

praxisrelevante Fragestellungen und leitet nachvollziehbar wesentliche Implikationen für die Praxis ab. Der Autor erarbeitet dementsprechend Erkenntnisse in wissenschaftlich präziser und fundierter Form und präsentiert die Ergebnisse zugleich systematisch und gut strukturiert. Ein sehr gelungener Beitrag.

Manfred Bruhn, Universität Basel



Heribert Gierl, Prof. Dr., unterrichtet seit 1992 an der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Universität Augsburg Betriebswirtschaftslehre mit dem Schwerpunkt Marketing. Zuvor vertrat er eine Professur für Marktlehre an der Fakultät für Landwirtschaft und Gartenbau an der TU München, eine Professur für Marketing an der Universität Regensburg, wo er bei Professor Böcker promoviert und sich habilitiert hatte, und eine Gründungsprofessur für Betriebswirtschaftslehre an der Bergakademie Freiberg. Er hatte Rufe an die TU München, an die Bergakademie Freiberg und an die Universität zu Köln. In der Lehre bietet er mit seinem Lehrstuhlteam und Gastdozenten aus der Praxis Kurse aus den drei Spezialisierungsbereichen Marketing Research, Marketing Management und Consumer Behavior an. Insofern erhalten seine

Studenten eine branchenübergreifende und berufsorientierte Ausbildung im Bereich der quantitativen und qualitativen Methoden der Marktforschung, im Bereich des strategischen und operativen Marketings und im Bereich der psychologisch fundierten Techniken, wie sich Zielgruppen eines Unternehmens beeinflussen lassen. Er ist Vorstand der WIMU e.V., dessen Aufgabe darin besteht, Beispiele der unternehmerischen Praxis in die studentische Ausbildung zu integrieren. Seine Forschungsschwerpunkte liegen in den Bereichen des Industriegütermarketings, der deskriptiven Entscheidungstheorie und der Konsumgüterwerbung. Einen besonderen Wert legt er auf die akademische Qualifikation von Doktoranden und die Weiterqualifikation von Habilitanden, in deren Kooperation Publikationen in international angesehenen Zeitschriften seines Fachs entstehen.

Reviewer Award



Alexander F. Wagner, Ph.D., ist Swiss Finance Institute Assistenzprofessor für Finance an der Universität Zürich. Vor seinem Ruf nach Zürich studierte und forschte er fünf Jahre lang an der Harvard Universität, wo er seinen Ph.D. erwarb. Professor Wagner forscht und lehrt in den Bereichen *Corporate Finance*, *Corporate Governance* und *Behavioral Economics and Finance*. Seine Arbeiten sind in Zeitschriften wie dem *Journal of Economic History*, dem *Journal of the European Economic Association* und dem *Journal of Financial Intermediation* erschienen. Er erhielt verschiedene Auszeichnungen, darunter den Ehrenring der Republik Österreich sowie das APART-Stipendium der Österreichischen Akademie der Wissenschaften.

Die Herausgeber der Zeitschrift «Die Unternehmung» verleihen

Prof. Alexander F. Wagner, Ph.D.

den

«Reviewer Award 2010»

Der Award wird verliehen für ausserordentliches Engagement und qualitativ hochwertige Gutachten im Rahmen der Gutachtertätigkeit für

«Die Unternehmung – Swiss Journal of Business Research and Practice».

Damit hat der Preisträger den Begutachtungsprozess der Zeitschrift wesentlich unterstützt und einen wichtigen Beitrag zur Sicherstellung ihrer wissenschaftlichen Qualität geleistet. Dafür sind die Herausgeber von «Die Unternehmung» dem Preisträger sehr dankbar.

Zürich, im März 2011

Prof. Dr. Dieter Pfaff
Geschäftsführender Herausgeber