

Prof. Dr. Marco A. Gardini

Mitglied des wissenschaftlichen SCOPAR-Beratergremiums

EXPERTENPROFIL

- Professur seit 2002; zuerst von April 2002 bis März 2004 Vertretungsprofessur Internationales Management an der FH Gelsenkirchen. Seit April 2004 Professur für International Service Management and Marketing an der International University Bad Honnef
- Assoziierter Partner der Unternehmensberatung EWEDO GmbH in Dortmund
- Managing Director eines Executive MBA Programms an einer privaten Hochschule (WHU)
- Top Management Consultant bei Droege & Comp., Internationale Unternehmerberatung, Düsseldorf
- Junior Product Manager bei der Blaupunkt GmbH, Hildesheim
- Externe Promotion (Dr. rer.pol.) an der Universität Gießen bei Prof. Dr. Karl Weber (summa cum laude)
- Wissenschaftlicher Mitarbeiter des Referats Bildungspolitik (Hochschul-, Schulpolitik) beim DIHT - Deutscher Industrie- und Handelstag, Bonn
- Studium der Betriebswirtschaftslehre (Internationale Unternehmungen, Marketing, Psychologie) an den Universitäten Marburg und Gießen mit Abschluss Diplom-Kaufmann (Prädikat)
- Exzellente Sprachkenntnisse in Italienisch, Englisch, Spanisch

KOMPETENZFELDER FORSCHUNG, LEHRE, PRAXIS

- **Strategische Analyse und Entwicklung:** Entwicklung und Umsetzung von Wachstumsstrategien, Neuausrichtung des Business-/Leistungsportfolios, Planung, Bewertung und Begleitung strategischer Allianzen/Kooperationen, Strategische Positionierung, Strukturierung und Begleitung von Veränderungsprozessen ...
- **Dienstleistungsmanagement:** Service Performance Audits, Service Design- und Prozessoptimierungen, Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheitsanalysen, Qualitätsmanagement (TQM), Service Garantien, Entwicklung und Umsetzung effizienter Beschwerdemanagementsysteme, ...
- **Marketing- und Vertriebsmanagement:** Kundenstrukturmanagement (Customer Relationship, Customer Lifetime Value, Customer Loyalty), Entwicklung und Implementierung von ganzheitlichen Kundenfeedbacksystemen, Marktforschung, Optimierung der Marketing- und Vertriebseffizienz, Aufbau und/oder Optimierung von Vertriebsstrukturen, Strukturierung und Begleitung von Innovationsprozessen, ...
- **Markenmanagement:** Strategische Positionierung, Entwicklung und Aufbau von Markenkonzepten, Markenaudit/-bewertung, Steigerung der externen und internen Marken-/Kommunikationseffizienz, Entwicklung und Aufbau eines internen Markenmanagement, Planung, Bewertung und Begleitung strategischer Markenkooperationen,...
- **Internationalisierung/Auslandsgeschäft:** Strategische Positionierung, Entwicklung, Umsetzung bzw. Begleitung von Internationalisierungsprozessen, Aufbau und/oder Optimierung von internationalen Vertriebsstrukturen, Coaching von Führungskräften und Mitarbeitern im Auslandsgeschäft, Identifizierung und Ansprache von Geschäftspartnern und Kunden im Ausland, Begleitung beim Aufbau von Niederlassungen, Erwerb von Unternehmen im Zielland,...
- **Training/Coaching**
Leadership und Motivation, Vision und Strategie, TQM, Strategisches Marketing, Beschwerdemanagement, Vertriebs- und Akkulturations-Coaching, Kommunikation und Professionelle Markenführung, ...

STUDIEN- UND FORSCHUNGSPROJekte (Auszug)

- Turning Online Inquiries into Sales: A Cross Country Study on the Online Sales Efficiency of Upscale Hotels
- Vertriebsberatung (Suche, Bewertung und Auswahl von Vertriebspartnern) von zwölf klein- und mittelständischen Unternehmen aus der Tourismus- und Freizeitbranche im Rahmen des Vermarktungshilfeprojekt Dänemark 2003 des Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft
- Konzeption und Erstellung einer multimedialen Lernsoftware zum Innovationsmanagement für kleine und mittelständischen Unternehmen mit 5 Partnern aus 5 europäischen Ländern im Rahmen einer EU-Förderberatung (Leonardo)
- Wissenschaftliche Evaluation eines Modellprojekts zum Stadtteilmarketing: „Zukunftsverbund Einzelhandel in den Dortmunder Stadtbezirken“ des Einzelhandelsverbands Westfalen und dem Stadtbezirksmarketing Dortmund
- Aufbau und Vernetzung eines europäischen Forschungsverbundes zur Produktentwicklung aus Industriepartnern und wissenschaftlichen Institutionen mit 17 Partnern in 7 europäischen Ländern im Rahmen einer EU-Förderberatung
- Konzeption und Durchführung einer Studie zum „State of the Art“ des Globalen Synergiemanagements deutscher Automobilzulieferer
- Branchenübergreifende Studie zur Kunden- und Serviceorientierung europäischer Großunternehmen
- Konzeption und Durchführung einer nationalen Kundenzufriedenheitsanalyse für einen deutschen Automobilzulieferer
- Konzeption und Durchführung einer Studie zum Entwicklungsstand des „Qualitätsmanagements in der deutschen Hotellerie“
- ...

BERATUNGSPROJEKTE (Auszug)

- Identifikation und Qualifizierung von Distributions- und Kooperationspartnern in Spanien für einen mittelständischen Hersteller von Befestigungssystemen
- Markt- und Wettbewerbsanalyse, Identifikation und Qualifizierung von Vertriebspartnern für einen mittelständischen Türenhersteller in den Niederlanden
- Vergleichende Markt- und Länderanalyse (UK, S, DK) für einen mittelständischen Türenhersteller
- Wissenschaftliche Beratung, Qualifizierung und Coaching von acht mittelständischen Unternehmen aus der Region Hagen / Ennepe-Ruhr zur Markterschließung im europäischen Ausland im Zuge einer EU / Land NRW Verbundberatung Internationalisierung
- Strategische Neuausrichtung der europäischen Vertriebsorganisation eines mittelständischen Kunststoffverarbeiters
- Aufbau von Kooperationspartnern und Ausbau des Direktkundengeschäfts in Spanien für einen mittelständischen Hersteller von Energiezuführungssystemen
- Entwicklung einer Markteintrittsstrategie und Aufbau eines Vertriebsnetzes in Skandinavien für einen mittelständischen Komponentenhersteller der Automobilzulieferindustrie
- Komplette Reorganisation der deutschen Beratungstochter eines internationalen Telekommunikationsunternehmens
- Gründungsberatung eines Internet Start-up (E-Commerce)
- Strategieentwicklung bei einem mittelständischen Automobilzulieferer
- Restrukturierung der Marketing- und Vertriebsorganisation bei einem internationalen Fahrzeugteilehersteller
- Reorganisation und strategische Neuausrichtung eines international führenden Zeitungsdruckmaschinenherstellers
- Sanierung und Restrukturierung eines internationalen Unternehmens des Möbelhandels
- Projektaudit im Bereich „Custody Services“ einer großen deutschen Landesbank

- ...

VERÖFFENTLICHUNGEN (AUSZUG)

- Marke statt Sterne, in: absatzwirtschaft Science Factory, H.1, 2006, S.1-4.
- Nutzen Sie das Vertriebspotenzial ihrer Website? – Hotelunternehmen müssen die Optimierung ihrer Online-Vertriebseffizienz vorantreiben, in: hottelling, H.10, 2005, S.16-17.
- Management internationaler Dienstleistungen: Kontext-Konzepte-Erfahrungen, Gabler Verlag Wiesbaden 2004. (Herausgeber zusammen mit Dahlhoff, H.D.)
- Marketing-Management in der Hotellerie, Oldenbourg Verlag, München, Wien 2004
- Qualitätsmanagement in Dienstleistungsunternehmen, Peter Lang Verlag, Frankfurt/Main et.al. 1997.
- Internationalisierung von Dienstleistungen - Reflexionen zur Multikulturalität internationaler Dienstleistungskontexte, in: Gardini, M.A., Dahlhoff, H.D. (Hrsg.): Management internationaler Dienstleistungen: Kontext-Konzepte-Erfahrungen, Wiesbaden 2004, S.11-35.
- Einflussfaktoren der Mitarbeiterzufriedenheit und Mitarbeiterbindung in Professional Service Firms – eine empirische Untersuchung am Beispiel von IT-Professionals der IBM Schweiz, in: Gardini, M.A., Dahlhoff, H.D. (Hrsg.): Management internationaler Dienstleistungen: Kontext-Konzepte-Erfahrungen, Wiesbaden 2004, S.393-414.(zusammen mit Stefan Vogel)
- Die Globalisierung von Telekommunikationsunternehmen – dargestellt am Beispiel der Deutschen Telekom AG, in: Holtbrügge, D. (Hrsg.): Management in Multinationalen Unternehmen, Festschrift zum 60. Geburtstag von Martin K. Welge, Berlin 2003, S.121-137. (Zusammen mit Böttcher, R.)
- Amerikas Business Schools erobern die Welt – Deutsche Anbieter sind nur begrenzt gerüstet, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 2. September 2002, Nr. 203, S.20.
- Menschen machen Marken - Dienstleister müssen ihre Markenperspektive erweitern, in: Markenartikel, 63. Jg., H.6, 2001, S.30-45.
- Das Management globaler Synergien, in: Gabler's Magazin, 12.Jg., H.3, 1999, S.18-21. (Zusammen mit Böttcher, R.)
- In länderübergreifenden Synergien liegt der Erfolg, in: DIHT- Deutscher Industrie- und Handelstag (Hrsg.): DIHT-Artikeldienst, Nr.1, Bonn, 1999, S.28-31. (Zusammen mit Böttcher, R.)
- Service-Garantien für Dienstleistungen, in: Marketing Journal, 32.Jg., H.3, Juni/Juli, 1999, S.160-166.
- Kundenorientierung messbar umsetzen - Implementierungslücke im Maschinen- und Anlagenbau, in: Blick durch die Wirtschaft, 15.Mai 1998, Nr.93, S.5.
- ...