

Nr. 104/2023

Magdeburg, 10.11.2023

#### Wissenschaftlicher Kontakt

Prof. Dr. Marcel Lichters  
Lehrstuhl BWL, insb. Marketing  
0391-67-58725  
marcel.lichters@ovgu.de

#### Kontakt in der Pressestelle:

Ines Perl  
Redakteurin  
0391-67-52276  
Ines.perl@ovgu.de

## WENN DÜFTE UNSER KAUFVERHALTEN BEEINFLUSSEN

Marketingexperte Marcel Lichters an die Uni Magdeburg berufen

Der Wirtschaftswissenschaftler Prof. Dr. Marcel Lichters wurde zum 1. Oktober 2023 neu an die Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg berufen. Künftig leitet er den Lehrstuhl für Marketing an der Fakultät für Wirtschaftswissenschaft.

Sein Fokus liegt in der betriebswirtschaftlichen Marketingausbildung. Hier bedient er vornehmlich die Bereiche Marketing, Marktforschung und Konsumentenverhalten. In spezialisierten englischsprachigen Lehrveranstaltungen vermittelt er beispielsweise Wissen auf den Gebieten Sensorisches Marketing und Produktinnovation, Konsumentenverhalten sowie quantitative Marktforschungsmethoden. *„In meinen Lehrveranstaltungen behandle ich daher viele verhaltenswissenschaftliche Aspekte, wie beispielsweise die Psychologie von Kaufentscheidungen. Aber auch quantitativ-statistische Aspekte, wie zum Beispiel die Marktforschungsmethodik, vermittele ich“*, informiert Professor Lichters.

Der neu besetzte Lehrstuhl zeichnet sich durch eine enge Verzahnung zwischen Forschung und Lehre aus. So beschäftigen sich Marcel Lichters und das Team des Lehrstuhls auch in der Forschung vornehmlich mit Entscheidungsanomalien und Manipulation von Konsumenten, z.B. durch Umgebungsdüfte, mit quantitativen Marktforschungsmethoden und mit sensorischem Marketing, also mit allen sinnlich wahrnehmbaren Marketingmaßnahmen.

*„Zum einen möchte ich Unternehmen dabei helfen, besser Kundenbedürfnisse mit neuen Produkten zu befriedigen“*, unterstreicht der neuberufene Professor. *„Zum anderen, ist es mir ein Anliegen, mehr Transparenz in der Forschung zu manipulativen Marketingstrategien zu schaffen.“* In einem aktuellen Projekt beschäftigt sich der Lehrstuhl beispielsweise damit, wie Kaffeekonsum unsere Kaufentscheidungsprozesse mitbestimmt. In vergangenen Projekten hat Prof. Lichters gezeigt, wie wir unbewusst von Umgebungsdüften beeinflusst werden und welchen Einfluss Hormone auf Kaufentscheidungsprozesse nehmen können. Oft werden die Projekte in

diesen Schwerpunkten durch Industriekooperationen aus den Bereichen Konsumgüter, Haushaltsgeräte oder Dienstleistungen unterstützt.

Prof. Lichters unterhält viele nationale und internationale Forschungsk Kooperationen, so z.B. zu Kolleginnen und Kollegen aus den USA, Australien und Indien.

### **Kurzvita**

Marcel Lichters studierte Wirtschaftspsychologie, Wirtschaftsinformatik und Business Consulting. Er promovierte an der Universität Magdeburg im Bereich Empirische Wirtschaftsforschung und bekleidete später die Juniorprofessur für Consumer Behavior an der Fakultät für Wirtschaftswissenschaft.

Prof. Dr. Marcel Lichters hatte die Leitung des Lehrstuhls für Marketing und Handelsbetriebslehre an der TU Chemnitz inne und baute dort ein eigenes „Consumer-Insights“-Labor auf. Als Gastprofessor für Konsumentenpsychologie und Marktforschung lehrte er an der Hochschule Harz in Wernigerode. Zuvor war er selbstständig unternehmerisch tätig, leitete als Senior Manager für das Institut für Sensorikforschung und Innovationsberatung Rosdorf/ Göttingen internationale Marktforschungsstudien und konnte Erfahrung bei einer Unternehmensberatung in der Schweiz sammeln.

Professor Lichters engagiert sich in zahlreichen wissenschaftlichen Vereinigungen, wie zum Beispiel der Academy of Marketing Science oder der Association for Consumer Research und ist ehrenamtlich als Associate Editor für den Bereich Consumer Behavior & Wellbeing der anerkannten Fachzeitschrift Journal of Business Research tätig.

### **Zum Hintergrund**

Die Fakultät für Wirtschaftswissenschaft der Universität Magdeburg, an die der Marketingexperte Marcel Lichters berufen wurde, leitet ihr Grundverständnis aus vier zentralen Elementen ab: einem Bekenntnis zur „Einheit der Wirtschaftswissenschaft“, zur „theoriegeleiteten Wissenschaftlichkeit“, zur „internationalen Orientierung von Forschung und Lehre“ sowie zur empirischen Relevanz ihrer Lehre und Forschung, d.h. zum „immanenten Anwendungsbezug der theoriegeleiteten Wissenschaftlichkeit“.

Um an einer Universität in Sachsen-Anhalt auf eine Professur berufen zu werden, muss gemäß § 36 des Hochschulgesetzes des Landes Sachsen-Anhalt ein Berufungsverfahren durchgeführt werden. Dafür wird eine Berufungskommission mit den verschiedensten Expertinnen und Experten gegründet. Sie beurteilen in einem umfangreichen Prozess die

Bewerberinnen und Bewerber aufgrund ihrer Eignung, Befähigung und fachlichen Leistung.

### **Bildunterschrift**

Porträt Prof. Marcel Lichters

Foto: Hannah Theile/ Universität Magdeburg