Leistung, die sie präsentiert bekamen. Am Ende war es schwierig zu entscheiden, wer nun der Sieger war. Letztlich entschied sich die Jury für das Team von Moritz Lukas, Katrin Parthe, Benjamin Schefer und Sahil Tesfu. Dass auch der Spaß nicht zu kurz kam, dafür sorgte das wunderbare Ambiente des Hotels in Kitzbühel, eine Wanderung zu einer Alm oder eine Oldtimer-Rallye, die gleichzeitig stattfand. So bedankt sich ein Student: „Vielen Dank für dieses super Wochenende, das ihr für uns auf die Beine gestellt habt. Ich denke es war für alle eine sehr große Erfahrung, aus der wir viel lernen konnten und die obendrein auch noch mit Spaß verbunden war.“



Die Teilnehmer der IAS Case Study Competition mit ihren Betreuern vom IAS und McKinsey & Company vor der Alpine University in Kitzbühel

## Englischsprachige Publikation in The Journal of Structured Finance

*Klaus Backhaus, Holger Werthschulte:*

### **„Identification of Key Risk Factors in Project Finance – A „project Type“ – Based Simulation Approach“, in: The Journal of Structured Finance, Vol. 11, No. 4, 2006**

Prof. Backhaus und Dr. Holger Werthschulte, jetzt im Controlling der Fiege Gruppe in Greven tätig, haben in der Winterausgabe 2006 des Journal of Structured Finance einen Beitrag über „Identification of Key Risk Factors in Project Finance – A „Project Type“ – Based Simulation Approach“ veröffentlicht. Dieser Beitrag wurde zum meist gelesenen Beitrag dieser Ausgabe.

Im Kern geht es darum zu bestimmen, welche Faktoren einen besonders starken Einfluss auf die Verteilung der als Auswahlkriterien herangezogenen Bewertungsgrößen haben. Zu diesem

Zweck wurden auf der Grundlage von 60 erhobenen Projektfinanzierungsfällen idealtypische Projektfinanzierungsstrukturen identifiziert, aus deren Charakteristika dann Cash Flow-Modelle abgeleitet wurden. Auf dieser Basis wurde analysiert, inwieweit die Parametrisierung einzelner Inputvariablen die Verteilung der Ergebnisgröße beeinflusst. Mit einem Meta-Modellierungsansatz, der sich besonders zur Analyse komplexer Simulationsmodelle eignet, wird ein Verfahren eingesetzt, das auch die Berücksichtigung von Interaktionseffekten ermöglicht. Als Ergebnis zeigt

sich, dass die Absatzpreise und – unter Einschränkung – die Investitionsauszahlungen typenübergreifend das Risiko bestimmen. Die Rangfolge der übrigen unsicheren Größen variiert zwischen den einzelnen Projektfinanzierungsstrukturen.

In dem Artikel werden Empfehlungen erarbeitet, wie die erzielten Ergebnisse auf nicht in der Stichprobe enthaltene Projekte übertragen und bei der Bewertung von neuen Projektfinanzierungsvorhaben effektiv und effizient genutzt werden können.

## Veröffentlichungen im Band „Pricing-Forschung in Deutschland“, Hrsg.: Hermann Diller, WGIM-Verlag, Nürnberg 2005

*Klaus Backhaus, Jenny van Doorn, Uta Herbst, Markus Voeth, Robert Wilken:*

### **„Preisverhandlungen im B2B-Marketing“, S. 1–15**

*Susanne Stingel:*

### **„Methoden zur Ermittlung von Zahlungsbereitschaften – Einfluss moderierender Variablen“, S. 169–178**

Die Preispolitik als eines der Kerngebiete des Marketings hat in den letzten Jahren durch ihre zunehmende Differenzierung auch für die Wissenschaft neue Forschungsfelder eröffnet. Das Kompetenzzentrum Pricing des Lehrstuhls für Marketing an der Universität Erlangen-Nürnberg (Prof. Dr. H. Diller) veranstaltete aus diesem Anlass kürzlich einen Workshop zum Thema Pricing, um die neuesten wissenschaftlichen Erkenntnisse deutschsprachiger Forscher auf diesem Gebiet zusammenzutragen. Anlässlich des Workshops erschien ein Tagungsband, der die Beiträge der Teilnehmer enthält und somit einen guten Überblick über sämtliche Teilgebiete

der Preispolitik ermöglicht, die momentan in der Diskussion stehen.

Das Institut für Anlagen und Systemtechnologien ist in diesem Band mit zwei Beiträgen vertreten. Der erste Beitrag, ein Gemeinschaftsprojekt mit dem Lehrstuhl für Marketing an der Universität Hohenheim (Prof. Voeth) und der Universität Groningen (Dr. van Doorn), diskutiert Erfolgsfaktoren bei Preisverhandlungen im B2B-Kontext. Die Studie zeigt zum einen, dass subjektiv bzw. objektiv gemessener Erfolg weit auseinander liegen können. Zum anderen erklärt sich der gemeinsame Verhandlungserfolg aller beteiligten Verhandlungspartner durch andere Fakto-

ren als der Erfolg der einzelnen Partei. Der zweite Beitrag des Tagungsbandes von IAS-Seite stammt von Susanne Stingel. Sie vergleicht verschiedene Methoden zur Ermittlung von Zahlungsbereitschaften. Dabei stellt sie fest, dass die Eignung einer bestimmten Methode möglicherweise von Kontextfaktoren, wie z. B. der Höhe des Involvement, abhängt. Wenn also in der Marktforschung Zahlungsbereitschaften für Produkte ermittelt werden sollen, ist eine sorgfältige Methodenauswahl angebracht.

Die Beiträge zeigen die Breite der preispolitischen Fragestellungen, die am IAS untersucht werden.

*Interessenten stellen wir eine Kopie der Beiträge zur Verfügung.  
Ansprechpartner: Dipl.-Kfm. Matthias Weddeling (Tel 02 51/83-2 50 14).*

# Industriegüter MARKETING

IM FOKUS 2/2006



**FKI**

Förderkreis für Industriegütermarketing e.V.

## INHALT

**Top Thema**  
**Beurteilung von**  
**Länderrisiken** 2

**Forum**  
**Doppelte Preis-**  
**verleihung für**  
**IAS-Dissertation** 3

**Auszeichnung für**  
**IAS-Beitrag** 4

**Neues Austausch-**  
**programm** 5

**Veranstaltung**  
**Eliteseminar am IAS** 5

**Publikationen** 6

## IMPRESSUM

Herausgeber:  
Förderkreis für Industriegüter-  
marketing e.V.  
an der Westfälischen  
Wilhelms-Universität Münster  
Am Stadtgraben 13-15  
48143 Münster  
Tel.: 02 51/83-2 18 15  
Fax: 02 51/83-2 29 03  
www.marketing-centrum.de/fki  
FKI@wiwi.uni-muenster.de

Redaktion: Malgorzata Malinska

Layout: KreaTec – Grafik, Konzepti-  
on und Datenmanagement  
im Landwirtschaftsverlag

Druck: LV Druck im  
Landwirtschaftsverlag  
GmbH, Münster



Newsletter des Förderkreises für Industriegütermarketing e.V.

## Liebe Freunde und Förderer des IAS

**B**is zur Mitte der Fußballweltmeisterschaft und bis zum Druckzeitpunkt dieser Ausgabe hat die deutsche Mannschaft hervorragend gespielt: Drei Siege in der Vorrunde waren nicht zu erwarten.

Auch das Team des Instituts für Anlagen und Systemtechnologien (IAS) hat sich mächtig ins Zeug gelegt. Nicht nur, weil die Mitarbeiter des MCM, zu dem das IAS gehört, zum dritten Mal in Folge den WiWi-Cup der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät gewonnen haben.

Auch in der wissenschaftlichen Arena haben wir große Erfolge vorzuweisen. So ist z. B. der Münsteraner Geschäftstypenansatz zur Analyse von Industriegütermarketingproblemen, den ich zusammen mit Frau Dr. K. Mühlfeld letztes Jahr in der Zeitschrift „Management Decision“ veröffentlicht habe, mit dem „Highly Commended Award 2006“ des Emerald LiteratiNetworks ausgezeichnet worden. Wissenschaftlich bemerkenswert ist auch die Teilnahme eines Mitarbeiters vom IAS an der Tagung der „Academy of Marketing Science“ in San Antonio, Texas, wo zwei wissenschaftliche Beiträge vorgestellt und mit großem Lob bedacht wurden.

Auch die doppelte Preisverleihung für seine herausragende Dissertation an Herrn Dr. M. Eschweiler gehört in diesen Bereich. Ansonsten liegt der Schwerpunkt dieser Ausgabe von „IGM im Fokus“ auf internationalen Aktivitäten. Das Topthema ist der Analyse von Verfahren zur Beurteilung von Länderrisiken gewid-



*MCM-Team hat zum dritten Mal in Folge den WiWi-Cup der Fakultät gewonnen.*

met. Außerdem berichten wir über das neue Austauschprogramm mit der Fudan University in Shanghai.

Schließlich sind wir mit unserem Elite-Programm in der Lehre weiter vorangekommen. McKinsey & Company hat es uns ermöglicht, einen Elite-Workshop in der Alpine University in Kitzbühel durchzuführen.

Sie sehen, in den vergangenen Monaten haben wir ein vielfältiges Programm bewältigt, das hoffentlich Ihr Interesse finden wird. Ich wünsche Ihnen viel Spaß bei der Lektüre.

Münster, im Juli 2006

Prof. Dr. Dr. h.c. K. Backhaus

# Verfahren zur Beurteilung von Länderrisiken – Eine empirisch gestützte vergleichende Beurteilung

Im Zusammenhang mit der Globalisierung und den damit grundlegend geänderten Rahmenbedingungen ist ein zunehmender Anteil ausländischer Geschäftsaktivitäten vieler Unternehmen zu verzeichnen. Dabei sind Unternehmen auf zuvor fremden Märkten spezifischen Rahmenbedingungen ausgesetzt, die die jeweilige Geschäftstätigkeit beeinflussen. Daher ist es von besonderer Relevanz, diese Rahmenbedingungen umfassend zu analysieren, um eine fundierte Grundlage für unternehmerische Entscheidungen zu schaffen. Neben der Analyse der Marktattraktivität bzw. der Chancen einer (potenziellen) ausländischen Geschäftstätigkeit kommt der Betrachtung der Marktbarrieren und dabei insbesondere der Bewertung der landesspezifischen Risiken eine elementare Bedeutung zu. Sie beeinflussen die Erfolgsaussichten von Unternehmensaktivitäten und können bei Unterbewertung zu erheblichen Verlusten führen oder bei Überbewertung Opportunitätskosten begründen, wenn attraktive Auslandsmärkte aufgrund eines vermeintlich hohen Länderrisikos nicht bearbeitet werden.

## Länderrisikoanalyse

Zur Analyse des Länderrisikos wurde in Theorie und Praxis bereits eine Vielzahl verschiedener Bewertungsverfahren entwickelt. Sie unterscheiden sich vor allem in ihrem Aufbau und den ihnen zugrunde liegenden Risikodeterminanten. Allgemeine Bewertungsverfahren können zwar nicht den Anspruch erheben, die individuellen Risiken einzelner Auslandsaktivitäten vollständig abzubilden, sie bieten allerdings eine erste grobe Risikoeinschätzung und darüber hinaus detaillierte Informationen, die für eine investitionsspezifische Risikoevaluation genutzt werden können. In diesem Sinne können die allgemeinen Länderrisikoinformationen für die konkrete einzelwirtschaftliche Risikobeur-

teilung herangezogen werden oder den Bewertungsprozess eines Unternehmens steuern. Dabei kann entsprechend der Höhe des allgemeinen Länderrisikos der Aufwand der spezifischen Risikoevaluation im Unternehmen gelenkt werden.

Angesichts der Vielzahl zum Teil sehr unterschiedlicher Länderrisikobewertungsverfahren stellt sich für Unternehmen die Frage nach der Auswahl eines oder mehrerer Verfahren als Informationsgrundlage für die einzelwirtschaftliche Risikoevaluation. Da aufgrund der Vielschichtigkeit von Länderrisiken bisher kein geeignetes externes Validierungskriterium für die Überprüfung der Beurteilungsgüte von Länderrisikobewertungsverfahren identifiziert werden konnte, wurden diese Verfahren bisher nur unzureichend analysiert. Da die Bewertungsverfahren ungleiche Methoden nutzen und auf unterschiedlichen Risikodeterminanten basieren, erscheint es jedoch wahrscheinlich, dass die Verfahren differierende Risikoeinschätzungen vornehmen. Als eine mögliche Folge könnte sich eine unterschiedliche Beurteilungsgüte für die einzelnen Bewertungsverfahren ergeben. Ein umfangreicher Vergleich der Risikoeinschätzungen

verschiedenartiger Verfahren wurde bisher noch nicht durchgeführt. Aus Unternehmenssicht spielt diese Frage aber eine große Rolle, da strukturell voneinander abweichende Ergebnisse fragwürdige Entscheidungsgrundlagen für internationale Geschäftsaktivitäten liefern würden. Eine umfassende, empirisch ausgerichtete Evaluation verschiedener Bewertungsverfahren füllt somit nicht nur aus theoretischer, sondern vor allem auch aus praktischer Sicht eine wichtige Erkenntnislücke.

## Empirische Untersuchung

Vor diesem Hintergrund werden in dieser empirischen Untersuchung die Risikoeinschätzungen von sechs verschiedenartigen und für Unternehmen besonders relevante Länderrisikobewertungsverfahren miteinander verglichen, um zu überprüfen, ob diese Verfahren zu identischen oder unterschiedlichen Risikoeinschätzungen kommen. Dabei geht es weniger um die Identifikation einzelfallbezogener Beurteilungsunterschiede. Im Hinblick auf die gegebenenfalls voneinander abweichenden Risikobewertungen besteht die Möglichkeit, dass diese aus den unterschiedlichen Verfahrens-

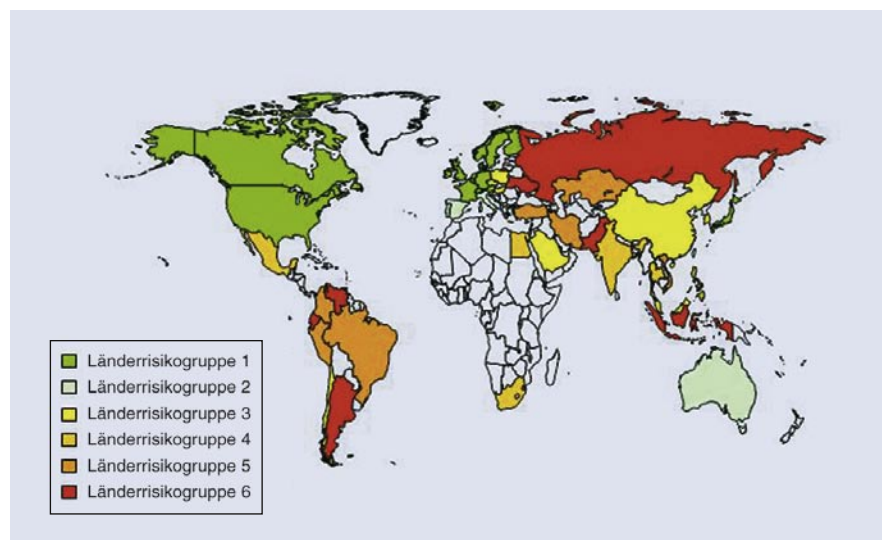


Abb. 1: Typische Länderrisikogruppen

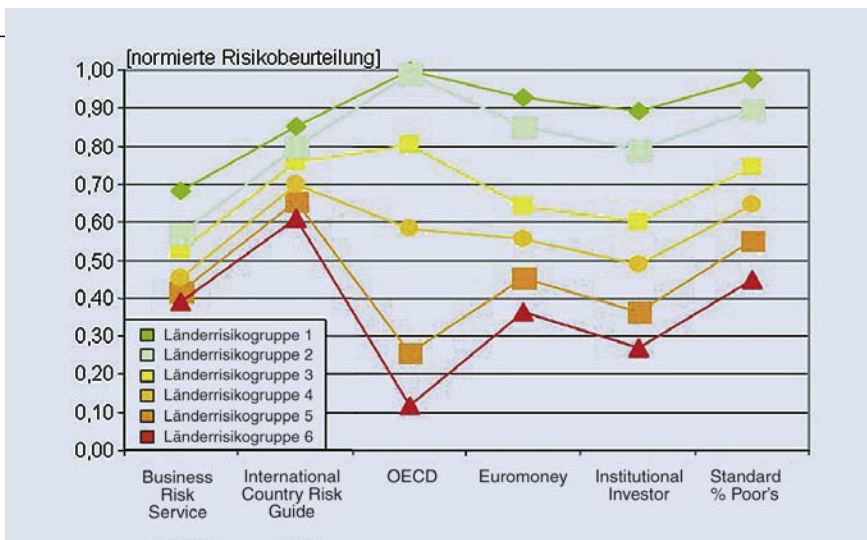


Abb. 2: Vergleich der Länderrisikobewertungsverfahren

methoden resultieren und sich entsprechend in strukturellen Bewertungsunterschieden äußern. Daher ist es das Ziel zu prüfen, ob einerseits überhaupt Bewertungsunterschiede zwischen den Verfahren bestehen, und ob andererseits eventuell vorhandene Unterschiede auf verschiedenartige Strukturen der Verfahren zurückzuführen und damit systematischer Natur sind.

Der direkte Vergleich der Risikoeinschätzungen unterschiedlicher Länderrisikobewertungsverfahren wird auf der Ebene typischer Länderrisikogruppen durchgeführt. Diese Gruppen (vgl. Abb. 1) werden auf Grundlage der Risikoeinschätzungen von Bewertungsverfahren ermittelt und sind daher in der Lage,

strukturelle Bewertungsunterschiede in der Klassifikation abzubilden. Die Beschreibung der typischen Risikogruppen durch die Beurteilungen der Verfahren ermöglicht den direkten Vergleich der Risikoeinschätzungen dieser Verfahren und somit die Analyse systematischer Bewertungsunterschiede (vgl. Abb. 2).

Der eigene empirische Vergleich zeigt trotz der grundlegenden konzeptionellen Unterschiede der betrachteten Verfahren, dass die Länderrisikoeinschätzungen auf aggregierter Ebene, d. h. unabhängig von den Charakteristika einzelner Risikodimensionen, sehr ähnlich ausfallen und für die identifizierten typischen Risikogruppen keine systematischen Bewertungsunterschiede aufwei-

sen. Es wird gezeigt, dass alle sechs Länderrisikobewertungsverfahren, unabhängig von ihrer speziellen Zielgruppe, in gleicher Weise zwischen den sechs typischen Risikogruppen differenzieren. Infolgedessen sind keine strukturellen Bewertungsunterschiede im Hinblick auf die Gruppen festzustellen. Aufgrund der ähnlichen Risikoeinschätzungen und des Fehlens systematischer Beurteilungsunterschiede zwischen den sechs hier untersuchten Bewertungsverfahren ist die Beurteilungsgüte dieser Verfahren als ähnlich einzuschätzen.

Aus Unternehmenssicht stellen diese Erkenntnisse eine wichtige Unterstützung für die Länderrisikoevaluation dar. Aufgrund der ähnlichen Risikoeinschätzungen erzeugen alle sechs untersuchten Länderrisikobewertungsverfahren eine vergleichbare Entscheidungsgrundlage für das Management eines internationalen Unternehmens. Angesichts dieses Ergebnisses ist es für internationale Unternehmen bei der Analyse des Länderrisikos nachrangig, welches der sechs hier betrachteten Risikobewertungsverfahren sie für die grundlegende Länderrisikoevaluation heranziehen.

*Ansprechpartner: Dipl.-Kfm. Christian Braun (Tel. 02 51/83-2 28 84).*

## Preisübergaben an Dr. Maurice Eschweiler

Anfang Mai wurden Dr. Maurice Eschweiler vom Institut für Anlagen und Systemtechnologien für seine Dissertation „Externe Referenzpreise – eine empirisch gestützte verhaltenswissenschaftliche Wirkungsanalyse“ zwei renommierte Preise verliehen. Zunächst wurde ihm in Nürnberg von Prof. Horst Müller-Peters der Preis der Deutschen Marktforschung – Kategorie Nachwuchsforscher des Jahres (2. Platz) – überreicht. Das Preisgeld betrug hier 1.000 €. Nur einen Tag später wurde ihm in Würzburg der mit 7.000 € dotierte Wissenschaftspreis des Deutschen Marketing-Verbandes verliehen. Die überaus stimmungsvolle Laudatio hielt Prof. Dr. Franz-Rudolf Esch von der Universität Gießen. Dr. Eschweiler konnte die Ergebnisse seiner Forschungsarbeit auf beiden Veranstaltungen einem sehr fachkundigen Publikum vorstellen.



*Prof. Dr. Dr. h.c. Klaus E. Goehrmann (Präsident des Deutschen Marketing-Verbandes), Dr. Maurice Eschweiler, Prof. Dr. Franz-Rudolf Esch, Wolfhard Patzelt (Grey Global Group), von links*

## Internationale Anerkennung für Münsteraner Ansatz

Das Marketing Centrum Münster (MCM) besitzt mit dem Institut für Anlagen und Systemtechnologien (IAS) einen Schwerpunkt in der Industriegütermarketingforschung. Aufgrund der Heterogenität der Vermarktungsprozesse im Industriegüterbereich vertritt das IAS seit seiner Gründung im Jahre 1986 den sogenannten Geschäftstypenansatz. Vier Geschäftstypen (Produkt-, Anlagen-, System- und Zuliefergeschäft) werden im Rahmen des Industriegütermarketings als unterschiedliche Geschäftstypen deklariert. Zentrale Forschungsaufgabe während der letzten 20 Jahre war es, für diese Geschäftstypen im Industriegütermarketing eigenständige Marketingkonzeptionen zu entwickeln. Die Ergebnisse wurden laufend in dem deutschen Standardlehrbuch zum Industriegütermarketing (jetzt Backhaus/Voeth: Industriegütermarketing, 8. Aufl. 2006) dokumentiert.

Seit einigen Jahren ist eines der Kernforschungsthemen die Frage des Geschäftstypenwechsels geworden. Dabei geht es darum, Handlungsempfehlungen

zu entwickeln, unter welchen situativen Bedingungen es sinnvoll ist, einen bestehenden Geschäftstyp zu verlassen und seine Leistung in einen neuen Geschäftstyp zu überführen. So können Leistungen, die im Systemgeschäft angeboten wurden, weil sie Bindungseffekte (Lock-In-Effekte) aufgrund von proprietären Schnittstellen bewirken, z. B. durch Standardisierungsmaßnahmen abgebaut werden. Damit können Märkte erweitert und manche Märkte überhaupt erst in Gang gesetzt werden, wenn der Bindungseffekt durch die Nachfrage als zu eng empfunden wird, so dass Kunden im Zweifelsfall vom Kauf absehen.

Die Frage des Geschäftstypenwechsels ist in einer konzeptionellen Perspektive und einer anschließenden Simulation in der Dissertation von Dr. Katrin Mühlfeld analysiert worden. Aufbauend auf diesen konzeptionellen Überlegungen am IAS sowie Ergebnissen aus der Doktorarbeit haben Prof. Backhaus und Frau Dr. Mühlfeld gemeinsam einen Aufsatz zum Thema Geschäftstypenwechsel in der Zeitschrift



Management Decision veröffentlicht (Backhaus, K./Mühlfeld, K.: Strategy dynamics in industrial marketing: a business types perspective, in Management Decision, Vol. 43, 1, 2005). Für diesen Beitrag hat das Emerald LiteratiNetwork den Highly Commended Award 2006 für die besten Beiträge eines Jahrgangs an die beiden Autoren verliehen.

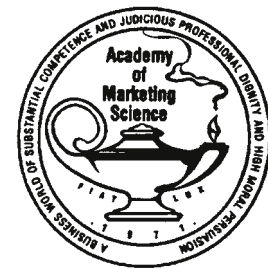
Interessenten stellen wir eine Kopie des Beitrags zur Verfügung. Ansprechpartner: Dipl.-Kfm. Matthias Weddeling (Tel. 02 51/83-2 50 14).

## „Academy of Marketing Science Annual Conference“

Teilnahme von Robert Wilken an der diesjährigen „Academy of Marketing Science Annual Conference“ vom 24.5. bis 27.5.2006 in San Antonio/Texas, USA

Die jährliche Konferenz der Academy of Marketing Science, eine amerikanische Vereinigung von Marketingwissenschaftlern und Herausgeber eines hochrangigen Marketing-Journals, wurde in diesem Jahr unter dem Motto „Revolution in Marketing: Market Driving Changes“ im texanischen San Antonio abgehalten. Vier Tage lang präsentierten und diskutierten Professoren und Nachwuchswissenschaftler hochrelevante Themen u. a. aus den Bereichen B-to-B-, Dienstleistungs- und Internationales Marketing. IAS-Mitarbeiter Robert

Wilken war mit den Beiträgen „Utility Functions in Conjoint Analysis for Estimating Willingness to Pay – a Comparison of Individual and Cluster Solutions“ und „Customer-oriented Selection and Pricing of Supplementary Services in Business Markets“ vertreten, die beide in Zusammenarbeit mit Jun.-Prof. Christina Sichtmann (FU Berlin) entstanden sind. Im ersten Beitrag geht es um die Frage einer geeigneten Aggregation von Nutzenfunktionen zur Ableitung von Zahlungsbereitschaften. Der zweite Beitrag befasste sich mit der



Frage, wie ein Unternehmen anhand kundenseitiger Zahlungsbereitschaften entscheiden kann, ob eine Dienstleistung separat oder zusammen mit dem Kernprodukt bepreist werden sollte. Beide Beiträge können bei Dipl.-Math. Robert Wilken unter [robert.wilken@uni-muenster.de](mailto:robert.wilken@uni-muenster.de) angefordert werden.