

Prof. Dr. Stefan Hoffmann

Curriculum Vitae

Professur für Marketing
Christian-Albrechts-Universität zu Kiel
Institut für Betriebswirtschaftslehre
Olshausenstr. 40
24098 Kiel

Tel.: 0431/880-4737
Fax: 0431/880-3349
e-mail: stefan.hoffmann@bwl.uni-kiel.de

Geboren am 02.04.1977 in Schwäbisch Hall.
Verheiratet, drei Kinder.



Beruflicher Werdegang

seit 11/2012	Christian-Albrechts-Universität zu Kiel Inhaber der Professur für Marketing
04/2012 – 10/2012	Universität Rostock Vertretung des Lehrstuhls für Marketing
04/2011 – 03/2012	Technische Universität Dresden Vertretung des Lehrstuhls für Marketing
10/2003 – 03/2011	Technische Universität Dresden Wissenschaftlicher Mitarbeiter

Akademische Ausbildung

10/2008 – 07/2012	Technische Universität Dresden <i>Habilitation (Dr. rer. pol. habil.)</i> Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt Marketing
10/2003 – 10/2008	Technische Universität Dresden <i>Promotion (Dr. rer. pol.)</i> Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt Marketing Summa cum laude; ausgezeichnet mit dem Feldbausch-Preis für herausragende Abschlussarbeiten
10/1997 – 10/2003	Universität Mannheim und Katholische Universität Eichstätt <i>Studium (Dipl.-Psych.)</i> Diplom-Psychologie mit Schwerpunkt Wirtschaftspsychologie und Forschungsmethoden, Nebenfach Betriebswirtschaftslehre Auslandsstudium an der Universität Oulu, Finnland

Sonstige Tätigkeiten

04/2017-09/2017	Institut für Weltwirtschaft (IfW) Professorenaustausch
seit 01/2004	Universität Göttingen Marketing im Master-Fernstudiengang Winfoline (Dozent)
seit 10/2003	Marketingverein e.V., Dresden , Beratungsprojekte und Vorträge, seit 2012 Vorstand
10/2003 - 12/2005	MfM Marktforschungs- und Marktanalyse GmbH, Dresden Marktforschungsprojekte (Berater)
08/2002 – 10/2003	Institut für angewandte Verkehrs- und Tourismusforschung, Mannheim , Fahrleistungserhebung Deutschland (Werksstudent)
09/2001 – 05/2002	DaimlerChrysler AG, Frankfurt a.M. Bereich Forschung und Technik (Praktikant und Diplomand)
11/2000 – 02/2002	Universität Mannheim Lehrstuhl für Sozialpsychologie (SHK)
08/2000 – 10/2000	Audi AG, Ingolstadt Bereich Personalentwicklung (Praktikant)
09/1999 – 12/1999	Wiley-VCH Verlag GmbH, Weinheim Bereich Human Resources (Praktikant)
11/1998 – 07/1999	Katholische Universität Eichstätt Lehrstuhl für Allgemeine Psychologie und Methodenlehre (SHK)

Lehre

Vorlesungen	Marketing, Konsumentenverhalten Marketing-Forschung Interkulturelles Marketing Marketing Communications Theorien der Internationalisierung Organisation und Personalwirtschaft
Gastvorlesungen	Interkulturelles Marketing und Marketingforschung (Staatliche Universität St. Petersburg, Russland) Einführung in das Marketing (Ternopiler Akademie für Volkswirtschaftslehre, Ukraine)
Übungen	SPSS Wissenschaftliches Arbeiten Organisation und Personalwirtschaft Grundlagen des Marketing Marketing Communications
Seminare	Hauptseminar Marketing Konsumentenpsychologie Internationales/-kulturelles Marketing Projekt- und Forschungsseminare zu verschiedensten Themen
Fernstudium	Marketing (Winfoline, Göttingen)

Forschungsprojekte

Seit 2018/07	iReliefs. Indirect Rebound Effects. Lifestyle-segmentation and Interventions with Efficiency-Feedback and Sufficiency (BMBF)
Seit 2018/06	IFkE – Instrumente zur Förderung klimafreundlicher Ernährung (EKSH Schleswig-Holstein)
Seit 2018/05	Rokoko – Verbraucherrollen im kollaborativen Konsum (BMJV)
Seit 2016/10	Kiel Centre for Globalization (Leibniz-Gemeinschaft, Institut für Weltwirtschaft, CAU Kiel, Land Schleswig-Holstein), Teilprojekt „Cross-cultural differences in the perception of corporate social responsibility and consumer social responsibility along global supply chains“
2015-2018	Transkoll (BMBF), Transparenz und Transformation in der regionalen Ernährungswirtschaft. Kollaborative Ansätze für mehr Nachhaltigkeit vom Rohstoff bis zum Endkonsumenten
2013-2017	DEDIPAC - The JPI HDHL Knowledge Hub (BMBF), Mitglieder der Arbeitsgruppe im Rahmen des Verbundprojektes „DEterminants of Diet and Physical ACTivity“
2010-2013	Nutrition Research-Förderprogramm des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF): Innovative strategies to overcome implicit product-based and personality-based obstacles to consume healthy food
2008	ForMaT-Förderprogramm des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF): Potenzial-Screening zur Identifikation und Bewertung von Lösungen für die wirtschaftliche und reproduzierbare Fertigung von endkonturnahen Bauteilen aus Faserverbundwerkstoffen
2006-2007	Xenos-Programm des Europäischen Sozialfonds (ESF) und des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales (BMAS): Implementierung eines Informationsportals zur Sensibilisierung für interkulturelle Zusammenarbeit in KMU

Forschungsschwerpunkte

Konsumentenverhalten
Nachhaltiges und ethisches Konsumentenverhalten
Kommunikation
Interkulturelles Marketing

Ausgewählte Publikationen

Journals

- Lasarov, W., Mai, R., García de Frutos, N., Ortega Egea, J. M. & Hoffmann, S. (2019). Counter-arguing as Barriers to Environmentally Motivated Consumption Reduction: A Multi-Country Study, *International Journal of Research in Marketing*, 36(2) (forthcoming).
- Krautz, C. & Hoffmann, S. (2017). The Tenure-Based Customer Retention Model. A Cross-Cultural Validation. *Journal of International Marketing*, 25(3), 83-106
- Hutter, K.; Hoffmann, S.. Surprise, Surprise. Ambient Media as Promotion Tool for Retailers. *Journal of Retailing*, 90 (1), 93-110.
- Mai, R.; Hoffmann, S.; Schwarz, U.; Niemand, T.; Seidel, J. (2014). The Shifting Range of Optimal Web Site Complexity. *Journal of Interactive Marketing*, 28 (2), 101-116.
- Mai, R.; Hoffmann, S. (2014). Accents in Business Communication: An Integrative Model and Propositions for Future Research. *Journal of Consumer Psychology*, 24 (1), 137-158.
- Mai, R.; Hoffmann, S. (2011). Four Positive Effects of a Salesperson's Regional Dialect in Personal Selling, *Journal of Service Research*, 14 (4), 423-437.

Bücher

- Hoffmann, S.; Franck, A.; Schwarz, U.; Soyez, K.; Wünschmann, S. (2018). *Marketing-Forschung. Grundlagen der Datenerhebung und Datenauswertung*. München: Vahlen.
- Hoffmann, S.; Akbar, P. (2018). *Konsumentenverhalten. Konsumenten verstehen – Marketingmaßnahmen gestalten*, 2nd ed.. Wiesbaden: SpringerGabler.
- Hutter, K.; Hoffmann, S. (2014). *Professionelles Guerilla-Marketing. Grundlagen – Instrumente – Controlling*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Hoffmann, S.; Schwarz, U.; Mai, R. (2012). *Angewandtes Gesundheitsmarketing*, Wiesbaden: Springer Gabler.
- Hoffmann, S.; Müller, S. (2010). *Gesundheitsmarketing: Gesundheitspsychologie und Prävention*, Bern: Hans Huber.

Gutachtertätigkeiten

Ad-hoc (Journals)	Journal of Marketing, Journal of the Academy of Marketing Science, Journal of Consumer Psychology, Journal of Retailing, Journal of International Marketing, International Marketing Review, Journal of Interactive Marketing, Journal of Business Research, Journal of Business Ethics, Journal of Macromarketing, Journal of Marketing Theory and Practice, Journal of Consumer Affairs, Journal of Promotion Management, Journal of Marketing Communications, Psychology & Marketing, European Journal of Marketing, Journal of Global Marketing, Management International Review, Food Quality and Preference, Frontiers in Psychology, PLOS One, Marketing ZFP – Journal of Research and Management, International Journal of Marketing, Journal of International Consumer Marketing, Advances in International Marketing, Business Research, Die Betriebswirtschaft, Organization & Environment, Marketing Review St. Gallen, Marketing Theory, International Journal of Training and Development, Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, Journal of Business Economics, Swiss Journal of Business Research and Practice, Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik, British Food Journal, Food Research International, Journal of Management Control, Journal of Non-Profit and Public Sector Marketing, Sustainability
Ad-hoc (Konferenzen)	AMA (American Marketing Association) Winter Educators' Conference AMS (Academy of Marketing Science) ANZMAC (Australian and New Zealand Marketing Academy) Marketing Trends Conference
Gastherausgeberschaft	International Journal of Marketing, Special Issue on Health Marketing Journal of Consumer Affairs, Special Issue on Anti-Consumption and Consumer Well-being
Editorial Board	Marketing ZFP - Journal of Research and Management Journal of Promotion Management
Herausgeber von Sammelbänden	Gesundheitsmarketing. Gesundheitspsychologie und Prävention (Verlag: Huber, Mitherausgeber: Stefan Müller) Angewandtes Gesundheitsmarketing (Verlag: Springer, Mitherausgeber: Uta Schwarz, Stefan Müller)
Funding	Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG) Deutscher Akademischer Austauschdienst (DAAD) Alexander von Humboldt-Stiftung BMWFW (Österreich)

Preise, Auszeichnungen und Förderung

2015-2019	Funding of Teaching Projects by BMBF (together with PerLe of CAU Kiel). 2019: „Class of Marketing – Eine intra- und transdisziplinäre Zusammenführung des Marketing“ 2018: „WebQuests im Marketing“, 2017: „Partizipatives Lehren und Lernen durch Classroom Experiments“, 2016: „Vorlesung 2.0 – Hybride Vorlesungseinheiten im Marketing“, 2015: „Von Studierenden für Studierende – Das Marketing-Wiki als kollaborative Arbeits- und Lernplattform“
2019	Platz 171 (Top 10%) im Forschungsmonitoring-Ranking der deutschsprachigen BWL-Forscher (Publikationen 2014-2018)
2018	Publons Peer Review Awards 2018 (for placing in the top 1% reviewers in Economics & Business based on Publons' global reviewer database, during 2017-2018, rank #26)
2016	Publons' Certified Sentinel of Science 2016, Top 10 per cent of researcher contributing to the peer review of the field of Business, Management and Accounting.
2015/16	Outstanding Teaching Award, BMBF PerLe-Fonds
2014	Platz 52 im Handelsblatt-Ranking der Top100 der deutschsprachigen BWL-Forscher unter 40 Jahre (http://tool.handelsblatt.com/tabelle/index.php?id=142)
2013	Best Paper, ANZMAC 2013, Track Digital and Social Media
2012	Highly Commended Award Winner at the Literati Network Awards for Excellence 2012 für den Beitrag „Anti-Consumption as a Means of Saving Job“, der im European Journal of Marketing erschienen ist.
2010, 2011	Förderung des DAAD für Vortragsreisen auf internationale Konferenzen
2006, 2009, 2011	Dr. Händel-Förderpreis zur Steigerung der Auslandskontakte der Fakultät Wirtschaftswissenschaften der Technischen Universität Dresden
2009	Dr. Feldbausch-Förderpreis für herausragende wirtschaftswissenschaftliche Abschlussarbeiten

Mitgliedschaften

International	American Marketing Association (AMA) European Marketing Academy (EMAC) International Centre for Anti-Consumption Research (ICAR)
National	Verband der Deutschen Hochschullehrer für Betriebswirtschaft e.V. (VHB). Kommissionen: Marketing, Internationales Management Marketing-Club, Schleswig Holstein (seit 2015 Beitrag) Gesellschaft für Betriebswirtschaft, Kiel (seit 2013 Beitrag) Marketingverein e.V., Dresden (seit 2012 Vorstand) Netzwerk Verbraucherforschung