

Mehr forschen als alle anderen

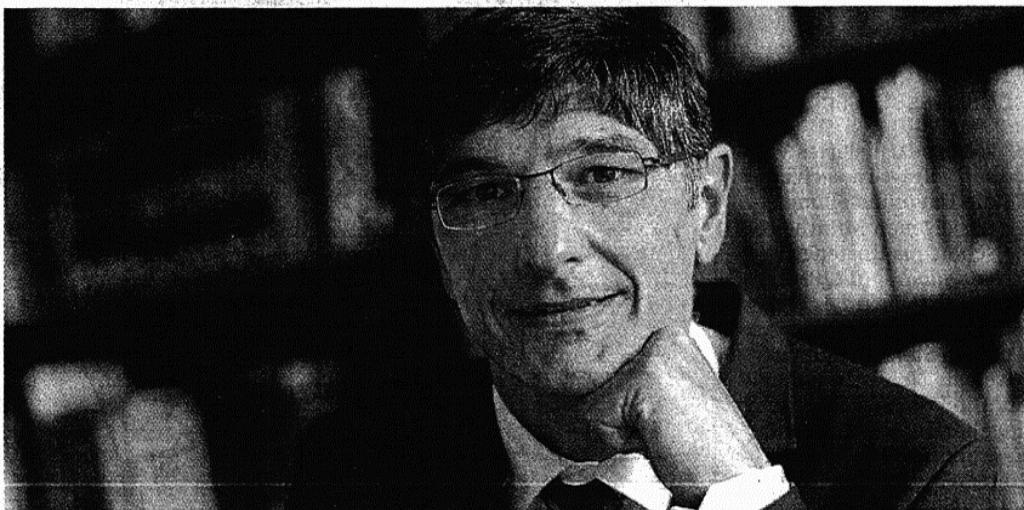
Mainzer BWL-Professor Frank Huber liegt bei Ranking deutlich vorn

An der Mainzer Uni werden BWL-Studenten früh ans Forschen gewöhnt, denn die Maxime ihres Professors Frank Huber ist es, auf Augenhöhe mit den Studenten zu arbeiten. Das brachte ihm und dem Lehrstuhl jetzt einen Spitzenplatz in einem Ranking ein.

Von dpa-Mitarbeiterin
Ute Klockner

Mainz. Trinken Menschen Bier lieber aus grünen oder braunen Glasflaschen? Bevorzugen Frauen Lippenstift aus einer silbernen oder goldenen Verpackung? Mit solchen Fragen beschäftigt sich Frank Huber, Professor für Betriebswirtschaftslehre an der Universität Mainz. An seinem Lehrstuhl für Marketing setzt er auf gemeinschaftliches Forschen mit den Studierenden. Im Mai diesen Jahres zeichnete ihn die Zeitung „Handelsblatt“ in einer Studie zudem als einen der forschungsstärksten BWL-Professoren im deutschsprachigen Raum aus.

„Wir versuchen, die Studierenden früh an die Forschung zu gewöhnen und lassen sie selbstständig Marktforschung betreiben“, sagt der 44-jährige Wissenschaftler, der vor sechs Jahren seinen ersten Lehrstuhl in Mainz bekommen hat. Die Betreuung finde auf Augenhöhe zwischen Professor, Assistent und Student statt. An großen Instituten sei eine enge Einbeziehung der Studierenden oft nicht nötig, da den Pro-



Marketing-Experte Frank Huber untersucht das Konsumverhalten der Menschen.

Foto: dpa

fessoren dort ausreichend Assistenten zur Seite stünden. „Ohne die Mitarbeit der Studenten wäre das erfolgreiche Abschneiden beim Ranking nicht denkbar gewesen“, betont Huber.

Nach 2005 bewertete das „Handelsblatt“ im Mai dieses Jahres zum zweiten Mal in einer Studie die Forschungsleistungen von 2100 BWL-Professoren im deutschsprachigen Raum. Grundlage bildeten veröffentlichte Aufsätze in mehr als 760 Fachzeitschriften, deren Qualität je nach Renommee der Zeitschrift unterschiedlich gewertet wird. In der Kategorie „Aktuelle Forschungsleistung seit 2005“ belegte Huber den 85. Platz, in der Rubrik „Lebenswerk“, in der alle von ihm veröffentlichten Fachaufsätze

gewertet werden, den 81. „Das Ergebnis ist deshalb so respektabel, weil wir mit Unis in Deutschland, Österreich und der Schweiz konkurrieren, die brutal gut mit Mitteln ausgestattet sind, von denen wir hier nur träumen können“, sagt der Wissenschaftler.

Erst seit Anfang der 1960er Jahre gibt es den Lehrstuhl für „Marketing“ an deutschen Universitäten als einen Teil der Betriebswirtschaft. In Mainz wird diese Disziplin seit Gründung des Fachbereichs Betriebswirtschaft vor 20 Jahren gelehrt. Neben dem „stärken Praxisbezug machten internationale Kontakte unter anderem nach Dalian in China, Warschau, Colorado, Manchester und St. Gallen den Fachbereich interessant.

Hubers Forschungsgebiete sind vor allem das Konsumentenverhalten, die Marktforschung sowie das Produkt- und Markenmanagement in den Bereichen Automobil, Medien, Sport und Pharma. „Wir untersuchen, wie man Markenwerte in Produktdesign umsetzen kann.“ Dabei komme es auch auf das Selbstverständnis des Unternehmens an: „Möchte es sich von anderen auffällig distanzieren oder setzt es lieber auf Tradition?“ Was den Lippenstift angeht, fand Huber heraus, dass eine goldene Packung mit größerem Luxus verknüpft wird, einen Wert, den das betreffende Unternehmen für sich verbuchen wollte.

Im Internet:
www.marketing-mainz.de