



Jahresbericht Privatuniversität Schloss Seeburg

**Siebtes Berichtsjahr
September 2013 bis September 2014
(Studienjahr)**

Privatuniversität Schloss Seeburg
Seeburgstraße 8
5201 Seekirchen am Wallersee

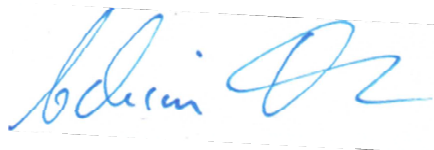
Vorwort

Der siebte Jahresbericht der Privatuniversität Schloss Seeburg dokumentiert die positive und planmäßige Entwicklung der Privatuniversität für das Studienjahr 2013/14 gemäß den Vorgaben der Privatuniversitäten-Jahresberichtsverordnung. Die Studierendenzahlen in den weitergeführten akkreditierten Bachelor- und Masterstudiengängen haben sich sehr erfreulich entwickelt und bestätigen die inhaltliche Schwerpunktsetzung und das semi-virtuelle Studienkonzept der Privatuniversität. Im Gleichschritt mit der wachsenden Studierendenzahl wurde das wissenschaftliche und administrative Personal ausgebaut. So wurden im Berichtsjahr eine volle Universitätsprofessur und eine Associate-Professur neu besetzt und weitere Professuren zur Besetzung ausgeschrieben. Auch der wissenschaftliche Mittelbau sowie das administrative Personal wurden weiter verstärkt. Maßnahmen zur Erweiterung der organisatorischen und räumlichen Infrastruktur wurden ebenfalls eingeleitet.

Das Berichtsjahr war nicht zuletzt durch die Vorbereitung und Durchführung des Reakkreditierungsverfahrens für die Privatuniversität und die von ihr angebotenen Studiengänge geprägt. Die mittlerweile vorliegenden Gutachten und die darauf basierende Entscheidung des Boards der Agentur für Qualitätssicherung und Akkreditierung Austria attestieren der Privatuniversität Schloss Seeburg ein hohes Qualitätsniveau in Lehre, Studienbetreuung, Forschung und Verwaltung. Entsprechend wurde die Akkreditierung der Privatuniversität bis 2020 verlängert.

Neben der Fortführung und Verbesserung von Lehre und administrativen Prozessen kam der Weiterentwicklung der Forschungsaktivitäten der Privatuniversität ein besonderer Stellenwert im Berichtszeitraum zu. In fakultätsübergreifender Abstimmung wurde das Forschungskonzept der Privatuniversität aktualisiert und erweitert. Gleichzeitig wurden Antragsaktivitäten zur Einwerbung qualifizierter Drittmittel intensiviert. Zudem wurden Forschungspartnerschaften ausgebaut und auch neu vereinbart.

Den Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartnern im Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft ebenso wie bei der Agentur für Qualitätssicherung und Akkreditierung Austria danken wir für die Unterstützung und vertrauensvolle Zusammenarbeit.



Univ.-Prof. Dr. Achim Hecker

Rektor

1 Entwicklung

Der in der Erstakkreditierung 2007 vorgelegte und laufend fortgeschriebene Entwicklungsplan konnte weiter umgesetzt werden. Die bisherigen Studiengänge Betriebswirtschaftslehre (BWL) zum Bachelor sc., Wirtschaftspsychologie zum Bachelor sc., Sport- und Eventmanagement zum Bachelor sc., BWL zum Master sc., BWL mit Schwerpunkt Wirtschaftspsychologie zum Master sc. und BWL mit Schwerpunkt Sport- und Eventmanagement zum Master sc. konnten dank der weiter steigenden Nachfrage erfolgreich weitergeführt werden. Außerdem wurde und wird der Universitätslehrgang zum Master of Business Administration (MBA) in General Management angeboten.

2 Studien und Lehre

2.1 Studierende

Insgesamt waren im Berichtszeitraum 2013/2014 314 Studierende in der Privatuniversität eingeschrieben; davon sind 43 % weiblich und 57 % männlich, 57% bis 25 Jahre alt, 28 % zwischen 26 und 30 Jahre und 15 % über 30 Jahre alt.

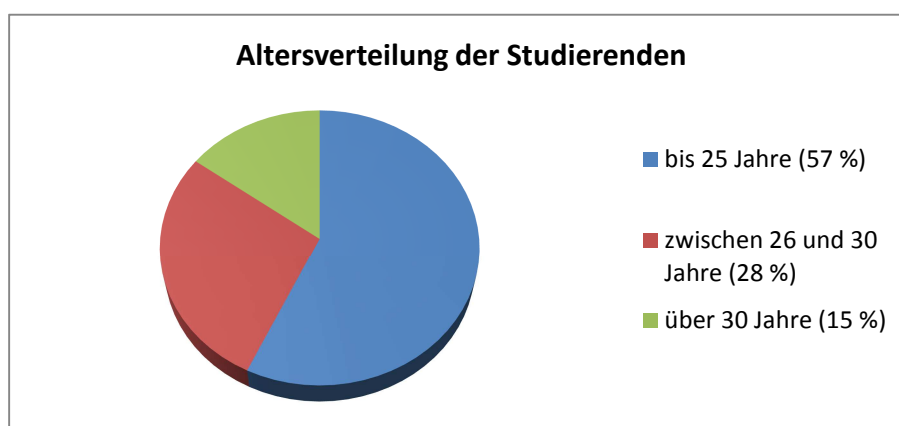


Abb. 1: Altersverteilung der Studierenden

52 % der Studierenden wohnen im Salzburger Land, weitere 30 % leben in anderen Bundesländern in Österreich und 18 % haben ihren Wohnsitz im Ausland (Deutschland, Schweiz und Italien).

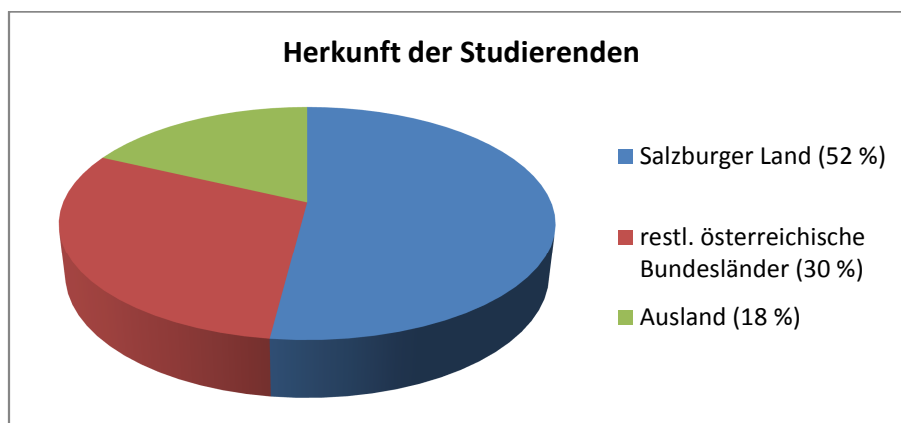


Abb. 2: Herkunft der Studierenden

Die Verteilung der Studierenden auf die Studiengänge und Studienjahre sind in folgender Tabelle dargestellt:

Studiengang	Immatrikulierte Studierende	
	WS 13/14	SS 14
Bachelor BWL und BWL mit Schwerpunkt Sport- & Eventmanagement oder Wirtschaftspsychologie	132	123
Bachelor Sport- und Eventmanagement	115	109
Bachelor Absolventen/innen	-16	-8
Bachelor Drop out	-2	-15
Gesamt Bachelor	229	209
davon Studienanfänger	70	3
Master BWL und BWL mit Schwerpunkt Wirtschaftspsychologie und BWL mit Schwerpunkt Sport- und Eventmanagement	70	73
Master Absolventen/innen	-2	-4
Master Drop out	-0	-1
Gesamt Master	68	68
davon Studienanfänger	18	5
Master of Business Administration in General Management	18	17
MBA Absolventen/innen	-1	-6
MBA Drop out	-0	-2
Gesamt MBA	17	9
davon Studienanfänger	0	0
Studierende Stand: 14.03.2014 und 14.09.2014	314	286

Tab. 1: Verteilung der Studierenden auf die Studiengänge und Studiensemester

Die Betreuungsrelation zwischen dem hauptberuflichen wissenschaftlichen Personal und den Studierenden hatte im WS 2013/2014 einen Wert von 1 : 34 und im Sommersemester 2014 einen Wert von 1 : 31.

Die Studiendauer (sechs Semester zum Bachelor- und vier Semester zum Master-Abschluss) wird von den Studierenden weitgehend eingehalten. Lediglich die Anfertigung der Abschluss-Thesis wird bei 20 % der Absolventinnen und Absolventen um bis zu sechs Monate über das Regelstudienmaß verlängert. In Einzelfällen wurden auf Wunsch der Studierenden individuelle Studienverlaufspläne zur gewünschten Streckung des Studiums entwickelt, die eine parallele berufliche Tätigkeit oder den Einsatz als Spitzensportler/in ermöglichen.

Die Drop-out-Rate ist – wie in Tab. 1 ersichtlich – niedrig, was sich mit einem hohen Betreuungsniveau, mit dem motivierenden Studienambiente und mit dem auf Selbstständigkeit ausgerichteten Studienkonzept erklären lässt.

Knapp die Hälfte der Bachelor-Absolventen/innen setzen ihr Studium zum Masterabschluss an der Privatuniversität Schloss Seeburg oder an anderen Hochschulen/Universitäten im In- und Ausland fort. Der hohe Anteil (> 50%) der Studierenden im Bachelor- und Masterbereich, die bereits einschlägig berufstätig sind, bestätigt das Studienkonzept, dessen Berufspraxisnähe und die bereits vorbereiteten Anstellungschancen in der Arbeitswelt.

Das International Office informiert Studierende regelmäßig über die Möglichkeiten eines Auslandsaufenthaltes. Auslandsaufenthalte über das Mobilitätsprogramm Erasmus+ sind geplant und vorbereitet worden und Kooperationsgespräche haben stattgefunden. Es wurde im Berichtszeitraum in Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern eine Summer School in Urumqi (China) durchgeführt.

Die im Berichtszeitraum geltenden und unveränderten Studiengebühren sind in der Tabelle 2 angegeben:

Studiengang	Einschreibgebühr	Prüfungsgebühr	Studiengebühr
	einmalig	einmalig	monatlich
Bachelor	290,00 €	250,00 €	390,00 €
Master	290,00 €	250,00 €	450,00 €
Univ. Lehrgang MBA	290,00 €	250,00 €	Gesamtkosten: 14.900,00 €

Tab. 2: Studiengebühren im Studienjahr 2013 bis 2014

2.2 Wissenschaftliches Personal

Das wissenschaftliche Personal widmet sich den klassischen universitären Aufgaben in der Lehre, in der Forschung und in der Betreuung der Studierenden.

Das wissenschaftliche Stammpersonal leistete mehr als 50% der Lehre.

a. Hauptberufliches wissenschaftliches Personal

Wintersemester 2013/2014

Im Wintersemester 2013/2014 waren 6,5 Vollzeitstellen auf eine Universitätsprofessorin und vier Universitätsprofessoren sowie auf weitere vier Professoren verteilt. 53,4% (174 CP) der Lehre von 326 CP wurden vom hauptberuflichen wissenschaftlichen Personal geleistet.

Hauptberufliches wissenschaftliches Personal im WS 2013/14

Name Vorname	Qualifi- kation	Funktion	Lehrgebiete	Zu- ordnung	Stelle/Forschung/CP
Fischer Karl Peter	Prof. Dr.	Professor	Markt- & Werbepsychologie/Marketing	Fakultät BWL (BF WiPsy)	0,5/30%/23
Hecker Achim	Univ.- Prof. Dr.	Rektor	Personalmanage- ment/Innovation	Fakultät BWL	1,0/30%/28
Hermanns Arnold	Univ.- Prof. Dr.	Vors. Prüfungs- kommission	Marketing/Sponsoring	Fakultät Sportmana- gement	0,5/30%/8
Kapustin Peter	Univ.- Prof. Dr.	Dekan Sport- management	Sportwissenschaft/ Sport- pädagogik	Fakultät Sportmana- gement	1,0/30%/29
Renzl Birgit	Univ.- Prof. Dr.	Dekanin BWL	BWL Strategie/Organisation	Fakultät BWL	1,0/30%/24
Riekeberg Marcus	Univ.- Prof. Dr.	Studiengangs- leiter BWL	Bankmanagement/ Finanzierung	Fakultät BWL	0,5/30%/16
Rost Martin	Dr.	Studiengangslei- ter MBA	BWL/Projektmanagement	Fakultät BWL	0,5/30%/16
Werner Christian	Prof. Dr. Dr.	Geschäftsführer	Bildungsmanagement/ Public Management/ Sportmanagement	Fakultät Sportmana- gement	1,0/30%/16
Spörrle Matthias	Prof. Dr.	Professor	Methodenlehre/Markt- & Werbepsychologie	Fakultät BWL	0,5/50%/14
Knauseder Ingeborg	Ph.D.	Assistant Profes- sor	Produktion & Logistik	Fakultät BWL	Karenziert

Tab. 3: Hauptberufliches wissenschaftliches Personal im WS2013/14

Sommersemester 2014

Im Sommersemester 2014 waren 6,5 Vollzeitstellen auf eine Universitätsprofessorin und vier Universitätsprofessoren sowie auf weitere vier Professoren verteilt. 68,1 % (180 CP) der Lehre von 264 CP wurden vom hauptberuflichen wissenschaftlichen Personal geleistet.

Hauptberufliches wissenschaftliches Personal im SS 2014

Name Vorname	Qualifikation	Funktion	Lehrgebiete	Zuordnung	Stelle/Forschung/CP
Fischer Karl Peter	Prof. Dr.	Professor	Markt- & Werbepsychologie/Marketing	Fakultät BWL (BF WiPsy)	0,5/30%/20
Hecker Achim	Univ.- Prof. Dr.	Rektor	Personalmanagement/Innovation	Fakultät BWL	1,0/30%/26
Hermanns Arnold	Univ.- Prof. Dr.	Vors. Prüfungskommission	Marketing/Sponsoring	Fakultät Sportmanagement	0,5/30%/20
Kapustin Peter	Univ.- Prof. Dr.	Dekan Sportmanagement	Sportwissenschaft/ Sportpädagogik	Fakultät Sportmanagement	1,0/30%/30
Renzl Birgit	Univ.- Prof. Dr.	Dekanin BWL	BWL Strategie/Organisation	Fakultät BWL	1,0/30%/24
Riekeberg Marcus	Univ.- Prof. Dr.	Studiengangsleiter BWL	Bankmanagement/ Finanzierung	Fakultät BWL	0,5/30%/16
Rost Martin	Dr.	Studiengangsleiter MBA	BWL/Projektmanagement	Fakultät BWL	0,5/30%/18
Werner Christian	Prof. Dr. Dr.	Geschäftsführer	Bildungsmanagement/ Public Management/ Sportmanagement	Fakultät Sportmanagement	1,0/30%/16
Spörrle Matthias	Prof. Dr.	Professor	Methodenlehre/Markt- & Werbepsychologie	Fakultät BWL	0,5/50%/10
Knauseder Ingeborg	Ph.D.	Assistant Professorin	Produktion & Logistik	Fakultät BWL	Karenziert

Tab. 4: Hauptberufliches wissenschaftliches Personal im SS 2014

b. Externes wissenschaftliches Personal

Wintersemester 2013/2014

Im Wintersemester 2013/2014 wurden 58 Kurse von 34 externen Lehrbeauftragten betreut. Die Dozenten/Dozentinnen sind den Studiengängen zugeordnet.

Studiengang BWL & BWL mit Branchenfokus Wirtschaftspsychologie – Bachelor

Name	Vorname	Akadem. Qualifikation	Lehrtätigkeit (Kurse)
Backin	Dieter	Dipl.-Ing.	2
Drum	Andreas	Dr.	1
Gruböck	Michael	Dipl.-Ing.	1
Jenewein	Stefan	Mag.	1
Köstner	Gerhard	Dr.	1
Kreuzeder	Johann	Mag.	3
Krötz	Stefan	Dipl.-Kaufm.	5
Moshammer	Harald	Dr.	1
Müller	Julia	Jun.-Prof. Dr.	1
Niklas	Martin	Dr.	1
Priestley	John	MSc. MBA	2
Spatzenegger	Veronika	Mag.	1
Staufner	Manfred	Dr.	1
Steiner	Eberhard	Prof. Dr.	1
Wally	Stefan	Mag.	1

Tab. 5: Studiengang BWL & BWL mit Branchenfokus Wirtschaftspsychologie - Bachelor

Studiengang Sport- und Eventmanagement - Bachelor

Name	Vorname	Akadem. Qualifikation	Lehrtätigkeit (Kurse)
Adelbrecht	Karin	Mag.	1
Backin	Dieter	Dipl.-Ing.	1
Becker	Wolfgang	Mag.	1
Berger	Nikolas	Mag.	1
Czeija	Guido	Mag.	1
Drum	Andreas	Dr.	1
Eichinger	Jörg	Dr.	1
Flechtner	Jörg	Dr.	1
Hölzl	Alfons	Dr.	2
Jenewein	Stefan	Mag.	1
Käfer	Gerald	Mag.	1
Klaming	Stefan	Mag.	1
Köstner	Gerhard	Dr.	2
Niklas	Martin	Dr.	2
Priestley	John	MSc. MBA	2
Redl	Werner	Mag.	1
Reitshammer	Matthias	Mag.	2
Spatzenegger	Veronika	Mag.	2
Spitz	Gerhard	Mag.	1
Staufner	Manfred	Dr.	1

Tab. 6: Studiengang Sport- & Eventmanagement - Bachelor

Studiengang BWL, BWL-BF Wirtschaftspsychologie, BWL-BF Sport- und Eventmanagement - Master

Name	Vorname	Akadem. Qualifikation	Lehrtätigkeit (Kurse)
Fritz	Wolfgang	Mag.	1
Jenewein	Stefan	Mag.	1
Lienbacher	Hanspeter	Mag. MSc. MBA	1
Vogt	Christian	Dr.	1

Tab. 7: Studiengang BWL, BWL-BF Wirtschaftspsychologie, BWL-BF Sport- & Eventmanagement - Master

Studiengang General Management - MBA

Name	Vorname	Akadem. Qualifikation	Lehrtätigkeit (Kurse)
Baake	Klaus Peter	Dr.	2
Heimerl	Klaus Peter	Dipl. Kaufm.	1
Pleschinger	Monika	Mag.	1
Horvath	Michael	MA MBA	1

Tab. 8: Studiengang General Management - MBA

Sommersemester 2014

Im Sommersemester 2014 wurden 33 Kurse von 26 externen Lehrbeauftragten betreut. Die Dozenten/Dozentinnen sind den Studiengängen zugeordnet.

Studiengang BWL & BWL mit Branchenfokus Wirtschaftspsychologie - Bachelor

Name	Vorname	Akadem. Qualifikation	Lehrtätigkeit (Kurse)
Backin	Dieter	Mag.	1
Krötz	Stefan	MMA/BA	1
Lienbacher	Hanspeter	Mag.	1
Moser	Elisabet	Mag.	1
Moshammer	Harald	Dr.	1
Prähauser	Elisabeth	Mag.	2
Priestley	John	MSc. MBA	1
Seibt	Tatjana	Dr.	1
Spatzenegger	Veronika	Mag.	1
Staufer	Manfred	Dr.	1
Wally	Stefan	Mag.	1

Tab. 9: Studiengang BWL & BWL mit Branchenfokus Wirtschaftspsychologie - Bachelor

Studiengang Sport- und Eventmanagement – Bachelor

Name	Vorname	Akadem. Qualifikation	Lehrtätigkeit (Kurse)
Adelbrecht	Karin	Mag.	1
Baumann	Sigurd	Prof. Dr.	1
Borbély	Tibor	Mag.	1
Fritz	Wolfgang	Mag.	1
Hölzl	Alfons	Dr.	2
Huemer	Toni	Mag.	1
Kaltenecker	Michael	Mag.	1
Köstner	Gerhard	Prof. Dr.	1
Kurz	Roland	Mag	1
Lienbacher	Hanspeter	Mag.	1
Moser	Elisabet	Mag.	1
Priestley	John	MSc. MBA	1
Reihs	Dietmar	BA	1
Reitshammer	Matthias	Mag.	1
Spatzenegger	Veronika	Mag.	1

Tab. 10: Studiengang Sport- & Eventmanagement - Bachelor

Studiengang BWL, BWL-BF Wirtschaftspsychologie, BWL-BF Sport- und Eventmanagement – Master

Name	Vorname	Akadem. Qualifikation	Lehrtätigkeit (Kurse)
Danninger	Gabriele	Dr. Mag.	1
Freimuth	Uwe	Dr.	1
Klaming	Stefan	Mag.	1
Krötz	Stefan	Dipl.-Kfmn.	1
Markus	Mark	Dr.	1

Tab. 11: Studiengang BWL, BWL-BF Wirtschaftspsychologie, BWL-BF Sport- & Eventmanagement - Master

c. Veränderungen des Personalstandes im Berichtszeitraum

Auf die ausgeschriebene Universitätsprofessur Sport- und Eventmanagement, wurde am 01. September 2014 - nach einem ordnungsgemäßen Berufungsverfahren – Univ.-Prof. Dr. Reinhard Grohs berufen.

Zum 01.09.2014 wurde Dr. Franz Huber als Associate Professor im Lehrgebiet Innovationsmanagement im Ausmaß von 50% eingestellt.

Zum 01.05.2014 wurde Frau Theresa Grasemann B.Sc. als wissenschaftliche Assistentin der Hochschulleitung im Ausmaß von 60% eingestellt.

Frau Felicitas Auersperg B.Sc ist zum 30.04.2014 aus dem wissenschaftlichen Team der Privatuniversität auf eigenem Wunsch ausgeschieden.

Am 11.02.2014 wurde Frau Caroline Huber BA als Mitarbeiterin im Bereich Teaching Support im Ausmaß von 60 % eingestellt.

d. Neuausschreibungen und Berufungsverfahren

Für das WS 2014/15 wurden die Universitätsprofessuren für "Full Professor BWL, Schwerpunkt Personal & Organisation" und "Full Professor Wirtschaftspsychologie, Schwerpunkt Arbeits- und Organisationspsychologie" ausgeschrieben.

Das Berufungsverfahren für die Besetzung der Universitätsprofessur in Sport- und Eventmanagement wurde mit der Berufung von Univ.-Prof. Dr. Reinhard Grohs zum 1. September 2014 erfolgreich abgeschlossen.

e. Habilitationsverfahren

Promotions- und Habilitationsverfahren können für den Berichtszeitraum keine gemeldet werden.

f. Maßnahmen zur Nachwuchsförderung und Personalentwicklung

Studierende – vor allem des Masterstudienganges – wurden und werden in Projekte der forschenden Professoren eingebunden.

Vier Studierende mit herausragenden Studienleistungen wurden mit Stipendien gefördert:

4 x mit € 1500.-, als Leistungsstipendium für das Studienjahr 2013/14.

3 Finanzierung und Ressourcen

4 Forschung

a. Forschung in der Institution

Forschung sowie deren Transfer in Lehre und Praxis haben für die Privatuniversität Schloss Seeburg eine hohe Bedeutung. Dabei wird eine differenzierte Forschungsstrategie verfolgt. In derzeit fünf definierten Forschungsschwerpunkten strebt die Privatuniversität Schloss Seeburg nach Forschungsleistungen auf Spitzenniveau mit internationaler Sichtbarkeit. Die Forschungserträge werden in international führenden Zeitschriften veröffentlicht, auf in der Scientific Community anerkannten Konferenzen präsentiert und mit qualifizierten Drittmitteln gefördert. In diesen Bereichen wird intensiv mit publikationsorientierten Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern von anderen Universitäten kooperiert, aber auch gemeinsam mit anderen Institutionen publikationsorientierte Doktorarbeiten betreut. Bei diesen Forschungsschwerpunkten handelt es sich um:

- Innovation and Creativity
- Economic Decision Making
- Sport Sponsorship
- Healthcare Management
- Relational Careers Research

Zum anderen finden zu einer Vielzahl weiterer Forschungsthemen eher praxisorientierte Forschungsprojekte statt. Diese Projekte werden häufig in Kooperation mit Unternehmen und Verbänden durchgeführt und lösen Probleme der Wirtschaftspraxis. Insbesondere im Rahmen dieser Forschungsprojekte werden Bachelor- und Master-Studierende aktiv miteinbezogen und an die Forschung herangeführt. Diese Projekte werden mit Lehrveranstaltungen wenn möglich eng verbunden. Die Leistung dieser praxisorientierten Forschungsprojekte besteht insbesondere darin, dass die Studierenden lernen, Fragestellungen der Praxis mit wissenschaftlichen Verfahren zu bearbeiten und dabei fundierte Lösungsansätze für konkrete Problemstellungen der Praxis zu gewinnen. Die Studierenden erhalten über diese Projekte somit sowohl Zugang zum wissenschaftlichen Arbeiten als auch unmittelbar zum wirtschaftlichen Alltag von Unternehmen und Verbänden.

Eine Auflistung der wissenschaftlichen Publikationen der Mitarbeiter der Privatuniversität Schloss Seeburg für den Berichtszeitraum findet sich in Anlage 1. Eine kurze Beschreibung der durchgeführten Forschungsprojekte bietet Anlage 2.

b. Erlöse aus Forschungsprojekten und aus Drittmitteln getätigte Ausgaben für die Forschung

Im Berichtsjahr wurden keine Erlöse aus laufenden Forschungsprojekten generiert bzw. aus Drittmitteln Ausgaben für die Forschung getätigt.

c. Strategische Forschungsplanung

Der erfolgreichen Umsetzung des im Jahr 2014 aktualisierten und in Abschnitt 4.1 skizzierten Forschungskonzeptes gilt das Hauptaugenmerk der strategischen Forschungsplanung. Die strategische Planung des wissenschaftlichen Personals wurde darauf abgestimmt, Mittelallokationsentscheidungen entsprechend getroffen und Kriterien zur Messung des Implementierungserfolgs definiert.

Neben einer Steigerung des quantitativen und qualitativen Forschungs-Outputs stehen Antragsaktivitäten zur Lukrierung qualifizierter Drittmittel sowie der Ausbau des Netzwerkes an nationalen und internationalen Forschungskooperationspartnern im Mittelpunkt der Forschungsplanung für die kommenden Jahre. Diese strategischen Ziele wurden auf die Ebenen einzelner Organisationseinheiten und einzelner Mitarbeiter herunter gebrochen und operationalisiert. Weiterhin sieht die strategische Forschungsplanung die Gründung themenfokussierter An-Institute der Privatuniversität im Einklang mit den definierten Forschungsschwerpunkten vor.

5 Nationale und internationale Kooperationen

Die Privatuniversität Schloss Seeburg verfügt über zahlreiche nationale und internationale Kooperationen zu universitären und außeruniversitären Einrichtungen, wobei einige dauerhafte und institutionalisierte Partnerschaften bestehen. Im Rahmen dieser Kooperationen wurden u.a. Summer Schools (z.B. in China) durchgeführt, der Austausch von Studierenden und Wissenschaftlern forciert, gemeinsame Forschungsprojekte abgewickelt und Forschungserträge kooperativ publiziert und in die Praxis transferiert. Darüber hinaus hat sich die Privatuniversität Schloss Seeburg erfolgreich in die österreichische Hochschullandschaft integriert und mit anderen Hochschulen vernetzt. So ist sie beispielsweise aktives Mitglied der Österreichischen Privatuniversitätenkonferenz sowie der Salzburger Hochschulkonferenz.

Des Weiteren bestehen institutionalisierte Kooperationen, die vertraglich über den Hochschulverbund IUN (International University Network) geregelt sind, dem auch die Privatuniversität Schloss Seeburg angehört (nähere Informationen zu IUN siehe www.iunworld.com). Das Ziel dieser verbundenen Institutionen und Standorte ist die Förderung des lehr- und forschungsbezogenen Austausches, der Zusammenarbeit in gemeinsamen Forschungsprojekten

sowie der Mobilität der Studierenden, der Lehrenden und des nichtwissenschaftlichen Personals im nationalen und internationalen Bildungsraum.

Eine institutionalisierte Kooperation bestand im Berichtsjahr mit folgenden Hochschulpartnern:

- Beijing Normal University, Peking, China
- Novosibirsk State Technical University, Russland
- Pädagogische Universität Riga, Lettland
- Shaanxi Normal University, Xi'an, China
- Thompson Rivers University, Kanada
- Xinjiang University, Urumqi, China

Weitere Kooperationen sind in Vorbereitung.

Von der Europäischen Kommission wurde der Privatuniversität Schloss Seeburg die Erasmus Standard Universitätscharta sowie die Erasmus Charter for Higher Education (ECHE) 2014-2020 zuerkannt. Diese Charta berechtigt zur Teilnahme an verschiedenen Programmen der Europäischen Kommission zur Förderung der Studierenden- und Personalmobilität sowie zur Beantragung entsprechender Fördermittel bei der österreichischen Erasmus Agentur und der Europäischen Kommission.

6 Qualitätsmanagementsystem

Die Qualität der Lehr- und Betreuungsleistungen ist ein Markenzeichen der Privatuniversität Schloss Seeburg. Das ergibt sich aus dem Anspruch, als private Hochschule auf dem akademischen Bildungsmarkt konkurrenzfähig zu sein und zu bleiben, aber vor allem den Studierenden mit einer bestmöglichen Ausbildung optimale Chancen auf ihrem weiteren Studien- oder Berufsweg zu bieten.

a. Maßnahmen in der internen Qualitätssicherung

Die Qualität in der Lehre und in der studienbegleitenden individuellen Betreuung wird von den Studierenden sehr positiv geschätzt und als ein Motiv für das Studium an der Privatuniversität genannt. Auch für die Dozenten ist der persönliche Kontakt zu den Studierenden in überschaubaren Studiengruppen ein Qualitätsmerkmal für ihre Arbeit.

Zweimal je Semester (jeweils am Ende der ersten und letzten Präsenzphase) können sich die Studierenden online zu den Lehrveranstaltungen, zur Organisation und zu den Serviceleistungen im Universitätsbetrieb äußern. Einmal im Semester (am Ende der zweiten Präsenzphase) werden die Lehrveranstaltungen über eine Paper&Pencil-Umfage evaluiert.

In jeder Präsenz werden „Get together“-Termine mit den Studierenden vereinbart, bei denen sie in freier Aussprache ihre Erwartungen und ggfs. ihre Kritikpunkte erläutern können. In den wöchentlichen Mitarbeitergesprächen werden die Äußerungen der Studierenden er-

örtert und ggfs. Konsequenzen beschlossen (z. B. Rücksprache mit einzelnen Dozenten, Wochenplanänderungen in den Präsenzphasen, Angebot von Repetitorien).

Im Studiencoaching mit Feedback-Runden, das ebenfalls in jeder Präsenzphase angeboten wird, können die Studierenden – auch in Einzelgesprächen – mit den Studiengangleitern aufgetretene Probleme klären.

Darüber hinaus wurde im Berichtsjahr zum zweiten Mal eine Studierendenzufriedenheitsbefragung unter allen Studierenden der Privatuniversität durchgeführt. Erhoben wurde dabei die Zufriedenheit mit dem Studium insgesamt, mit der Lehre und dem Lehrpersonal, mit den Präsenzphasen sowie mit Inhalten und Funktionen der virtuellen Lernplattform. Die erhobenen Angaben wurden systematisch und differenziert nach Studiengang, Semester, sozioökonomischen Daten etc. ausgewertet.

Die Studiengangsleiter ihrerseits achten auf das angemessene fachliche und didaktische Niveau der Module mit den Lerneinheiten, den Begleitaufgaben und den einschlägigen Literaturangaben auf der Lernplattform.

Neu beginnende Dozenten werden von der Abteilung „Teaching Support“ in die Technik und Qualität der Kursgestaltung auf der Lernplattform sorgfältig eingewiesen.

Die Qualität in Lehre und Forschung ist regelmäßig Thema der monatlichen Dozenten-Meetings; aufgetretene Probleme und Kritiken werden somit kurzfristig bearbeitet und möglichst umfassend aufgelöst.

b. Ergebnisse interner oder externer Evaluierungen

Wie in den vergangenen Berichtszeiträumen bewerten die Studierenden die gebotene Lehre, die Studienorganisation und die Betreuungsleistungen zu einem hohen Prozentsatz (über 70 %) mit „sehr gut“ oder zumindest mit „gut“. Wichtig für die Studierenden ist die Balance zwischen wissenschaftlicher Qualität und Praxisbezug der gebotenen Lehrveranstaltungen bzw. Lehrmodule.

Auch die Ergebnisse der Studierendenzufriedenheitsbefragung weisen auf eine hohe Zufriedenheit der Studierenden mit ihrem Studium sowie mit den Angeboten der Privatuniversität Schloss Seeburg hin. Die folgende Grafik bietet einen kurzen Überblick der aggregierten Ergebnisse der zweiten Befragung, die im Sommersemester 2014 durchgeführt wurde. Im Rahmen dieser Befragung wurden die Antworten von 129 Studierenden berücksichtigt. Die Bewertungsskala reicht von 1 (gar nicht zufrieden) bis 6 (äußerst zufrieden). Die allgemeine Zufriedenheit sowie die Zufriedenheit mit den einzelnen Teilbereichen waren durchweg hoch.

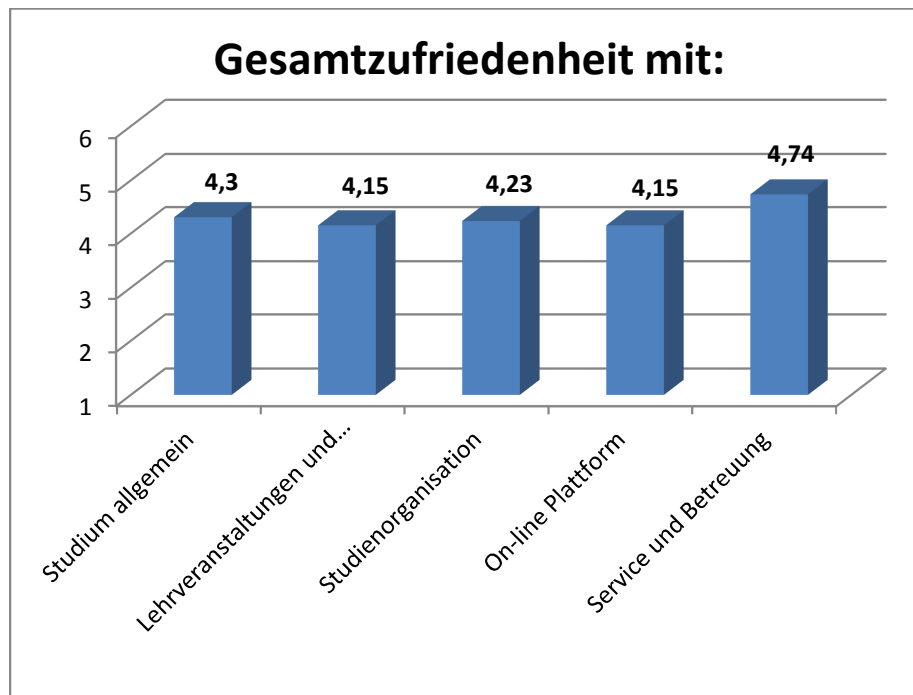


Abb. 3: Studierendenzufriedenheitsbefragung SS 2014

Im Rahmen des Reakkreditierungsverfahrens wurde 2014 eine umfassende externe Begutachtung der Privatuniversität Schloss Seeburg durchgeführt. Gutachter waren Prof. Dr. Johann Engelhard (Universität Bamberg, Vorsitzender des Gutachterteams), Prof. Dr. Cornelia Niesen (Universität Erlangen-Nürnberg), Prof. Dr. Christian Stummer (Universität Bielefeld) und Bakk. Ursula Witzani (Studentische Gutachterin). Neben einer umfassenden Prüfung der eingereichten Unterlagen fand hierzu am 17. und 18.06.2014 ein Vor-Ort-Besuch des Gutachterteams statt. Das der AQ Austria vorliegende Gutachten und die darauf basierende Entscheidung des Boards der AQ Austria attestieren der Privatuniversität Schloss Seeburg ein hohes Qualitätsniveau in Lehre, Studienbetreuung, Forschung und Verwaltung. Entsprechend wurde die Akkreditierung der Privatuniversität bis 2020 verlängert.

c. Maßnahmen zur Umsetzung der Ergebnisse interner oder externer Qualitätsüberprüfungen

Ergebnisse und Erkenntnisse aus internen und externen Qualitätsprüfungen fließen regelmäßig in eine Verbesserung der Kernprozesse der Universität in Forschung, Lehre und Verwaltung ein. In der Vorbereitung zur Reakkreditierung wurden zudem sämtliche Studiengangs-Curricula auf Basis der diversen Evaluierungsergebnisse überprüft und, wo erforderlich, verbessert und aktualisiert. Auf Basis verschiedener Evaluierungen und Rückmeldung der Studierenden wurden hierbei z. B. Studieninhalte stärker vernetzt, die Prüfungslast optimiert und dadurch die Studierbarkeit verbessert.

Neben solchen grundsätzlichen Verbesserungen der Studieninhalte und -organisation ist zu erwähnen, dass bei wiederholt auftretenden, berechtigten Kritiken der Studierenden an einzelnen Lehrveranstaltungen oder Dozenten auch ein Wechsel in der Verpflichtung von Lehrbeauftragten erfolgt.

Anlage 1 - Publikationen und Präsentationen

Univ. -Prof. Dr. Achim Hecker

Referierte Journalbeiträge

- Hecker, A., & Ganter, A. (2014). Path and Past Dependence of Firm Innovation. *Economics of Innovation & New Technology*, 23(5/6), 563-583.
- Ganter, A., & Hecker, A. (2014). Configurational Paths to Organizational Innovation: Qualitative Comparative Analyses of Antecedents and Contingencies. *Journal of Business Research*, 67(6), 1285-1292.
- Ganter, A., & Hecker, A. (2013). Persistence of Innovation: Discriminating between Types of Innovation and Sources of State Dependence. *Research Policy*, 42(8), 1431-1445.
- Hecker, A., & Ganter, A. (2013). The Influence of Product Market Competition on Technological and Management Innovation: Firm-Level Evidence from a Large-Scale Survey. *European Management Review*, 10(1), 17-33.
- Ganter, A., & Hecker, A. (2013). Deciphering Antecedents of Organizational Innovation. *Journal of Business Research*, 66(5), 575-584.

Univ. -Prof. Dr. Peter Kapustin

Buchbeiträge

- Kapustin, P., & Kapustin-Lauffer, T. (2014). Familiensport mit behinderten Kindern – Ein verborgener Schatz in der Sportlandschaft – Eine heterogene Zielgruppe. In Fachausschuss Wissenschaft, Special Olympics Deutschland e.V. (Ed.), *Inklusion in Bewegung: Menschen mit und ohne Behinderung gemeinsam im Sport*. (pp. 117-127). Berlin.
- Kapustin, P., & Kapustin-Lauffer, T. (2014). Familiensport mit behinderten Kindern – Nach 30 Jahren der Erprobung noch eine zukunftsweisende Innovation der Sportlandschaft. In Fachausschuss Wissenschaft, Special Olympics Deutschland e.V. (Ed.), *Inklusion in Bewegung: Menschen mit und ohne Behinderung gemeinsam im Sport*. (pp. 129-135). Berlin.

Univ.-Prof. Dr. Reinhard Grohs

Referierte Journalbeiträge

- Grohs, R., & Reisinger, H. (2014). Sponsorship Effects on Brand Image: The Role of Exposure and Activity Involvement. *Journal of Business Research*, 67(5), 1018-1025.
- Grohs, R., Reisinger, H., Wolfsteiner, E., & Haas, J. (2013). At What Age and How Does Understanding of Product Placement Develop? *Marketing ZFP - Journal of Research and Management*, 35(1), 22-31.

Referierte Konferenzbeiträge

- Grohs, R., & Koll, O. (2014, August 1-3). *Uniqueness and (False) Consensus: Two Important Facets of Brand Associations?* Paper presented at the Proceedings of the AMA Summer Marketing Educators Conference, San Francisco, USA.
- Schroll, R., & Grohs, R. (2014, August 1-3). *Reconsidering Uncertainty in Preannouncements.* Paper presented at the Proceedings of the AMA Summer Marketing Educators Conference, San Francisco, USA.
- Schroll, R., Hribar, A., Wieder, L., & Grohs, R. (2014, June 14-17). *An Investigation of the Positive Effects of Uncertainty in Preannouncements.* Paper presented at the 21st International Product Development Management Conference, Limerick, Ireland.
- Schroll, R., & Grohs, R. (2014, June 3-6). *Come and See What We've Found: Reconsidering Uncertainty in Preannouncements.* Paper presented at the Proceedings of the 43rd EMAC Conference, Valencia, Spain.
- Husemann, K. C., Grohs, R., & Saceanu, R. E. (2014, April 24-25). *Pilgrimages Betwixt and Between: Constructing Extraordinary Experiences Between Antistructure and Structure.* Paper presented at the French-Austrian-German Workshop on Consumer Behavior, Paris, France.
- Pristach, M., Stöckl, V., & Grohs, R. (2014, March 6). *Mehr als Event-Sponsoring: Wertschöpfungspraktiken am Beispiel des Freeride World Qualifiers in Hochfügen.* Paper presented at the 4. Sportökonomie und -Management Symposium, Innsbruck, Austria.

Buchbeiträge

- Grohs, R. (2013). Popcorner - Home of the Corn. In U. Wagner, H. Reisinger & C. Schwand (Eds.), *Fallstudien aus der österreichischen Marketingpraxis 6* (pp. 47-54). Wien: WUV Verlag.

Univ.-Prof. Dr. Arnold Hermanns

Vorträge

- Hermanns, A. (2014, June 28). *Die ökonomische Dimension des Sports.* Tag der offenen Tür der Universität der Bundeswehr München.

Journalbeiträge

- Hermanns, A. (2014, April). Sponsoring von Sportevents. *Hochschulkurier*, Nr. 49, 7-9.

Dr. Franz Huber

Journalbeiträge

- Huber, F. (2013). Creating a Sustainable Economy: An Institutional and Evolutionary Approach to Environmental Policy. Edited by Gerardo Marletto. *Economic Geography*, 89(4), 431-433.

Univ. -Prof. Dr. Birgit Renzl

Buchherausgeberschaften

Matzler, K., Pechlaner, H. & Renzl, B. (Eds.). (2014). *Strategie und Leadership*. Wiesbaden: SpringerGabler.

Journalbeiträge

Renzl, B., Rost, M. & Kaschube, J. (2013). Gestaltung des Wandels mit struktureller und kontextueller Ambidextrie am Beispiel eines Technologieführers in der Automobilzulieferbranche. *Jahrbuch Strategisches Kompetenz-Management* 6, 77-100.

Renzl, B., Rost, M. & Kaschube, J. (2013). Facilitating Ambidexterity with HR Practices - A Case Study of an Automotive Supplier. *International Journal of Automotive Technology & Management* 13(3), 257-272.

Buchbeiträge

Kaltenbrunner, K. & Renzl, B. (2014). Dynamic Capabilities at the Civil Protection Exercise EU Taranis 2013. In R. Sanchez & A. Heene (Eds.): *A Focused Issue on Building New Competences in Dynamic Environments, Research in Competence-Based Management*, 7 (pp. 247-267). Emerald.

Rost, M., Renzl, B. & Kaschube, J. (2014). Organisationale Ambidextrie - Mit Kompetenzmodellen Mitarbeiter einbinden und Veränderung kommunizieren. In S. Wehmeier & M. Stumpf (Eds.), *Kommunikation in Change & Risk* (pp. 33-56). Springer VS.

Müller, J. & Renzl, B. (2014). Leadership im Wissenszeitalter – eine empirische Follow-up Studie. In K. Matzler, H. Pechlaner & B. Renzl (Eds.): *Leadership und Strategie* (pp. 71-94). Gabler.

Konferenzbeiträge

Müller, J. & Renzl B. (2013, September 18-20). *Governance von übergreifenden Wissensaustauschprozessen für organisationales Lernen*. Paper presented at the 8th SKM (Strategisches Kompetenz-Management) Symposium jointly held with the 2nd Conference on Competence-based Strategic Management, Otto von Guericke University of Magdeburg, Germany.

Kaltenbrunner, K. & Renzl B. (2013, September 18-20). *Multi-Level Model of Dynamic Capabilities at the International Civil Protection Exercise EU Taranis 2013*. Paper presented at the 8th SKM (Strategisches Kompetenz-Management) Symposium jointly held with the 2nd Conference on Competence-based Strategic Management, Otto von Guericke University of Magdeburg, Germany.

Univ. -Prof. Dr. Marcus Riekeberg

Herausgeberwerke

Riekeberg, M., & Utz, E. (Eds.). (2014). *Strategische Gesamtbanksteuerung* (3 ed.). Stuttgart.

Buchbeiträge

Riekeberg, M., & Oberle, S. (2014). Ersetzen Modelle unser Denken? In E. Utz (Ed.), *Komplexität entflechten – Das wesentliche im Fokus* (pp. 61-82). Stuttgart.

Riekeberg, M. (2014). Klimawandel in der Branche. In M. Riekeberg & E. Utz (Eds.), *Strategische Gesamtbanksteuerung* (3 ed., pp. 25-47). Stuttgart.

Riekeberg, M., & Schneider, T. (2014). Strukturelle Probleme der Sparkassen-Finanzgruppe in Deutschland: Zentralisation ist mehr Notwendigkeit als Fiktion. In M. Riekeberg & E. Utz (Eds.), *Strategische Gesamtbanksteuerung* (3 ed., pp. 145-163). Stuttgart.

Journalbeiträge

Riekeberg, M. (2013). Ich muss zur Bank. *Handelsblatt Journal, Sonderveröffentlichung zum Thema „Zukunfts-strategien für Regionalbanken, Sparkassen und Genossenschaftsbanken“*, 8.

Riekeberg, M. (2014, 30.01.). Die Zukunft der Filiale. *Sparkasse Managermagazin (Online)*.

Riekeberg, M. (2014, 09.04.). Der Weg zur einfachen Bank. *Sparkasse Managermagazin (Online)*.

Riekeberg, M. (2014, 16.06.). Sich dem Kunden in den Weg stellen. *Betriebswirtschaftliche Blätter (Online)*.

Riekeberg, M. (2014, 01.09.). Zum Zuschauer degradiert. *Sparkassen-Zeitung (Online)*.

Riekeberg, M. (2014, 05.09.). Was passiert, wenn nichts passiert? *Sparkasse Managermagazin (Online)*.

Forschungsberichte

Riekeberg, M. (2014). *Dienstleistungsqualität von Sparkassen und Genossenschaftsbanken – Forschungsprojekt gemeinsam mit der s direkt Marketing GmbH & Co KG*. München, Salzburg, Seekirchen.

Dr. Martin Rost

Journalbeiträge

Renzl, B., Rost, M. & Kaschube, J. (2013). Gestaltung des Wandels mit struktureller und kontextueller Ambidextrie am Beispiel eines Technologieführers in der Automobilzulieferbranche. *Jahrbuch Strategisches Kompetenz-Management* 6, 77-100.

Renzl, B., Rost, M. & Kaschube, J. (2013). Facilitating Ambidexterity with HR Practices - A Case Study of an Automotive Supplier. *International Journal of Automotive Technology & Management* 13(3), 257-272.

Buchbeiträge

- Rost, M., Hapkemeyer, J. & Kind, S. (2014). Evaluation im Feld der Wirtschaft - Entwicklungslinien und aktuelle Herausforderungen. In W. Böttcher, C. Kerlen, P. Maats, O. Schwab & S. Sheikh (Eds.), *Evaluation in Deutschland und Österreich - Stand und Entwicklungsperspektiven in den Arbeitsfeldern der DeGEval - Gesellschaft für Evaluation*. (S. 151–158). Münster; New York: Waxmann.
- Rost, M., Renzl, B. & Kaschube, J. (2014). Organisationale Ambidextrie - Mit Kompetenzmodellen Mitarbeiter einbinden und Veränderung kommunizieren. In S. Wehmeier & M. Stumpf (Eds.), *Kommunikation in Change & Risk* (pp. 33-56). Springer VS.

Konferenzbeiträge

- Rost, M. (2013, September 18-20). *Kompetenzmodelle zur Unterstützung von Ambidextrie*. Paper presented at the Herbstworkshop der Kommission Personalwesen im VHB, Hamburg, Germany.
- Rost, M. (2013, September 11-13). *Komplexitätsbewältigung durch Evaluation: Verknüpfung psychologischer Indikatoren und betriebswirtschaftlicher Kennzahlen*. Paper presented at the 16. Jahrestagung der DeGEval, München, Germany.

Prof. Dr. Matthias Spörrle

Beiträge in Fachzeitschriften

- Agthe, M., Spörrle, M., Frey, D. & Maner, J. K. (2014). Looking up versus looking down: Attractiveness-based organizational biases are moderated by social comparison direction. *Journal of Applied Social Psychology, 44*(1), 40-45.
- Werner, C. H., Tang, M., Kruse, J., Spörrle, M. & Kaufman, J. C. (2014). The Chinese version of the revised creativity domain questionnaire (CDQ-R): First evidence for its factorial validity and systematic association with the big five. *Journal of Creative Behavior, 48*(4), 254-275.
- Agthe, M., Spörrle, M., Frey, D., Walper, S., & Maner, J. K. (2013). When romance and rivalry awaken: Attractiveness-based social judgment biases emerge at puberty. *Human Nature, 24*(2), 182–195.
- Brosi, P., Spörrle, M., Welp, I. M., & Shaw, J. D. (2013). Evaluations of one's own and others' financial rewards: The role of trait positive affectivity. *Journal of Personnel Psychology, 12*(3), 105–114.
- Ringelhan, S., Wollersheim, J., Welp, I. M., Fiedler, M., & Spörrle, M. (2013). Work motivation and job satisfaction as antecedents of research performance: Investigation of different mediation models. *Journal of Business Economics (Special Issue), 3*, 7–38.
- Spörrle, M., & Bekk, M. (2013). *Meta-analytic guidelines for evaluating single-item reliabilities of personality instruments*. *Assessment*, online first. DOI: 10.1177/1073191113498267

- Strobel, M., Tumasjan, A., Welppe, I. M., & Spörrle, M. (2013). The future starts today, not tomorrow: How future focus promotes organizational citizenship behaviors. *Human Relations, 66*(6), 829–856.
- Tumasjan, A., Welppe, I. M., & Spörrle, M. (2013). Easy now, desirable later: The moderating role of temporal distance in opportunity evaluation and exploitation. *Entrepreneurship Theory and Practice, 37*(4), 859–888.
- Wollersheim, J., Döbrich, C., Spörrle, M., & Welppe, I. M. (2013). Biases and debiasing in bank lending decisions to nascent entrepreneurs: An experimental study. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business, 20*(4), 462–480.

Buchbeiträge

- von Hornstein, E. & Spörrle, M. (2014). Aufwärtsfeedback in Unternehmen: Rahmenbedingungen, Wirkmechanismen und praktische Implementation. In H. Ditton & A. Müller (Hrsg.), *Feedback und Rückmeldungen. Theoretische Grundlagen, empirische Befunde, praktische Anwendungsfelder* (S. 213-225). Münster: Waxmann.
- Bekk, M., & Spörrle, M. (2013). Die Markenpersönlichkeit: Konzeptionen, Anwendungen und kongruenztheoretische Überlegungen. In E. Spieß (Ed.), *Konsumentenpsychologie* (pp. 107–123). Munich: Oldenbourg Wissenschaftsverlag.
- Beyer, L., Spörrle, M., & Werth, D. (2013) Eignung und Motivation. In C. H. Werner & M. Elbe (Eds.), *Handbuch Organisationsdiagnose*. (pp. 89–104). Munich: Herbert Utz.
- Hedjasie, R., & Spörrle, M. (2013): Wirtschaftspsychologische Perspektiven auf den kulturellen Kontext wirtschaftlichen Handelns. In M. Landes & E. Steiner (Eds.), *Psychologie der Wirtschaft - Psychologie für die berufliche Praxis* (pp. 843–860). Heidelberg: Springer.
- Hohenberger, C., & Spörrle, M. (2013). Motivation und motivationsnahe Phänomene im Kontext wirtschaftlichen Handelns. In M. Landes & E. Steiner (Eds.), *Psychologie der Wirtschaft - Psychologie für die berufliche Praxis* (pp. 103–121). Heidelberg: Springer.
- Spörrle, M. (2013). Methoden der Organisationsdiagnostik. In C. Werner & M. Elbe (Eds.), *Handbuch Organisationsdiagnose* (pp. 271–284). Munich: Herbert Utz.
- Tumasjan, A., Kaschube, J., & Spörrle, M. (2013) Führungsdiagnose. In C. H. Werner & M. Elbe (Eds.), *Handbuch Organisationsdiagnose*. (pp. 125–140). Munich: Herbert Utz.

Anlage 2 - Forschungsprojekte im Studienjahr 2013/14

1. Zielgruppe 50plus-Generation – gesund leben in der Kommune

Projektpartner: Stadt Seekirchen

Projektverantwortliche Person: Univ.-Prof. Dr. Peter Kapustin

Kurzbeschreibung des Forschungsprojektes: Seit 2008 betreut die Privatuniversität das kommunale Projekt „50plus – gesund leben in der Kommune“. Die Auswertung des empirischen Teils wurde im Frühjahr 2010 vorgelegt. In den Jahren 2011 bis 2013 wurde das Projekt auf die „Heimatgemeinde“ der Privatuniversität Schloss Seeburg Seekirchen transferiert. Dabei wurden Studierende der Bachelor- und Master-Studiengänge mit Projektseminaren in die Projektentwicklung und –begleitung eingebunden.

Wissenschaftlicher Ertrag dieses Projekts: Dissertationsprojekt von Manuela Kaserer; Bachelorthesis von Melissa Risslegger (Fertigstellung 2014).

Verortung: Transfer in Lehre

2. Professionalisierung im Sportmanagement des Vereins- und Verbandssports

Projektpartner: Landessportorganisation Salzburg (LSO)

Projektverantwortliche Person: Univ.-Prof. Dr. Peter Kapustin

Kurzbeschreibung des Forschungsprojektes: Der Vereins- und Verbandssport wird traditionell weitgehend ehrenamtlich organisiert und gestaltet. Im Leistungs- und Spitzensport ist die Betreuung der Athletinnen und Athleten umfassend ganzheitlich und seit Jahrzehnten professionalisiert. Im Vereins- und Verbandsmanagement dominiert – je nach Tradition, Größe und Finanzkraft – das Ehrenamt. Die Herausforderungen für das Management unter organisatorischen, personellen, wirtschaftlichen, gesellschaftlichen, rechtlichen und ökologischen Aspekten sind inzwischen so gestiegen, dass angesichts der Konkurrenzsituation und der Erwartungen der Mitglieder/Kunden eine Professionalisierung zunehmend zwingend ist. Das Bewusstsein dazu ist in der Sportvereins- und Verbandsszene offensichtlich noch wenig bzw. nur punktuell entwickelt.

Mittels Online-Befragung (vorbereiteter Fragebogen) konnten sich Sportvereine und Sportverbände im Bundesland Salzburg in Kooperation mit der Landessportorganisation (LSO) 2013/2014 zu den Fragenkomplexen äußern. Die Kosten für die Befragungen und Auswertungen übernimmt die Landessportorganisation. Studierende des Bachelorstudienganges hatten und haben die Aufgabe, diesen Fragebogen als Interviewleitfaden bei der Befragung von Obfrauen und Obmännern von Sportvereinen zu nutzen.

Wissenschaftlicher Ertrag dieses Projekts: Die Auswertung der Befragungen zur Einstellung, zum aktuellen Stand und zur geplanten Entwicklung der Professionalisierung im Management der Sportvereine und Sportverbände wird 2015 folgen und abgeschlossen.

Verortung: Transfer in Lehre

3. Sportsponsoring

Projektpartner: Heribert Reisinger (Universität Wien), Udo Wagner (Universität Wien), David Woisetschläger (TU Braunschweig), Elisabeth Wolfsteiner (Universität Innsbruck)

Projektverantwortliche Person: Univ.-Prof. Dr. Reinhard Grohs

Kurzbeschreibung des Forschungsbereiches: Dieser Forschungsbereich ist in den Themengebieten Sportmarketing, Markenführung und Markenkommunikation verortet. Der Fokus liegt auf dem Kommunikationsinstrument Sportsponsoring, insbesondere auf der Erklärung der Wirkung von Sponsoring auf den Konsumenten. Konkrete Forschungsarbeiten beschäftigen sich mit

- dem Imagetransfer vom Gesponserten auf den Sponsor und dessen Einflussgrößen;
- negativen Effekten von Sponsoring und Möglichkeiten, diesen entgegenzuwirken;
- Ambush Marketing Strategien, insbesondere in Bezug auf die falsche Erinnerung von sowie die Einstellung gegenüber Ambush Marketern; und
- dem Sponsoring-Lebenszyklus (Auswahl, Leverage und Beendigung von Sportsponsorings).

Wissenschaftlicher Ertrag dieses Forschungsbereiches:

Grohs, R., & Reisinger, H. (2014). Sponsorship Effects on Brand Image: The Role of Exposure and Activity Involvement. *Journal of Business Research*, 67(5), 1018-1025.

Grohs, R., Reisinger, H., Woisetschläger, D. (2014). Attenuation of Negative Sponsorship Effects in the Context of Rival Sports Teams' Fans, *Working Paper, 3rd round with European Journal of Marketing*.

Wolfsteiner, E., Grohs, R., & Wagner, U. (in press). What drives Ambush Marketer Misidentification. *Journal of Sport Management*.

Grohs, R., & Köhler, A. (2014, November 27-29). *Auswahl von Sportsponsoring-Engagements mit Hilfe der Conjoint Analyse*. Paper presented at the 15. Kongress der Österreichischen Sportwissenschaftlichen Gesellschaft, Innsbruck, Austria.

4. Digitale Geschäftsmodellinnovationen

Projektpartner: Thomas Wainwright (University of Southampton Business School), Dr. Francesco Rentocchini (University of Southampton Business School), Dr. Vradim Grinevich (University of Southampton Business School)

Projektverantwortliche Person: Dr. Franz Huber

Kurzbeschreibung des Forschungsbereiches: Dieser Forschungsbereich beschäftigt sich mit Geschäftsmodellen, welche über digitale Plattformen neue Formen der Wertschöpfung erzeugen. Das Internet bietet nicht nur neue Formen des Informationsaustausches, sondern ermöglicht auch Plattformen, welche zu neuen Dynamiken von Angebot und Nachfrage führen. Dies kann traditionelle Branchen verändern und oft sogar revolutionieren.

Dieser Forschungsbereich analysiert aktuelle Trends der Entstehung neuer Geschäftsmodelle durch digitale Plattformen. Zum einen werden Innovationen der sogenannten Sharing Economy durchleuchtet, welche den traditionellen Praktiken des Tausches und des Teilens neu-

es Leben und neue Dynamiken verleihen, etwa in den Bereichen Car Sharing oder das Zurverfügungstellen von Immobilien, Arbeitsgeräten oder persönlichen Services. Zum anderen werden Geschäftsmodelle und Geschäftsrisiken rund um Open Data untersucht. Hier geht es darum, wie öffentlich zugängliche Datenquellen zu Wertschöpfung und betriebswirtschaftlichen Gewinnen beitragen können.

Insgesamt führen diese Projekte zu einem besseren Verständnis, wie neue Onlineplattformen traditionelle Branchen revolutionieren und neue Geschäftsfelder eröffnen können, und welche Erfolgsfaktoren von Entscheidungsträgern berücksichtigt werden sollten.

Laufende Forschungsprojekte aus diesem Bereich:

- Open Data Business Models and Risk in the Digital Economy
- Scaling up the sharing economy: understanding the context of social innovation in the UK

Wissenschaftlicher Ertrag dieses Forschungsbereiches:

Präsentationen:

Huber, F. (2014). *Open wide? Business opportunities and risks in using open data*. Open Data Institute Lecture Series, London.

Huber, F. (2014, November 3-4). *Transforming businesses with open data*. 2nd Annual ODI Summit, London.

5. Lernen für Öko-Innovation

Projektpartner: Univ.-Prof. Dr. Achim Hecker, Dr. Jiang Wang (Beijing University of Chemical Technology)

Projektverantwortliche Person: Dr. Franz Huber

Kurzbeschreibung des Forschungsbereiches: Dieser Forschungsbereich beschäftigt sich mit Öko-Innovationen, welche entweder den Verbrauch natürlicher Ressourcen reduzieren oder die Nutzung erneuerbarer Energien ermöglichen. Der globale Klimawandel und andere ökologische Probleme gewinnen auch für die Privatwirtschaft immer mehr an Bedeutung. Neben den Konsequenzen für Risikomanagement, Reputationsmanagement und Corporate Social Responsibility, bieten die ökologischen Herausforderungen auch beträchtliche wirtschaftliche Chancen für Unternehmen. Neue Produkte, Services oder Prozesse welche die Umwelt schützen und dabei Kunden einen Nutzen stiften, können eine wichtige Grundlage für Wettbewerbsfähigkeit und betriebswirtschaftlichen Erfolg darstellen. Da der Erwerb von Wissen ein entscheidender Erfolgsfaktor darstellt, untersucht der Forschungsbereich Lernprozesse für die Entwicklung von Öko-Innovationen. Zum einen wird die Frage thematisiert, inwiefern die Expertise bereits bestehender traditioneller Branchen für Öko-Innovation gewinnbringend genutzt werden kann. Dabei wird konkret die Rolle der englischen Motorsport-Industrie für Öko-Innovation erforscht. Zum anderen untersuchen wir die Frage, inwiefern verschiedene Öko-Innovationsprojekte in verschiedenen Orten und Ländern voneinander lernen können. Dabei planen wir die Biogas-Industrie in Europa und China, welche vielversprechende Innovationen für die Umwandlung von Abfall in Energie und Dünger verspricht, empirisch zu untersuchen.

Laufende Forschungsprojekte:

- Eco-innovation across boundaries: can UK motorsport drive us green?
- Inter-niche learning for eco-innovation: the case of biogas

Wissenschaftlicher Ertrag dieses Forschungsbereiches:

Huber, F. (2013). Entrepreneurial Green Innovation out of Motorsport? *Institute for Small Business and Entrepreneurship Conference, Cardiff, U.*

6. Wissensnetzwerke für Innovationen

Projektpartner: Prof. Rune Dahl Fitjar (UiS Business School, University of Stavanger), Prof. Andres Rodriguez-Pose (London School of Economics and Political Science)

Projektverantwortliche Person: Dr. Franz Huber

Kurzbeschreibung des Forschungsbereiches: Dieser Forschungsbereich beschäftigt sich mit der Rolle von Wissensnetzwerken zwischen Organisationen für Innovation. Es wird weithin anerkannt, dass Unternehmen externes Wissen anzapfen müssen, um innovativ sein zu können. Die exakte Rolle von verschiedenen Arten von Wissensnetzwerken zwischen Organisationen für Innovationsprozesse bleibt jedoch unklar. Dieses Forschungsprogramm ergründet die Rolle von verschiedenen Arten von Wissensnetzwerken (informell, formell, online-basiert). Außerdem wird untersucht, wie wichtig geographische Nähe und der räumliche Standort zwischen Netzwerkpartnern sind. Die Ergebnisse hinterfragen weit verbreitete Annahmen zu technologischen Wissensspillovereffekten in innovativen Clustern und untermauern die wichtige Rolle von internationalen Netzwerken für Innovation. Außerdem geben die Resultate Aufschluss über das Funktionieren von persönlichen Wissensnetzwerken und die Rolle von verschiedener Arten von Nähe (kognitiv, sozial, institutionell etc.) zwischen Akteuren.

Forschungsprojekte:

- Knowledge networks in the Cambridge Information Technology Cluster (abgeschlossen)
- Collaboration networks for innovation: the case of Norway (laufend)

Wissenschaftlicher Ertrag dieses Forschungsbereiches:

Huber, F. (2009). Social capital of economic clusters: towards a network-based conception of social resources. *Tijdschrift Voor Economische En Sociale Geografie*, 100(2), 160–170.

Huber, F. (2012a). Do clusters really matter for innovation practices in Information Technology? Questioning the significance of technological knowledge spillovers. *Journal of Economic Geography*, 12(1), 107–126.

Huber, F. (2012b). On the role and interrelationship of spatial, social and cognitive proximity: personal knowledge relationships of R&D workers in the Cambridge Information Technology Cluster. *Regional Studies*, 46(9), 1169–1182.

Huber, F. (2012c). On the socio-spatial dynamics of personal knowledge networks: formation, maintenance and knowledge interactions. *Environment and Planning A*, 44, 356–376.

- Huber, F. (2013). Knowledge-sourcing of R&D workers in different job positions: contextualising external personal knowledge networks. *Research Policy*, 42(1), 167–179.
- Fitjar, R. D., & Huber, F. (forthcoming). Global pipelines for innovation: insights from the case of Norway. *Journal of Economic Geography*, DOI: lbu017.
- Fitjar, R. D., Huber, F., & Rodriguez-Pose, A. (2015). Not too close, not too far: towards an empirical test of the Goldilocks Principle of non-geographical distance in collaboration networks for innovation. Paper to be presented at the DRUID 2015 conference.

7. Individuelle Entscheidungsprozesse in wirtschaftlichen Kontexten

Projektpartner: Maria Agthe (LMU München), Jon K. Maner (Kellogg University), Isabell M. Welppe (TU München)

Projektverantwortliche Person: Prof. Dr. Matthias Spörrle

Kurzbeschreibung des Forschungsbereiches: Dieser Forschungsbereich analysiert die psychologischen Determinanten menschlichen Entscheidens in wirtschaftlichen Kontexten. Der Fokus dieses Forschungsbereichs liegt dabei auf der Analyse derjenigen Merkmale und Variablen, die wirtschaftliche Entscheidungsprozesse zwar systematisch verzerren, die aber für die eigentliche Entscheidung objektiv irrelevant sind.

Konkrete Erträge in diesem Forschungsbereich befassen sich beispielsweise damit, welche peripheren und dabei irrelevanten Merkmale potentieller Bewerber systematisch die Bewertungen der Entscheider im Kontext der Personalauswahl verfälschen (in diesen Forschungsarbeiten betrachten wir insbesondere die Merkmale, Geschlecht, Alter und Attraktivität der sich bewerbenden Person). Auch Aspekte der Markenpersönlichkeit, die Marken und Testimonials (also Personen, die für diese Marke werben) unabhängig von der Realität im Sinne eines Images durch die Konsumenten zugeschrieben werden, erweisen sich im Konsumkontext als Determinanten von Kaufentscheidungen, bemerkenswerterweise unabhängig von objektiven Produkteigenschaften. Schließlich betrachten wir in einigen wirtschaftspsychologischen Anwendungsfeldern wie beispielsweise der Entrepreneurship-Forschung auch den Einfluss von Emotionen auf kognitive Bewertungsprozesse und konnten hierbei nachweisen, dass Emotionen unabhängig und zusätzlich zu den kognitiven Bewertungsaspekten unternehmerische Entscheidungen systematisch beeinflussen.

Insgesamt erweitern die Arbeiten dieses Forschungsbereichs das wissenschaftliche Verständnis vom Menschen als Entscheider in wirtschaftlichen Situationen. Der Beitrag der Arbeiten ist hierbei insbesondere darin zu sehen, dass periphere Informationen nicht als bloße Fehlerquelle (im Sinne unsystematischer Varianz) erkannt werden, sondern dass aufgezeigt werden kann, dass diese Aspekte menschliche Bewertungen in wirtschaftlichen Kontexten systematisch (im Sinne eines Bias) verfälschen.

Forschungsprojekte:

- Potential biases in personnel selection decisions based on the peripheral information of attractiveness and biological sex of the targets (laufend)
- Effects of communicated emotion-related information on social inferences of the observer in organizational setting (laufend)

Wissenschaftlicher Ertrag dieses Forschungsbereiches:

Agthe, M., Spörrle, M., Frey, D., & Maner, J. K. (2014). Looking up versus looking down: attractiveness-based organizational biases are moderated by social comparison direction. *Journal of Applied Social Psychology, 44*(1), 40-45.

Schwarz Müller, T., Brosi, P., Spörrle, M., & Welppe, I. M. (2014, January). More than Just Power: Differential Effects of Anger Displays on the Bases of Power. *Academy of Management Proceedings, 15273*.

8. Nicht-technologische Innovationen

Projektpartner: Centre of European Economic Research ZEW (Mannheim, Deutschland), Fraunhofer Institute for Systems and Innovation Research, Eurostat (Luxemburg), Institute for Strategy, Technology and Organization (LMU München), IFO Institute for Economic Research (Department of Industrial Economics and New Technologies)

Projektverantwortliche Person: Univ.-Prof. Dr. Achim Hecker

Kurzbeschreibung des Forschungsbereiches: Forschungsarbeiten und -projekte in diesem Forschungsbereich konzentrieren sich auf die Erforschung nicht-technologischer Innovationen, d. h. von organisatorischen, sozialen, Management- und Service-Innovationen. Lange Zeit fokussierte die Innovationsforschung nahezu ausschließlich auf die Entwicklung neuer Produkte und Produktionsprozesse. Ein derart eng gefasstes und technologisch orientiertes Verständnis von Innovation übersieht, dass sich wichtige Innovationen genauso auf administrative Prozesse, organisatorische Strukturen, Managementpraktiken oder Dienstleistungen beziehen und somit nicht-technologischer Natur sein können. Verglichen mit dem Stand der Forschung zu technologischer Innovation steckt die Erforschung der Ursachen, Charakteristika und Konsequenzen von nicht-technologischen Innovationen noch in den „Kinderschuhchen“.

Entsprechend ist das Ziel der Arbeiten in diesem Forschungsschwerpunkt zu einem ganzheitlicheren Verständnis betrieblicher und gesellschaftlicher Innovation beizutragen, indem die Voraussetzungen, Determinanten und Implikationen nicht-technologischer Innovationen untersucht und systematisch mit denjenigen technologischer Innovationen verglichen werden.

Forschungsprojekte:

- Determinants and Contingencies of Organizational and Management in Germany (laufend)
- Dynamic Patterns of Technological and Non-technological Innovations (laufend)
- Innovation Dynamics of Technological and Non-technological Innovation (laufend)

Wissenschaftlicher Ertrag dieses Forschungsbereiches:

Ganter, A., & Hecker, A. (2014). Configurational Paths to Organizational Innovation: Qualitative Comparative Analyses of Antecedents and Contingencies. *Journal of Business Research, 67*(6), 1285-1292.

Hecker, A., & Ganter, A. (2013). The Influence of Product Market Competition on Technolog-

ical and Management Innovation: Firm-Level Evidence from a Large-Scale Survey. *European Management Review*, 10(1), 17-33.

Ganter, A., & Hecker, A. (2013). Deciphering Antecedents of Organizational Innovation. *Journal of Business Research*, 66(5), 575-584.

Hecker, A., & Ganter, A. (2014). Path and Past Dependence of Firm Innovation. *Economics of Innovation & New Technology*, 23(5/6), 563-583.

Ganter, A., & Hecker, A. (2013). Persistence of Innovation: Discriminating between Types of Innovation and Sources of State Dependence. *Research Policy*, 42(8), 1431-1445.

9. Freiwilligenmanagement in der katholischen Kirche

Projektpartner: Katholisches Bildungswerk Salzburg, Dr. Katharina Anna Kaltenbrunner, Universität Salzburg (Fachbereich Sozial- und Wirtschaftswissenschaften)

Projektverantwortliche Person: Univ.-Prof. Dr. Birgit Renzl, Dr. Martin Rost

Kurzbeschreibung des Forschungsprojektes: Gesellschaftliche Veränderungen, Wertewandel – von Werten wie Pflichterfüllung zu Selbstverwirklichung und Zufriedenstellung von individuellen Interessen – sowie veränderte Motive von ehrenamtlichen Mitarbeitern – von rein altruistischen Absichten hin zu einer Vermischung von altruistischen und individuellen Interessen - erfordern ein Umdenken im Freiwilligenmanagement. Es bedarf einer zunehmenden Professionalisierung im Freiwilligenmanagement. Eine Kernfrage dabei ist, wie die Bindung der ehrenamtlichen Mitarbeiter an die Non-Profit Organisation aufrecht erhalten werden kann und welche Erwartungen erfüllt werden müssen, um ehrenamtlichen Mitarbeiter zu attrahieren und zu halten.

Das Forschungsprojekt wird in Kooperation mit dem katholischen Bildungswerk Salzburg durchgeführt. Das katholische Bildungswerk fungiert als „BildungsNahversorger“ in fast allen Pfarreien der Erzdiözese Salzburg. Im gesamten Gebiet der Erzdiözese Salzburg gibt es 337 örtliche Einrichtungen. In diesem Projekt findet eine Evaluation der Arbeit in den örtlichen Einrichtungen statt. Es wird in einer quantitativen Befragung untersucht, wie Freiwillige enger an eine Organisation gebunden werden können. Im Mittelpunkt der Untersuchung steht die Bedeutung von verteilter Führung (shared leadership) für das organisationale Commitment. Die empirische Studie dient zur Weiterentwicklung der theoretischen Diskussion im Bereich des Freiwilligenmanagements.

10. Dynamic Capabilities – Strukturelle und kontextuelle Ambidextrie

Projektpartner: Hirschvogel Automotive Group, PD Dr. Jürgen Kaschube (Perform/Dencom)

Projektverantwortliche Person: Univ.-Prof. Dr. Birgit Renzl, Dr. Martin Rost

Kurzbeschreibung des Forschungsprojektes: Die Automobilzulieferindustrie ist mit tiefgreifenden Veränderungen konfrontiert. Unternehmen müssen ihre bestehenden Kompetenzen nutzen und neue zukunftsfähige Technologien entwickeln. Die Managementforschung spricht von Ambidextrie (Beidhändigkeit) wenn es darum geht, den Spagat zwischen einerseits Stabilität und der Nutzung des existierenden Wissens (Exploitation) und andererseits dynamischer Anpassungsfähigkeit und der Schaffung von neuem Wissen (Exploration) zu

schaffen. Die Exploitation gewährleistet das Überleben in der Gegenwart und die Exploration sichert das zukünftige Überleben. Die Herausforderung liegt in der Bewältigung dieser zwei grundverschiedenen, divergierenden Prozesse. ‚Beidhändige‘ Organisationen schaffen es, beide Prozesse auf hohem Niveau zu betreiben. Ambidextrie wird zunehmend als besondere dynamische Fähigkeit (Dynamic Capability) erachtet, die es Unternehmen ermöglicht, sich an tiefgreifende Veränderungen anzupassen.

In diesem Forschungsprojekt wird untersucht, wie bei einem Unternehmen der Automobilzulieferindustrie Ambidextrie durch gezielte Maßnahmen unterstützt werden können und welche Anforderungen, die Ambidextrie an Handeln, Kompetenzen und Verantwortungsübernahme der Mitarbeiter stellt. Die empirische Studie dient zur Weiterentwicklung der theoretischen Diskussion des Konzepts der Ambidextrie im Rahmen des Dynamic Capabilities Ansatzes der Strategischen Unternehmensführung. Erste Ergebnisse wurden bereits veröffentlicht:

Wissenschaftlicher Ertrag dieses Projekts:

Rost, M., Renzl, B. & Kaschube, J. (2014). Organisationale Ambidextrie - Mit Kompetenzmodellen Mitarbeiter einbinden und Veränderung kommunizieren. In S. Wehmeier & M. Stumpf (Eds.), *Kommunikation in Change & Risk* (pp. 33-56). Springer VS.

Renzl, B., Rost, M. & Kaschube, J. (2013). Gestaltung des Wandels mit struktureller und kontextueller Ambidextrie am Beispiel eines Technologieführers in der Automobilzulieferbranche. *Jahrbuch Strategisches Kompetenz-Management* 6, 77-100.

Renzl, B., Rost, M. & Kaschube, J. (2013). Facilitating Ambidexterity with HR Practices - A Case Study of an Automotive Supplier. *International Journal of Automotive Technology & Management* 13(3), 257-272.

11. Wissenstransfer im Franchising – zwischen Innovation und Replikation

Projektpartner: SYNCON International Franchise Consultants, Ankerbrot AG, atempo Betriebsgesellschaft GmbH, Bodystreet, Coffee Fellows GmbH & Co KG, EFM Versicherungsmakler AG, McDonald's Deutschland Inc., McDonald's Franchise GmbH, Mrs. Sporty Österreich, Mrs. Sporty GmbH Deutschland, Mutschmiede, Nordsee Fisch-Spezialitäten GmbH & CoKG, Plana Küchenland, REKORD Stadlbach GmbH, Tiroler Bauernstandl AG, Town & Country Franchise International GmbH, Treppenmeister GmbH, Unimarkt Handels GmbH & CoKG

Projektverantwortliche Person: Univ.-Prof. Dr. Achim Hecker, Univ.-Prof. Dr. Birgit Renzl, Dr. Martin Rost

Kurzbeschreibung des Forschungsprojektes: Franchising ist auf Expansionskurs. Ein Unternehmensmodell mit den Vorteilen, dass einem Franchise-Geber die Chance bietet zu expandieren und dem Franchise-Nehmer im Gegenzug eine schlüsselfertige Existenz geboten wird. Franchising ist auf langjährige Zusammenarbeit und gegenseitige Partnerschaft aufgebaut. Vertrauen und gegenseitiger Wissensaustausch ist ebenso wichtig wie ein erprobtes Geschäftskonzept, das multipliziert werden soll. Es geht darum, die Geschäftsprozesse bestmöglich zu replizieren. Bei der Replikation steht der Wissenstransfer vom Franchise-Geber zum Franchise-Nehmer im Vordergrund. In den Zeiten der dynamischen Veränderung müssen sich auch die Franchise-System permanent weiter entwickeln und Innovationen schaffen.

In diesem Forschungsprojekt wird untersucht, wie in Franchise-Systemen Wissen transferieren und replizieren und wie Innovationen zustande kommen. Wie wird das Wissen vom Franchise-Geber zum Franchise-Nehmer transferiert bzw. auch vom Franchise-Nehmer zum Franchise-Geber. Welche Rolle spielen dabei die Personen und ihre Kompetenzen. Neben einer qualitativen Analyse der teilnehmenden Franchise-Systeme erfolgt eine quantitative Analyse des Wissenstransfers von Franchise-Zentrale und Franchise-Nehmer.

Wissenschaftlicher Ertrag dieses Projekts: Wissenschaftliche Artikel, Buchprojekt, Konferenzbeiträge, Workshops

Verortung: Einbindung von Studierenden, Abschlussarbeiten und Integration in Lehrveranstaltungen, Präsentationen vor Praktikern

12. Zukunft des Retail Bankings

Projektverantwortliche Person: Univ.-Prof. Dr. Marcus Riekeberg

Kurzbeschreibung des Forschungsbereiches: Dieser Forschungsbereich beschäftigt sich mit den Zukunftsperspektiven des Retail Bankings. Dabei werden sowohl technologische Aspekte als auch gesellschaftliche Veränderungen und aufsichtsrechtliche Rahmenbedingungen thematisiert. Die gegenwärtige Situation stellt viele Banken im Geschäft mit privaten Kunden vor große Herausforderungen. Der demographische Wandel, die Veränderung der Kommunikationsstrukturen der Gesellschaft und die noch lange nicht abgeschlossene technologische Entwicklung sind die Herausforderungen der Gegenwart. Hinzu kommen Wettbewerbsaktivitäten, die von etablierten IT-Unternehmen mittelfristig drohen oder auch die sehr aktive Welt der FinTech's. Nahezu täglich werden Unternehmen gegründet, die sich mit Finanzdienstleistungen beschäftigen. Noch sind in Summe die Auswirkungen auf die Finanzbranche überschaubar – doch die Gefahr einer Entwicklung im Sinne eines disruptiven Technologiesprungs ist existent. Die aktuelle Phase sehr niedriger Zinsen ergänzt die wirtschaftliche Bedrohung der Regionalbanken.

Zielgruppen des Forschungsbereiches sind neben regionalen und überregionalen Kreditinstituten auch Bankengruppen und deren zentrale Organisationseinheiten sowie politische Entscheidungsträger auf regionaler und überregionaler Ebene.

Wissenschaftlicher Ertrag dieses Forschungsbereiches:

Riekeberg, M. & Welter, F. (2011). Wer folgt schon einer Bank? Mittelbare Nutzung der Chancen im Web 2.0 über Mitarbeiter. In: D. Schwarze (Ed.), *Die Bank im Social Web* (pp. 38-52). Stuttgart.

Riekeberg, M. (2011). Neue Medien – Chance, operationelles Risiko oder beides? In: E. Utz (Ed.), *Operationelle Risiken* (pp. 296-308). Stuttgart.

Tischer, M. (2014). *Effizienzmessung im Sparkassensektor am Beispiel regionaler Cluster*. (Diss.). Sternenfels: Verlag Wissenschaft & Praxis.

Riekeberg, M. (2012). Der andere Klimawandel. *Sparkasse Managermagazin*, 10.

Riekeberg, M. (2013). Ich muss zur Bank. *Handelsblatt Journal, Sonderveröffentlichung zum Thema „Zukunfts-strategien für Regionalbanken, Sparkassen und Genossenschaftsbanken“*, 8.

- Riekeberg, M. (2014). Klimawandel in der Branche. In M. Riekeberg & E. Utz (Eds.), *Strategische Gesamtbanksteuerung* (3 ed., pp. 25-47). Stuttgart.
- Riekeberg, M., & Schneider, T. (2014). Strukturelle Probleme der Sparkassen-Finanzgruppe in Deutschland: Zentralisation ist mehr Notwendigkeit als Fiktion. In M. Riekeberg & E. Utz (Eds.), *Strategische Gesamtbanksteuerung* (3 ed., pp. 145-163). Stuttgart.
- Schneider, T. (2014). *Analyse europäischer Finanzverbände und Perspektiven der deutschen Sparkassen-Finanzgruppe-Zentralisation: Notwendigkeit oder Fiktion?* (Diss.). Sternenfels: Verlag Wissenschaft & Praxis.
- Riekeberg, M. (2014, 30.01.). Die Zukunft der Filiale. *Sparkasse Managermagazin (Online)*.
- Riekeberg, M. (2014, 16.06.). Sich dem Kunden in den Weg stellen. *Betriebswirtschaftliche Blätter (Online)*.
- Riekeberg, M. (2014, 05.09.). Was passiert, wenn nichts passiert? *Sparkasse Managermagazin (Online)*.
- Riekeberg, M. (2014, 26.11.). Banking à la Amazon. *Sparkasse Managermagazin (Online)*.
- Riekeberg, M. (2015, 20.02.). Wir haben schon viel Zeit verloren. *Sparkasse Managermagazin (Online)*.

13. Komplexität in Kreditinstituten

Projektverantwortliche Person: Univ.-Prof. Dr. Marcus Riekeberg

Kurzbeschreibung des Forschungsbereiches: Dieser Forschungsbereich beschäftigt sich mit der zunehmenden Komplexität in Kreditinstituten. Komplexität im Sinne von Produkt, Prozess und Strukturkomplexität ist ein Phänomen, von dem vor allem große Unternehmen im Allgemeinen betroffen sind. Für Kreditinstitute kommt als erschwerender Faktor hinzu, dass Economies of Scale im engeren Sinne in Kreditinstituten häufig nicht zu identifizieren sind. Damit sind Komplexität und Komplexitätskosten gerade für Kreditinstitute von besonderer Bedeutung.

Wissenschaftlicher Ertrag dieses Forschungsbereiches:

- Riekeberg, M. & Utz, E. (2011). Auflösung von Komplexität in der ganzheitlichen Steuerung von Kreditinstituten. In M. Riekeberg & E. Utz (Eds.), *Strategische Gesamtbanksteuerung* (2 ed., pp 79-94). Stuttgart.
- Riekeberg, M., & Oberle, S. (2014). Ersetzen Modelle unser Denken? In E. Utz (Ed.), *Komplexität entflechten – Das wesentliche im Fokus* (pp. 61-82). Stuttgart.
- Riekeberg, M. (2014, 09.04.). Der Weg zur einfachen Bank. *Sparkasse Managermagazin (Online)*.

14. Lebenswelt 2020

Projektverantwortliche Person: Univ.-Prof. Dr. Marcus Riekeberg

Kurzbeschreibung des Forschungsbereiches: Im Rahmen des Forschungsprojektes Lebenswelt 2020 in Zusammenarbeit mit der Hochschule der Sparkassen-Finanzgruppe und des

Institut für angewandtes Wissen e.V. (iaw-Köln) wird der künftige Umgang mit Finanzen in der Bevölkerung untersucht. In der ersten Phase der Studie wurde ein Aufspalten der Finanzmärkte für den privaten Kunden identifiziert. Dies kann zu weitreichenden Konsequenzen für regionale Banken führen. In der zweiten Phase geht es nun um eine entsprechende Ausgestaltung der Produkte. In diesem gemeinsamen Projekt mit mehreren Sparkassen und weiteren Instituten sollen zwei Fragen geklärt werden:

- Welche Entwicklungen im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologie werden sich im Finanzbereich ergeben?
- Wie werden sich diese Entwicklungen auf das Verhalten und die Erwartungen der privaten Potenzial-Kunden auswirken?

Die erste Studie hat gezeigt, dass sich massive Marktverwerfungen ergeben können, möglicherweise eine Spaltung in zwei Märkte.