

## Kontakt:

IfH Institut für Handelsforschung GmbH  
Christina Fingerhut  
Referentin Öffentlichkeitsarbeit

Tel.: +49 (0) 221 94 36 07-92  
Fax: +49 (0) 221 94 36 07-79  
c.fingerhut@ifhkoeln.de

[www.ifhkoeln.de](http://www.ifhkoeln.de)

## **Zusammenarbeit besiegelt: IFH Köln und Handelslehrstuhl der Universität Duisburg-Essen unterzeichnen Kooperationsvertrag**

*Kooperation mit dem Essener Lehrstuhl für „Marketing und Handel“ soll intensiven Austausch zwischen Theorie und Praxis weiter fördern.*

**Köln, Essen, 15. August 2012** – „Wir freuen uns sehr auf die Zusammenarbeit und sind voller Tatendrang“ so Dr. Kai Hudetz im Anschluss an die Unterzeichnung des Kooperationsvertrags mit dem Lehrstuhl für „Marketing und Handel“ vergangenen Dienstag in Köln. „Unsere historische Anbindung an die Universität zu Köln und dem durch Professor Reinartz geleiteten Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln wird damit aus unserer Sicht ideal ergänzt“, so Hudetz weiter. Bereits seit 2005 bestanden zwischen dem Geschäftsführer der Kölner IfH Institut für Handelsforschung GmbH und dem am Campus Essen beheimateten Lehrstuhl von Univ.-Prof. Dr. Hendrik Schröder Anknüpfungspunkte. Sowohl die gemeinschaftliche Erstellung der fünften Ausgabe des Standardwerks „Katalog E – Definitionen zu Handel und Distribution“ als auch die gemeinsame Beiratstätigkeit für die Akademische Partnerschaft ECR Deutschland fallen in diese Zeit.

Die Verbindung wissenschaftlicher Forschung mit praktischer Anwendung für den Handel haben sich beide Institutionen auf die Fahne geschrieben. Da lag die Idee, auch offiziell zu kooperieren und so der Zusammenarbeit einen Rahmen zu geben, nicht fern. Kern der Kooperation ist die Verknüpfung unternehmensbezogener Auftragsforschung mit wissenschaftlicher Grundlagenforschung. Dabei führen das IFH Köln und der Lehrstuhl für „Marketing und Handel“ gemeinsame Projekte durch, bei denen die Universität Duisburg-Essen den Schwerpunkt auf längerfristige Grundlagenforschung legt, während das IFH Köln diese durch angewandte Handelsforschung ergänzt.

„Wenn man sich ansieht, wie nah die vom IFH Köln und unserem Lehrstuhl in den letzten Jahren behandelten Themen zusammenliegen, dann liegt es ebenso nah, über eine Zusammenarbeit nachzudenken. Über das Nachdenken sind wir schließlich zum Handeln gekommen“, so Professor Schröder anlässlich der Unterzeichnung der Kooperationsvereinbarung.

Das IFH Köln – 1929 ursprünglich als An-Institut der Universität zu Köln gegründet – hat sich seit der Ausgründung der GmbH vor zehn Jahren zu einem modernen Forschungs- und Beratungsunternehmen entwickelt. Trotzdem ist der Kern der wissenschaftlichen, aber immer praxisrelevanten Forschungsansätze erhalten geblieben. „Diese Tradition wollen wir nun auch mit der Zusammenarbeit mit dem Lehrstuhl für „Marketing und Handel“ von Herrn Prof. Schröder unterstreichen. Die inhaltliche Ausrichtung des Lehrstuhls

passt sehr gut zu den Schwerpunktthemen unseres Instituts, sodass wir die Synergien unserer Tätigkeit zukünftig auf beiden Seiten nutzen können“, so Dr. Kai Hudetz. Als erste gemeinsame Arbeitsschwerpunkte wurden die Themen Apothekenmarketing und Multi-Channel-Management festgelegt. Auch ganz praktisch wurden bereits erste Anlässe zur Zusammenarbeit festgezurr: So wird Prof. Dr. Hendrik Schröder einen Vortrag zum 23. ECC-Forum, das unter dem Titel „Cross-Channel-Trends – So revolutionieren Smartphones den Handel“ stattfinden wird, beisteuern.

Wörter: 420

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.223



**Bild:** Univ.-Prof. Dr. Hendrik Schröder, Inhaber des Lehrstuhls „Marketing und Handel“ der Universität Duisburg-Essen und Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer der IfH Institut für Handelsforschung GmbH bei der Unterzeichnung des Kooperationsvertrags (v.l.n.r.).

## Über die Kooperation

Die Kooperation zwischen der IfH Institut für Handelsforschung GmbH und dem Lehrstuhl für „Marketing und Handel“ der Universität Duisburg-Essen (Campus Essen) besteht seit Anfang August 2012. Ziel ist es, die Vorteile gemeinsamer Forschungsarbeit zu nutzen und unternehmensbezogene Auftragsforschung mit wissenschaftlicher Grundlagenforschung zu verknüpfen. Dabei führen das IFH Köln und der Lehrstuhl für „Marketing und Handel“ gemeinsame Studien und Projekte durch, bei denen die Universität Duisburg-Essen den Schwerpunkt auf Grundlagenforschung legt, während das IFH Köln diese durch angewandte Handelsforschung ergänzt und als Brancheninsider praxisrelevante Entscheidungsgrundlagen für Unternehmen liefert.

## **Über die IfH Institut für Handelsforschung GmbH**

Als Schnittstelle von Wissenschaft und Praxis ist das Institut für Handelsforschung Köln seit 1929 im Dienste des Handels tätig. Als Forschungs- und Beratungsunternehmen bietet das IFH Köln empirisch basierte Businesslösungen zur Analyse, Planung, Steuerung und Bewertung von Unternehmensstrategien sowie eine unabhängige, neutrale Austauschplattform zur themen- und datenbasierten Interaktion mit allen Marktteilnehmern im Handel. Handelsunternehmen, Zulieferer, Hersteller und Dienstleister sowie Verbände und öffentliche Institutionen profitieren von branchenspezifischer Information, Forschung und Beratung rund um die Fragen des Handels. Als Brancheninsider optimieren wir mit Forschungsergebnissen gelebte Handelspraxis und liefern praxisrelevante Grundlagen für bessere Unternehmensentscheidungen. Für die Fragen unserer Kunden stehen im IFH Köln hochqualifizierte Branchen- und Themenexperten sowie alle gängigen und modernen Methoden der Marktforschung zum Einsatz bereit.

Ausführliche Informationen finden Sie unter: [www.ifhkoeln.de](http://www.ifhkoeln.de)

## **Über den Lehrstuhl für „Marketing und Handel“ der Universität Duisburg-Essen**

Der Essener Lehrstuhl für „Marketing und Handel“ von Univ.-Prof. Dr. Hendrik Schröder verbindet seit über 15 Jahren wissenschaftliche Forschung mit praktischer Anwendung. Unser Credo lautet: Eine Theorie ist so gut, wie sie praktisch anwendbar ist. Wir haben die Wertschöpfungskette im Blick und befassen uns vor allem mit diesen Themen:

- Kundenverhalten im stationären Einzelhandel und in Online-Shops
- Erfassung und Analyse quantitativer und qualitativer Daten
- horizontale und vertikale Kooperationen
- Handelsmanagement, Handelscontrolling und Handelsmarketing
- Category Management, Shopper Research, Shopper Insight, Shopper Marketing
- Multichannel-Retailing und Online-Shops

Schwerpunktbranchen unserer Kooperation mit der Praxis sind Konsumgüter, Lebensmittel, Zeitungen und Zeitschriften sowie Apotheken.

Ausführliche Informationen finden Sie unter: <http://www.marketing.wiwi.uni-due.de/profil> und <http://www.cm-net.wiwi.uni-due.de>