

Doreén Pick • Alma Berneburg (Hrsg.)

**Marktorientierte
Unternehmensführung**

Innovative Methoden und ökonomische Perspektiven

Merseburger Schriften zur Unternehmensführung

Herausgegeben von Ulrich Schindler · Wolfgang Söhnchen · Barbara Streit

Band 18

Doreén Pick · Alma Berneburg (Hrsg.)

Marktorientierte Unternehmensführung – Innovative Methoden und ökonomische Perspektiven

Doreén Pick * Alma Berneburg (Hrsg.)

Marktorientierte Unternehmensführung – Innovative Methoden und
ökonomische Perspektiven

Merseburger Schriften zur Unternehmensführung

Herausgegeben von

Prof. Ulrich Schindler, Hochschule Merseburg

Prof. Dr. Wolfgang Söhnchen, Hochschule Merseburg

Prof. Dr. Barbra Streit, Hochschule Merseburg

Die Schriftenreihe wendet sich an Studierende, Praktiker und Hochschullehrer. Sie bietet ein Forum für theoriegeleitete und praxisorientierte Arbeiten in allen Bereichen der Unternehmensführung.

Merseburger Schriften zur Unternehmensführung

Band 18

Doreén Pick * Alma Berneburg (Hrsg.)

**Marktorientierte Unternehmensführung – Innovative Methoden
und ökonomische Perspektiven**

Marketing

Management

Festschrift für Prof. Dr. Bruno Horst
zum 65. Geburtstag

Shaker Verlag
Aachen 2018

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Copyright Shaker Verlag 2018

Alle Rechte, auch das des auszugsweisen Nachdruckes, der auszugsweisen oder vollständigen Wiedergabe, der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen und der Übersetzung, vorbehalten.

Printed in Germany.

ISBN 978 – 3 – 8440 –5261 – 9

ISSN 1613 – 592X

Shaker Verlag GmbH • Postfach 101818 • 52018 Aachen

Telefon: 02407/9596-0 • Telefax: 02407/9596-9

Internet:www.shaker.de • E-Mail: info@shaker.de

Inhaltsverzeichnis

Vorwort der Herausgeber	V
Vorwort von Justus Engelfried zur Person Bruno Horst	VII
Beiträge	
1 Marketing	
Eine kurze Geschichte der Marktforschung <i>Andrea Rumler, Holger Lütters</i>	2
Der Einfluss von Zeitdruck auf moralische und gesundheitliche Aspekte des Nahrungsmittelkaufs <i>Alma Berneburg, Abdolkarim Sadrieh, Katrin Schmidt</i>	18
Die Ausbalancierung von Exploration und Exploitation im Innovationsmanagement <i>Günter Hofbauer, Karina Hofbauer, Anita Sangl</i>	35
Innovationsorientierte Unternehmensführung in Familienunternehmen <i>Heiko Wenzel-Schinzer</i>	47
Innovation für die Präsenzlehre an staatlichen Hochschulen mit neuen Lernarchitekturen und digitalen Lernassistenten <i>Lutz Klimpel</i>	57
Zukunftstechnologie Datenbrillen: Erfolgsfaktoren von Augmented Reality Smart Glasses <i>Doreén Pick, Philipp Rauschnabel</i>	71
Communication of values towards users of the sharing economy <i>Doreén Pick, Friederike Neubert</i>	85

2 Management

Employer Branding statt Personalmarketing – Ein sinnvoller Paradigmenwechsel in der Personalarbeit? <i>Ulrich Schindler</i>	107
Smart vernetzt gesund erfolgreich <i>Elke Simon-Kuch</i>	124
Research in decision making under risk and attitudes towards risk in an entrepreneurial environment <i>Ilka Heinze</i>	137
Intuitive decision-making and their effects on profit-oriented organizations <i>Dirk Sackmann, Natalja Rau</i>	149
Fußballaktien: Fanartikel oder Börsenstar? <i>Lars Tegmeier</i>	163
What do SMEs when they manage their risks? Evidence from China, Germany and the United Kingdom <i>Thomas Henschel, Astrid Wiegand</i>	176
Autorenverzeichnis	202