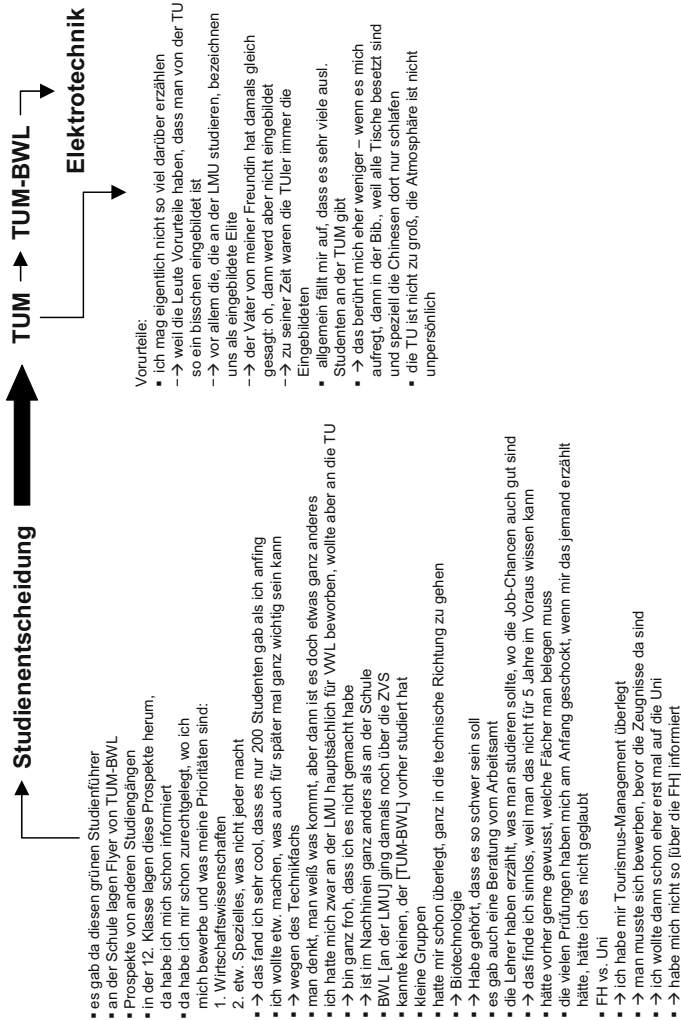


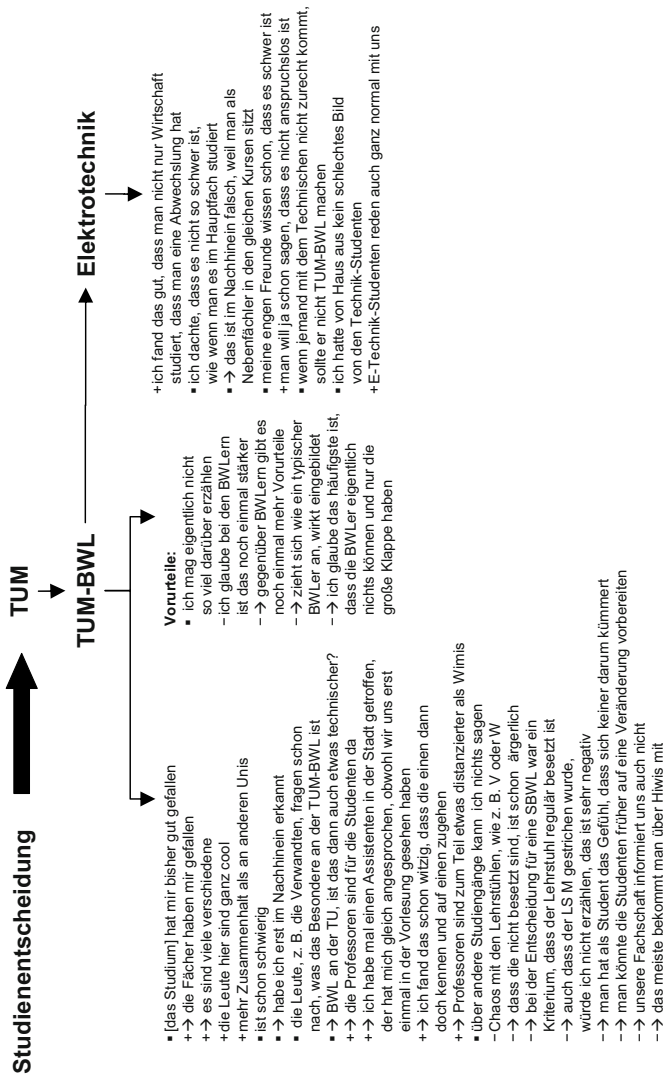
Anhang

Anhang 1: Cognitive Maps der TUM-BWL-Studenten

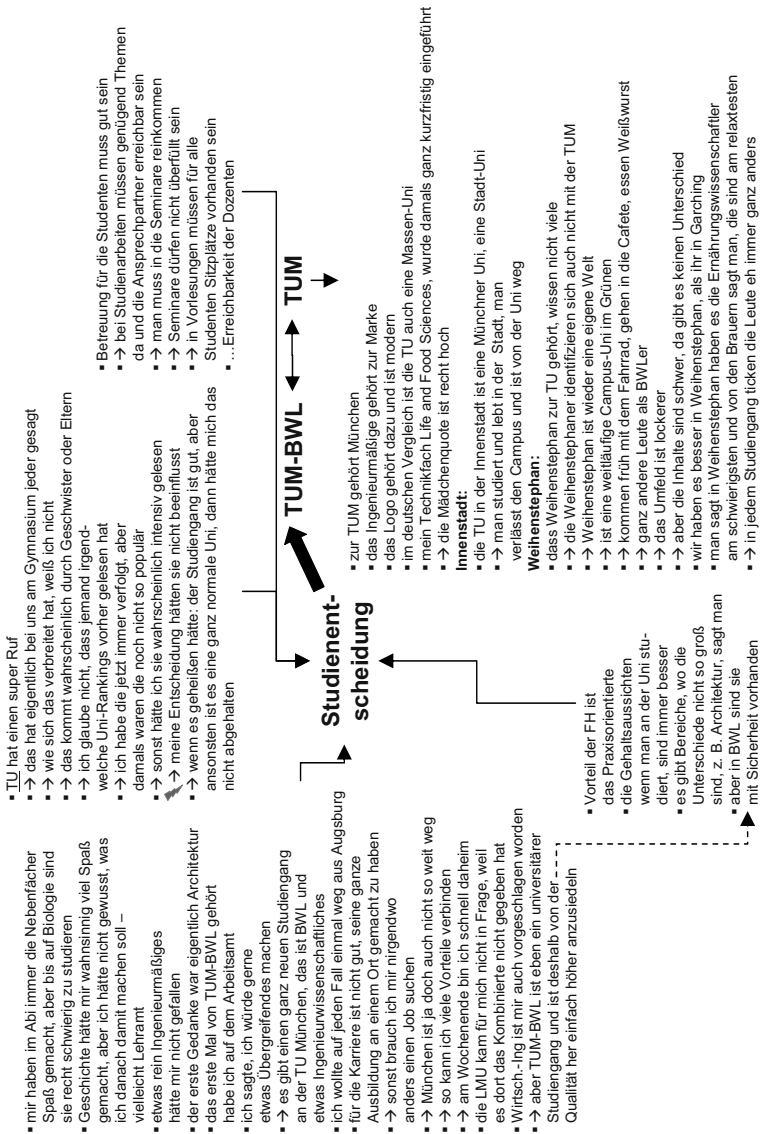
Anhang 1 Cognitive Maps der TUM-BWL-Studenten, Seite 1 (Interview 1)



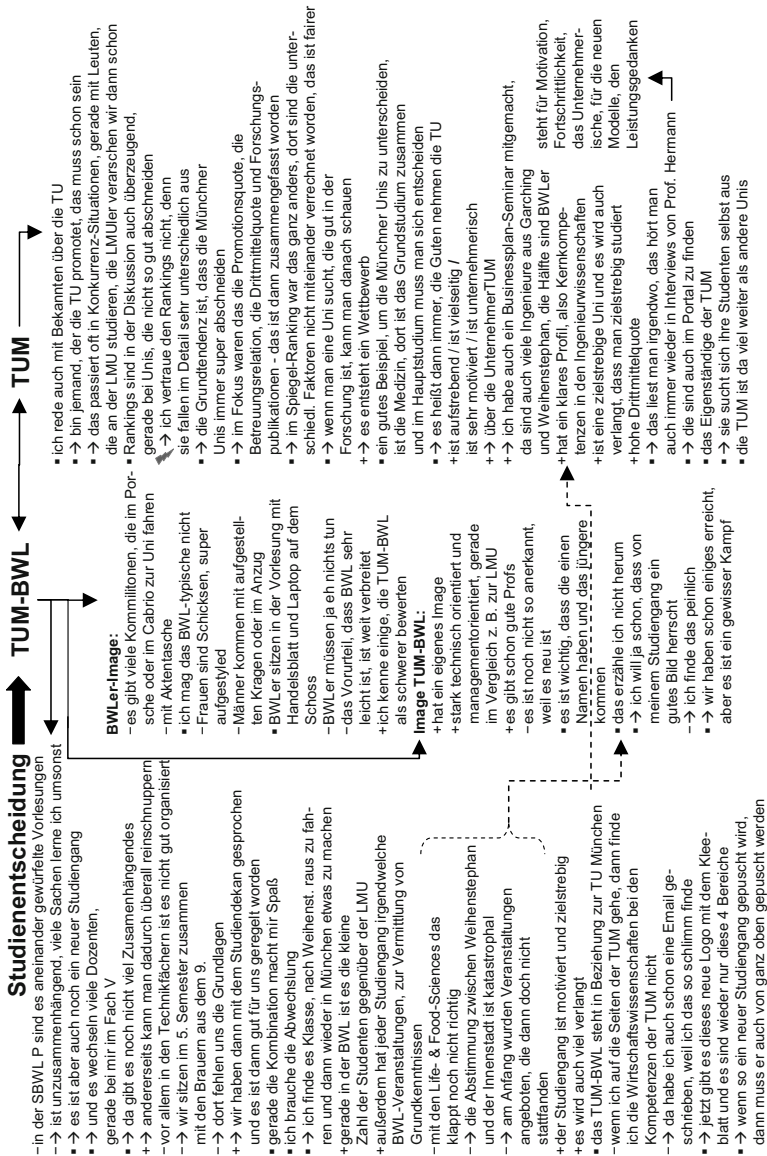
Anhang 1 Cognitive Maps der TUM-BWL-Studenten, Seite 2 (Interview 1)



Anhang 1 Cognitive Maps der TUM-BWL-Studenten, Seite 3 (Interview 2)



Anhang 1 Cognitive Maps der TUM-BWL-Studenten, Seite 4 (Interview 2)



Anhang 1 Cognitive Maps der TUM-BWL-Studenten, Seite 5 (Interview 3)

Studienentscheidung



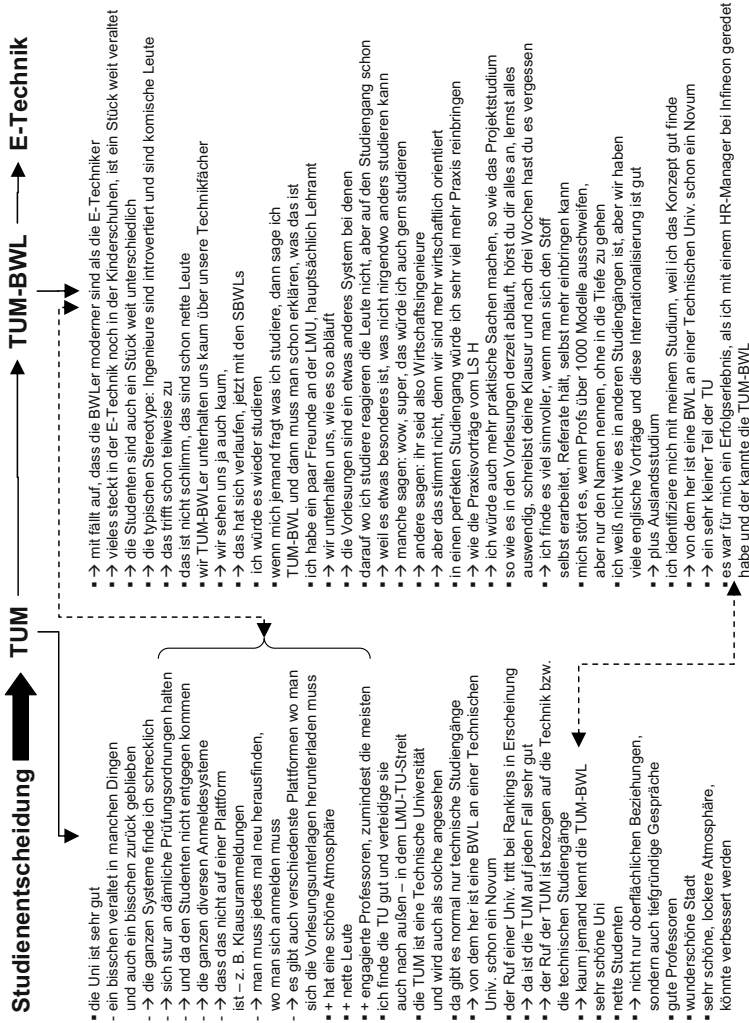
- mir war schon relativ früh klar, dass ich etwas mit Wirtschaft machen will
- mich haben aber auch Fächer wie Physik interessiert
- darauf hat mich ein Freund hingewiesen, dass es an der TU TUM-BWL gibt
- davor wollte ich Wirtschaft machen
- dann gab's leider hier in München nicht
- und habe ich es mir angeschaut
- und habe mich beworben
- ich hatte die Infos zur TUM-BWL nur von meinem Freund
- er hatte das von seinem Bruder
- der studierte an der LMU Wirtschaftspsychologie
- dessen Schulkollege studierte TUM-BWL
- mein Freund hat mir nur den Link gegeben und gesagt: schau dir das mal an
- an der Schule haben wir nicht über das Studium gesprochen
- es gab nur die Info-Veranstaltung, z. B. vom Arbeitsamt
- die verteilten ihre Info-Broschüren oder Studienführer
- ich habe erst einmal Abi geschrieben und dann geschaut, was ich studieren will
- das [Studium] hat genau meinen Interessen entsprochen
- die Verbindung ist sehr interessant
- von Beginn an dachte ich mir BWL ist stures Auswendiglernen und Theorie an sich
- mir hat in der Schule das ganze Rechnen Spaß gemacht
- mein Vater hat E-Technik studiert und auch da habe ich schon den Background
- meinen Vater habe ich auch konsultiert
- mit gefällt auch der Ansatz weil ich glaube, dass man das später gut gebrauchen kann
- um die Lücke zwischen den BWLern und den Ingenieuren zu schließen, denn die können nicht miteinander kommunizieren
- München ist auch in der Nähe von meinem Wohnort
- mein Vater hat mir auch Feedback gegeben
- er macht Technik-Engineering und meint, dass es ihm oft auffällt, dass er mit BWLern nicht auf einer Ebene redet
- es fehlt bei beiden an Hintergrundwissen
- die FH war für mich immer noch eine Stück weit unter der Uni
- vom Ansehen, von der Ausbildung
- eine FH ist eine höhere Schule
- Leute, die von der Uni kommen, haben meistens sehr gute Berufe
- ich hätte gerne mehr Vorlesungen, speziell bei Halbleiter
- mich stört bei den E-Technik Vorlesungen, dass sehr viel Grundwissen verlangt wird, das wir nicht haben, weil wir nicht seit dem 1. Sem. E-Technik studieren
- somit bekommen wir oft weniger mit
- oft wird in einem weiten Bogen ausgehollt und auf die mathematischen Grundlagen Wert gelegt
- ich fände Dummy-Kurse für BWLer gut
- wo die grundlegenden Sachen erklärt werden
- einfache Fragen
- ohne höhere Mathematik
- dass man nicht irgendwelche HL durchrechnen kann, sondern dass man weiß, worum es geht, wie ein HL hergestellt wird, welche HL-Typen es gibt usw.

Werkstudent bei Infineon

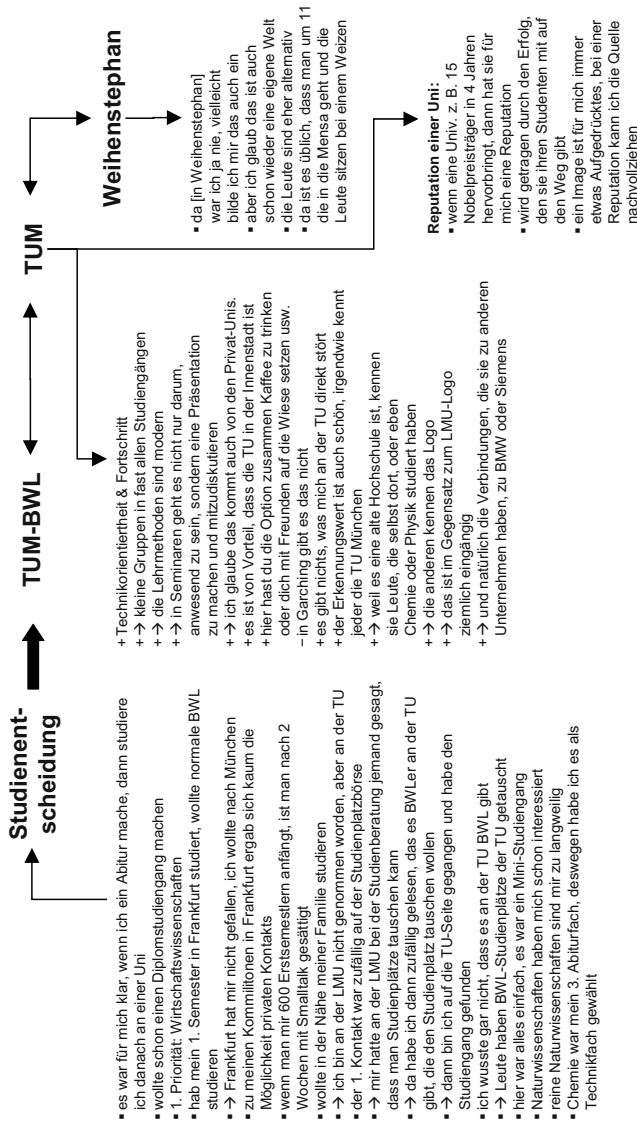
- ich habe in den ersten Beiden Semestern bei E-on gearbeitet
- aber das war ein blöder Job, nur administrative Tätigkeiten
- das war nur zum Geldverdienen
- dann habe ich ein bisschen gesucht
- und bin auf unserem Board über Infineon gestolpert
- das Methodenwissen aus der BWL kann man schon anwenden
- die machen ja auch strategische Planung usw.
- und man weiß, bescheid, wenn die von GUV reden
- in der E-Technik ist es schwer mitzureden, also bei Halbleiter
- aber insgesamt hast du eine Vorstellung, wovon sie reden

- das habe ich auch bei Infineon gemerkt
- wir hatten Workshops mit Ingenieuren und haben Business Development gemacht
- da muss man mit den Ingenieuren auf dem gleichen Level reden können
- da ist es wichtig die grundlegenden Sachen zu kennen

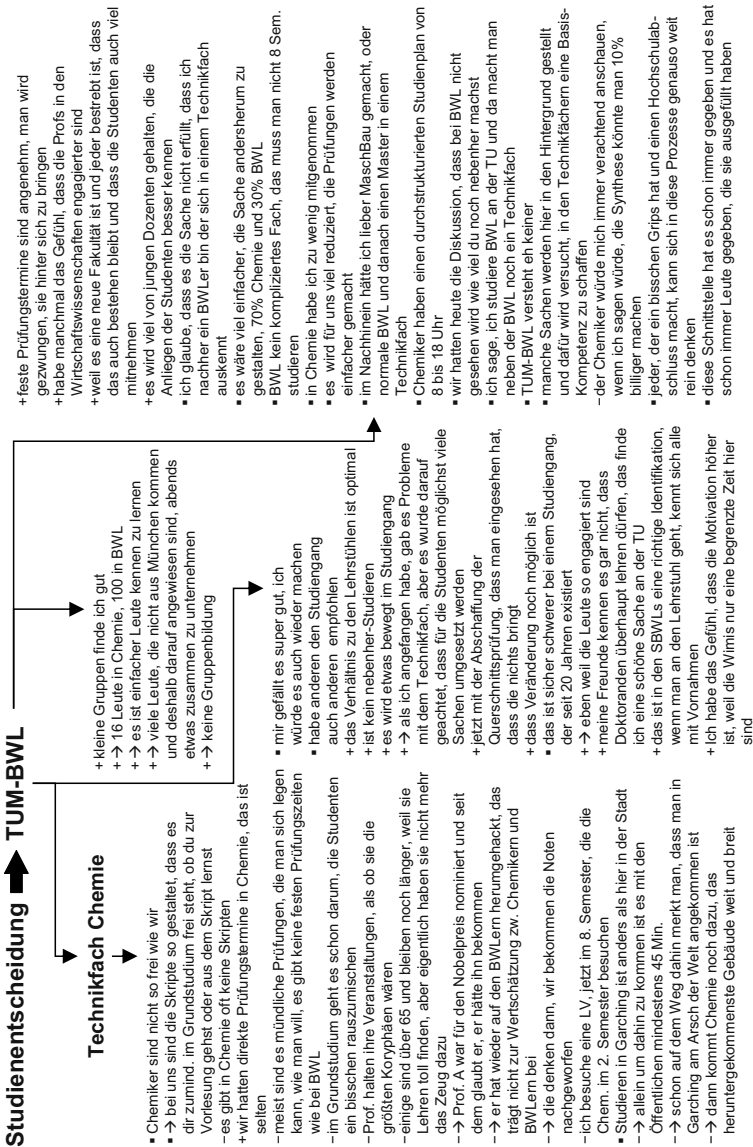
Anhang 1 Cognitive Maps der TUM-BWL-Studenten, Seite 6 (Interview 3)



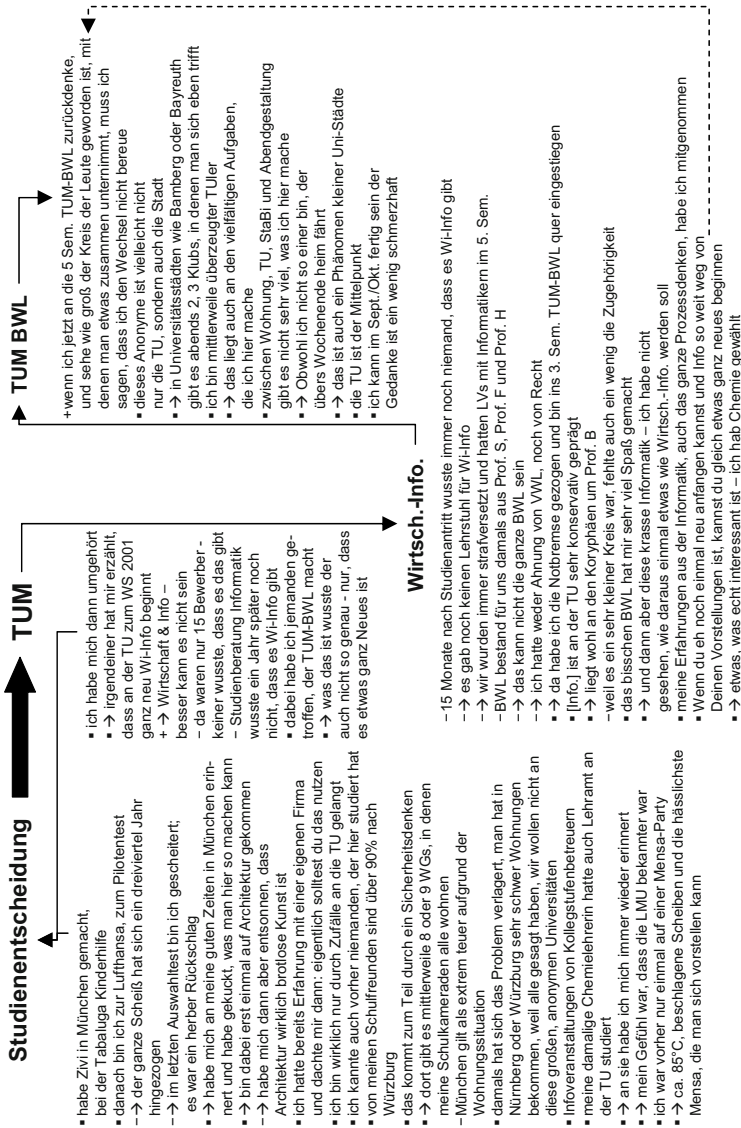
Anhang 1 Cognitive Maps der TUM-BWL-Studenten, Seite 7 (Interview 4)



Anhang 1 Cognitive Maps der TUM-BWL-Studenten, Seite 8 (Interview 4)



Anhang 1 Cognitive Maps der TUM-BWL-Studenten, Seite 9 (Interview 5)



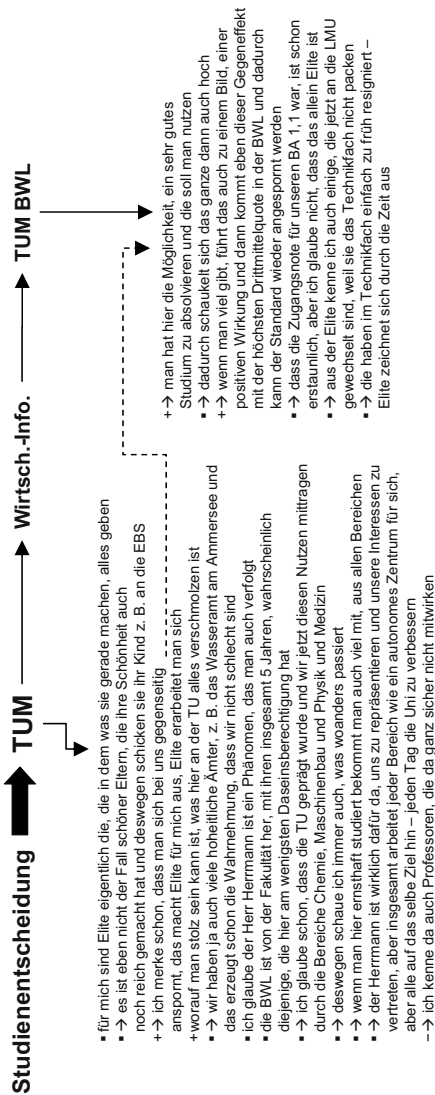
Anhang 1 Cognitive Maps der TUM-BWL-Studenten, Seite 10 (Interview 5)

←
→
←
→

Studienentscheidung
→
TUM
→
Wirtsch.-Info.
→
TUM BWL

- + wenn man TU Student ist, bekommt man diesen Ego Kick
 - + man kennt das als BWLer hauptsächlich von anderen Unis, sei es WHU, EBS oder HSG, die sich ein eingeschorenes Bild geprägt haben
 - → die lügen sich teilweise etwas zurecht, können das aber nach außen verkauften
 - + → ich muss schon sagen, dass ich von der TU ein sehr positives Bild habe
 - es hat sich gezeigt, dass an der TU sicher nicht alles perfekt ist, aber wenn man es vergleicht
 - Würzburg, Regensburg usw. - gibt es Standorte, die weitaus katastrophaler sind
 - meine Academic Director sagt: „das Geld erst in die Forschung, dann in die Lehre und dann in die Infrastruktur“
 - → die TU ist von den Gebäuden her alt, wenn man von Garching mal abstiegt
 - auch viele Rankings – wobei man da immer vorsichtig sein muss – bestätigen den Trend, dass wir uns nicht verstecken müssen
 - + die TUM ist, wie Herrmann immer sagt, schon eine unternehmerische Uni
 - + → die auch nicht unbedingt Grenzen zieht – geht nicht, gibt's nicht
 - + → die immer ein Stück weiter geht als andere
 - + → meine Freundin war lange Jahre in Regensburg und was die immer erzählt hat, das ist noch einmal eine ganz andere Liga
 - → z. B. die UnternehmerTUM, die ja auch ein Bild prägt
 - + → dass man versucht aus Ideen, die hier an der TUM von Studenten generiert werden, etwas zu machen
 - → oder die Dependence in Singapur, dieses GIST, wenn man das jemandem erzählt, dann heißt es ja was soll das
 - → aber das sind Sachen, die diese Uni prägen und diese große Internationalität
 - unsere Bib hatte letztes Jahr mittwochs eine 24-Stunden-Öffnung, also die Nacht durch
 - als wir da nachts um 2 in der TU-Bib saßen, war es wirklich wunderbar, dass da noch andere 30 Hanseln saßen, aber kein einziger war deutsch
 - und heute beim Mittagessen, um uns herum saß kein einziger Deutscher
 - + → mag sein, dass die Cafés so schlechtes Essen hat und die deutschen Schnitzel lieber zum Italiener gehen
 - → aber man merkt schon, dass die TU im Ausland einen hervorragenden Ruf genießt
 - bei meinem Wi-Info-Studium gab es ein Fach mit 80% Durchfallquote und als am Aushang meine Note suchte, kam ein Chinese und hatte eine 1,0 geschrieben
 - + → die Leute, die wir aus dem Ausland anziehen, sind sehr gut und vor allem hoch motiviert
 - + im großen und Ganzen ist auch die Auswahl sehr gut
 - + hohe Motivation, sehr guter Ruf, internationaler Anziehungspunkt, was man ja auch an den Dozenten sieht und dann eben dieses unternehmerische
-
- + ich bin im SIROP – als die Idee aufkam, haben wir Präz. Herrmann um ein Gespräch gebeten. Wir wurden 1 oder 2 Tage später eingeladen und durften 20 Minuten präsentieren
 - + → wir bekamen ein gutes Budget, das Projekt ist jetzt für 3 Jahre gesichert – unkompliziert und unternehmerisch
 - TUMler sind ein bisschen die grauen Mäuse – dieses Bild haben auch die LMUler von uns
 - → es sind optische Aspekte, zu wenig Frauen
 - viele Leute fassen die TU als technisch im negativen Sinne auf
 - ich kenne das auch von den Info-Veranstaltungen unseres MBA, da kommen Frauen, die genau in unsere Zielgruppe passen und der erste Satz ist: an einer TU hat man ein Technikfach das ist nichts für mich
 - → wenn es ein bisschen gemischer wäre, dann wäre z. B. bei Teamarbeiten eine andere Gruppendynamik
 - → es ist einerseits schon ein kleiner Kreis zu sein, aber andererseits könnte es ein bisschen bunter und gemischer sein
 - → dass die Hemmschwelle Technikklaß fällt wäre sinnvoll
 - → ich glaube das ist eine Kommunikationsaufgabe
 - → wenn ich an meine ersten Erfahrungen mit physikalischer Chemie denke – TILT, aber wenn man dann drin ist, schafft man es einfach + so wie es hier gemacht wird, mit Schülertagen, Abi an der Uni und Summer-School, kann man das auf jeden Fall reduzieren
 - → ein KC-Kriterium wären Frauen natürlich nicht
 - → ich glaube ich werde in 10 Jahren noch erzählen, dass in meinem Semester einfach keine geschickte Frau war
 - die Verteiltheit der TU ist echt negativ
 - → ich wünsche mir eine Uni, die das tägliche Leben gestaltet
 - → eine richtige Campus-Uni wie in den USA wäre schöner
 - → man kann nicht sagen, man geht an die Uni und dort sind auch alle Studenten, die dann auch eine Einheit bilden
 - ich denke, dass die Studenten der TU keine ernsthaften Vorurteile gegenüber einander haben
 - → dafür ist auch der Standard der TU-Studenten zu hoch
 - ich glaube, wir brauchen uns nicht zu verstecken
 - ich denke das hat keinen Einfluss auf die Qualität der Lehre oder die Qualität des Abschlusses, der einmal meine Zukunft prägen wird
 - → die TOP-Business Schools sind ja nur unter sich weil es keine anderen Fächer gibt, von da her ist es hier schon in Ordnung

Anhang 1 Cognitive Maps der TUM-BWL-Studenten, Seite 11 (Interview 5)

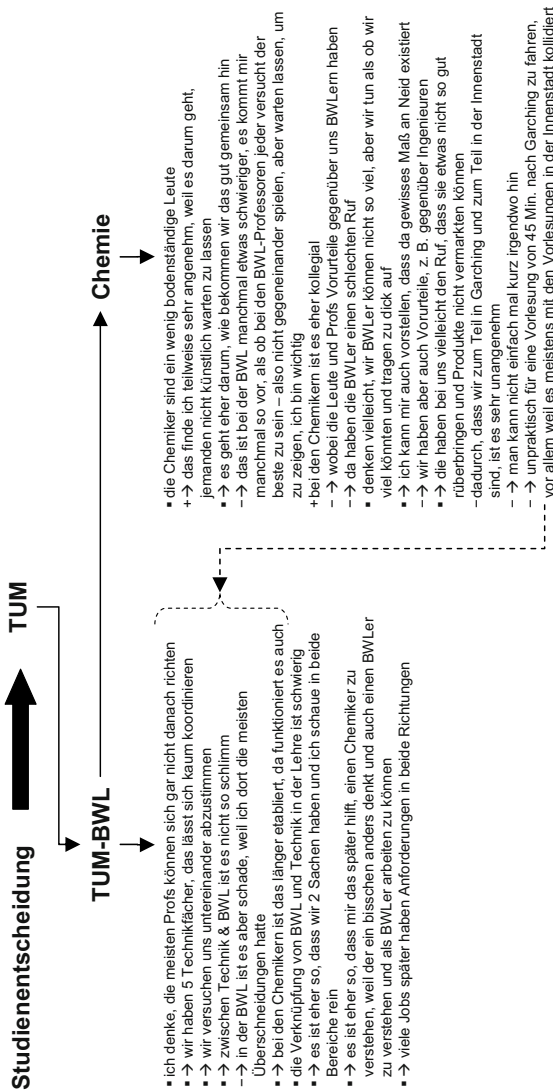


Anhang 1 Cognitive Maps der TUM-BWL-Studenten, Seite 12 (Interview 6)

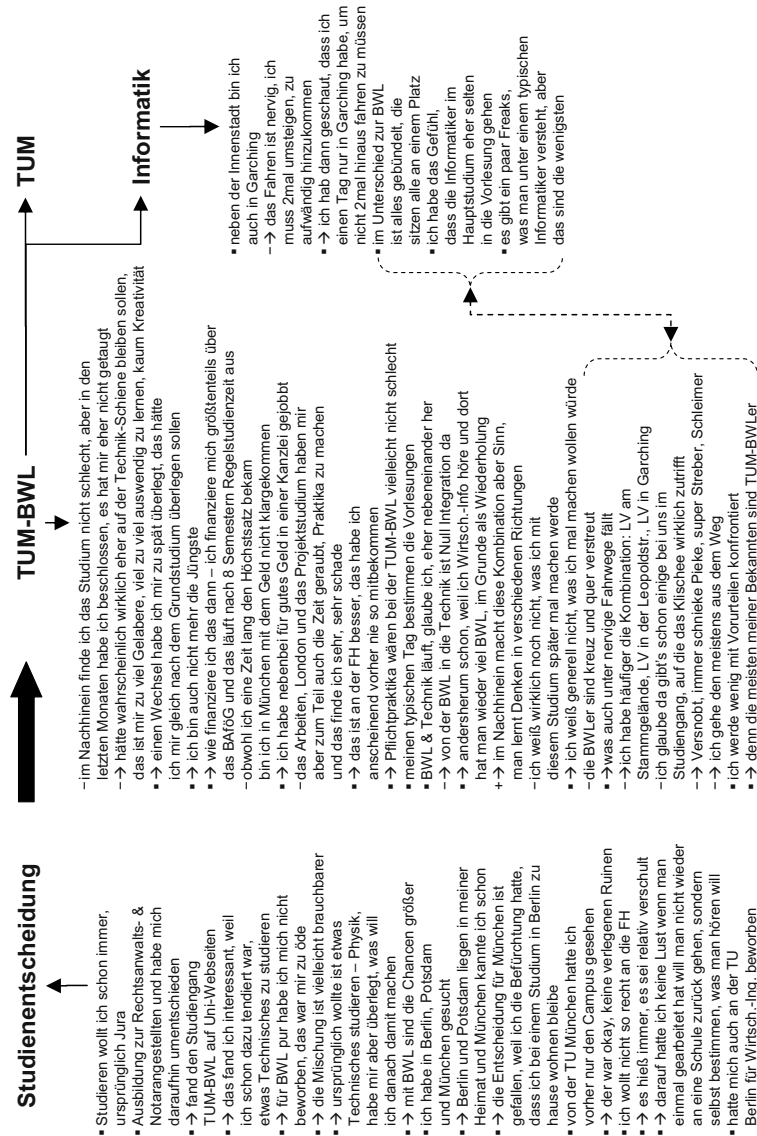


- ich wollte etwas mit BWL machen
- aber nicht nur BWL, sondern entweder mit Sprachen oder mit Technik
- ich habe überlegt, ob ich Wirtschaftsingenieur studieren soll
- kein Wi-Ing, weil ich die BWL mehr betonen wollte
- hatte überlegt, nach Karlsruhe zu gehen
- das ist eine super Uni
- man hört aber, dass die Wirtschaft dort mehr in die Technik geht
- mich hat interessiert, wie man Produkte designed und vermarktet
- hatte mich an der FH Reutlingen beworben
- ESB, das ist ein Studiengang mit 20 Plätzen, der zu einem Doppelabschluss führt
- die FH Reutlingen hat, wo ich herkomme, auch einen guten Ruf
- ich habe schon unterbewusst auf den Ruf geachtet
- das war nicht das wichtigste, aber es sollte eine ordentliche Uni sein
- dazu gehört ein Stück weit das Image, dass der Ruf schon da ist
- Lehre ist sehr wichtig, Professoren und Dozenten die das vermitteln und Übungen
- eine gute Uni hat Profis die bekannt sind, die auf ihrem Gebiet zu den Besseren gehören
- der Grund nach München zu gehen war, dass ich nach der Schule erst einmal woanders hin wollte
- und München ist eine tolle Stadt
- das ist für mich schon wichtig, ja
- dazu gehört, dass man Möglichkeiten hat für die Freizeit – Seen, Berge, dass die Atmosphäre angenehm ist
- die Größe ist auch wichtig obwohl München mir auch schon zu groß ist
- + ich würde erzählen, dass wir viele gute Profs haben, auf hohem Niveau
- + → dass wir vielleicht auch relativ schnell studieren, gerade im Vgl. zu Karlsruhe
- + → wie überall: ganz perfekt ist nie alles, es gibt auch hier Schwierigkeiten
- + → finde schön, wenn man rein kommt und man weiß, man sitzt in den Hallen in den auch schon Nobelpreisträger gearbeitet haben;
- ich werde sehr selten auf die TUM angesprochen, natürlich über das Studium wird viel gesprochen
- ich hatte kein wirkliches Bild von der TUM als ich herkam
- ich lese ja auch Spiegelrankings
- mittlerweile stellt sich ein bisschen heraus, dass die TUM wohl eine der Besten ist in Dtl. – das war mir vorher nicht bewusst
- ich hab mitbekommen, dass die TU München eine ordentliche Hochschule ist, aber wie gut sie genau ist, war mir nicht klar
- man bekommt heraus, wo man nicht unbedingt hin muss
- aus den Rankings, man lernt aber auch Leute kennen, die sich da auskennen
- aus meiner Familie habe ich nichts zur TUM gehört
- + mir gefällt es grundsätzlich schon an der TUM, weil es meine Erwartungen trifft
- + → dass man mit einem Namen wie der TUM im Rücken bei der Bewerbung Bonuspunkte sammeln kann, obwohl das für mich selbst nicht das wichtigste ist
- + → und dass ich trotzdem an einer technischen Uni studieren kann, wo der Geist von Technikern & Ingenieuren vorhanden ist, deswegen fühle ich mich wohl
- ich war z. B. noch nie in Weihenstephan
- ich finde schon, dass man die Standortverteilung der TUM merkt
- ich habe zu den Medizinern nie Kontakt, habe dieses Sem. zum ersten mal einen im Sprachkurs kennen gelernt
- die Reputation ist immer fachlich gemeint, z. B. bei einer Universität die Professoren, das Ranking
- bei der TUM gehören dazu die Nobelpreisträger, das ist eine Forscher-Uni, aber auch eine Uni, die versucht die Wissenschaft in Praxis umzusetzen, Carl von Linné als Beispiel
- + → da ist die TU weiter als viel andere, gerade weil der Herrmann es gut schafft, Marketing zu betreiben
- ob die dahinter stehende Uni so viel besser ist als die anderen, sei dahingestellt
- das Image ist ganzheitlicher – wie lässt es sich dort leben, wie ist die Lehre
- da spielen die Dinge der Reputation rein, aber auch die Lebensqualität am Ort, wie gut erleichtert die Verwaltung das Leben der Studenten, Wohnmöglichkeiten, Studentenwerk, die Anbindung mit dem öffentlichen Verkehr, die Terminkoordination, wie kooperativ ist die Hochschule

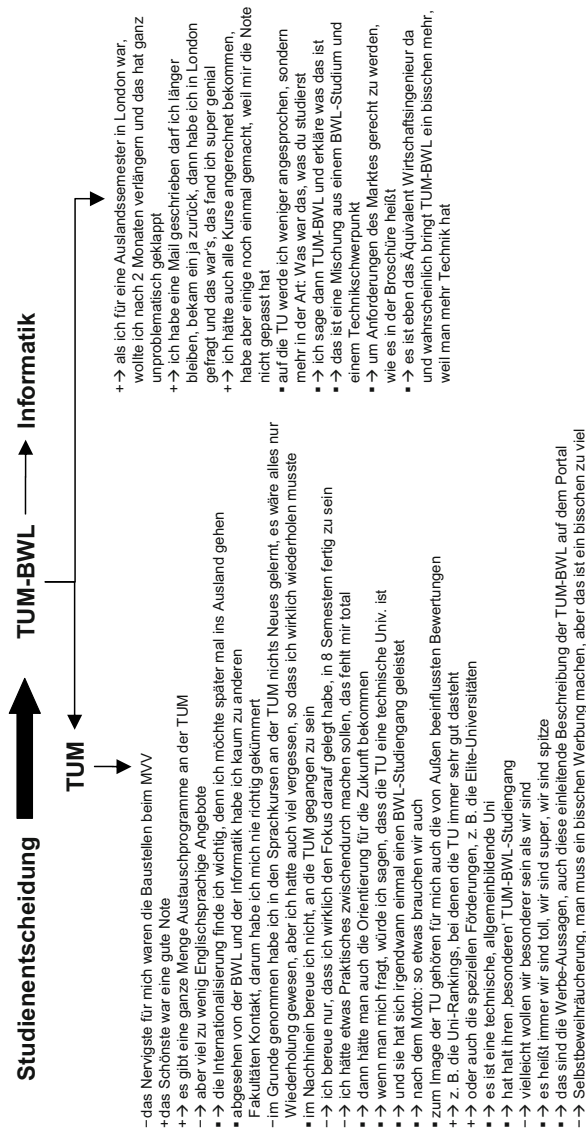
Anhang 1 Cognitive Maps der TUM-BWL-Studenten, Seite 13 (Interview 6)



Anhang 1 Cognitive Maps der TUM-BWL-Studenten, Seite 14 (Interview 7)



Anhang 1 Cognitive Maps der TUM-BWL-Studenten, Seite 15 (Interview 7)



Anhang 1 Cognitive Maps der TUM-BWL-Studenten, Seite 16 (Interview 8)

Studienentscheidung



TUM → TUM-BWL →

MaschBau

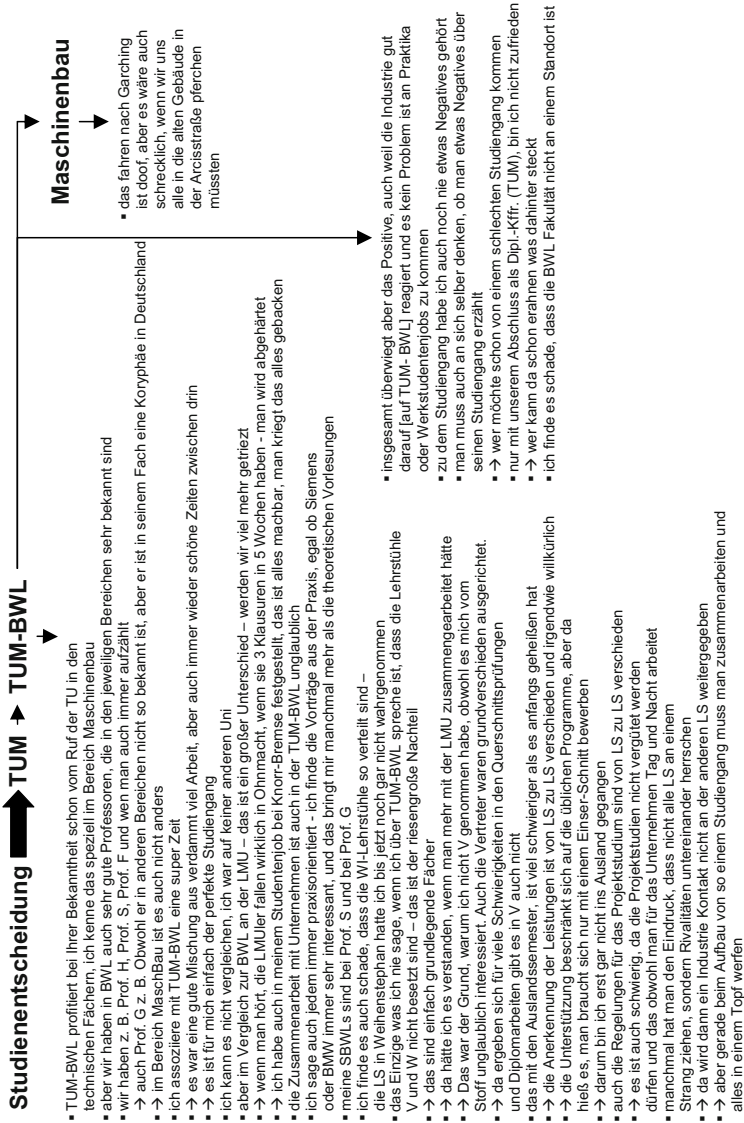
- ab der 8. Klasse war klar ich mach BWL und 13/1 war geklärt, wo ich hingehen will
 - der erste Kontakt kam über unseren Studienberater an der Schule zustande, an den wurde von Uni Informationsmaterial geschickt und das hat er mir dann gegeben, weil er dachte, das wäre etwas für mich
 - ich mochte Technik immer schon ganz gerne und Wirtschaft auch, da meinte er, dass die TU München und die TUM-BWL doch was für mich sein könnte
 - +dann hab ich es mir angeschaut und fand es in dieser Kombination super
 - +BWL war klar, aber mit der Kombination mit Technik ist es noch besser
 - MaschBau allein wäre nichts für mich gewesen, so tief in die Mathematik und die Technik einzustiegen, das wäre es nicht gewesen
 - ich habe mich auch für BWL bei der ZVS angemeldet
 - das war eher mein Nothangel, denn mit 600 Studenten an der LMU anzufangen...
 - ich hatte diese Informationsbrochure, da hieß es 150 Studenten und mein Betreuer sagte damals er hätte nur Gutes (über TUM-BWL) gehört
 - mein Vater hat schon an der TU, am LS für Thermodynamik seinen Doktor gemacht
 - daher wusste ich nur es gibt die TU, es gibt also 2 Unis in München, die LMU und die TU
 - um an die TU zu kommen war für mich hauptsächlich der Studiengang ausschlaggebend
 - weil er so auch nicht wo anders angeboten wird
 - und auch, dass es als Diplomstudiengang angeboten wird, sonst ginge z. B. auch St. Gallen, aber die machen ja nur noch Bachelor
 - finde es auch schön dass es ein ziemlich kleiner Kreis ist
 - dass es wenig Leute sind, war auch sehr Ausschlag gebend
 - ich dachte auch dass man durch diese Kombination später mal gute berufliche Chancen hat
 - es ist ein neuer Studiengang, was mir sehr gut gefällt
 - FH Stand für mich nie zur Debatte
 - BWL an der FH hatte nicht so den riesen Ruf
 - im Nachhinein bin ich froh, dass ich nicht einmal daran gedacht habe, denn man hat nicht so den guten Ruf als BWLER von der FH
 - ich wollte Diplom machen, das war so geprägt vom klein auf
 - ich glaube das war auch viel von zu Hause, es war klar du machst dein Abi, du machst dein Diplom und dann arbeitest du
 - BWLER haben es generell schwer, denn wir sind unheimlich viele auf dem Markt und wenn du dann nur FH hast...
 - als BWLER was kann man da schon praktisch viel machen, das meiste ist Auswendiglernen
 - für Maschinenbau hätte ich mir die FH auf alle Fälle überlegt, da macht die praktische Ausrichtung mehr Sinn
 - → FH für BWL wäre für mich nichts gewesen, da hatte ich von Anfang an eine Abneigung dagegen, ich weiß nicht
-
- im Maschinenbau hat die TU einen sehr guten Ruf
 - zu sagen man studiert an der TU, kommt schon gut an
 - die TU hat sehr gute Professoren
 - +Professoren arbeiten viel mit Unternehmen zusammen - BMW ist z. B. sehr viel an der TU vertreten
 - ich denke das liegt auch sehr an den Professoren, weil die bekannt sind - okay
 - an der LMU gibt es auch bekannte Profs - Prof. C, Prof. D und so
 - ich studiere lieber an der TU als an der LMU
 - und damals als ich die Entscheidung getroffen hab - TU oder LMU, hätte ich mich auch für die TU entschieden wenn es reines BWL gewesen wäre, ich weiß nicht warum
 - mit der TU assoziiere ich das Gebäude mitten in der Stadt
 - ohne es erklären zu können, habe ich eine sehr positive Einstellung gegenüber der TU
 - vielleicht weil es die kleinere Uni ist (im Vergleich zu LMU)
 - er [Prof. Herrmann] fördert die kleineren Gruppen
 - deshalb fände ich es auch sehr schade, wenn man alles zusammenlegt - alles würde nur größer und die Spezialisierung der TU ginge verloren
 - ich finde Prof. Herrmann repräsentiert die TU gut, weil er nicht nur in einer theoretischen Welt schwelbt, sondern auch viel nach Außen kommuniziert und auch die Kontakte zu Firmen hat
 - weil wir die IKOM haben und allgemein sehr viel getan wird um mit der Industrie zusammen zu arbeiten
 - er [Prof. Herrmann] hat auch ein gepflegtes Äußeres und hat gute Vorschläge z. B. bei den Studiengebühren
 - Die TU hat einfach einen guten Ruf, ich habe bis jetzt nur positive Reaktionen erlebt, wenn ich erzählt habe, dass ich an der TU studiere.
 - die TU hat in meinen Augen das Image einer kleinen Uni, die sehr darauf bedacht Mühe geben, kleine Gruppen haben und weltoffen und belastbar sind
 - ist gute Studenten am Ende raus zu bringen, die im Leben weiter kommen, die sich vielleicht auch ein bisschen elitär, ich verstehe elitär eigtl. nicht negativ
 - für mich steht der Begriff Reputation immer mit Universität und Profs usw. im Zusammenhang, nicht mit Unternehmen

Anhang 1 Cognitive Maps der TUM-BWL-Studenten, Seite 17 (Interview 8)

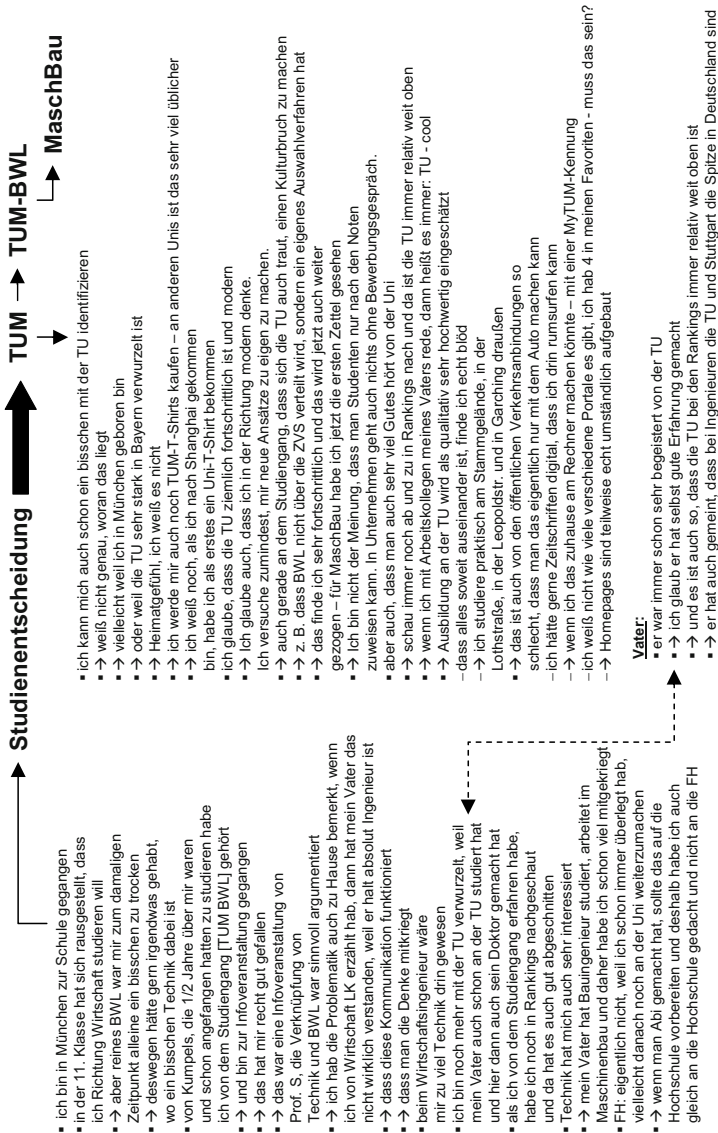
Studienentscheidung \rightarrow TUM \rightarrow TUM-BWL

- wenn mich jemand fragt, was ich studiere, sage ich immer BWL mit MaschBau, das ist schon mal das Leichteste, darunter kann sich jeder etwas vorstellen
- \rightarrow bei Technologie- und Managementorientierter BWL steigt jeder aus -, TUM-BWL - kennt auch nur selten jemand
- meistens sage ich es ist ein 100% BWL-Studium plus zusätzlich MaschBau, damit man an Schnittstellen arbeiten kann
- \rightarrow dann erzähle ich, was für mich daran besonders ist: z. B. die kleinen Gruppen
- \rightarrow wenn ich höre, dass in den nächsten Semestern wirklich 400-500 Leute kommen, dann ist das nicht mehr TUM-BWL
- ich finde es eine Schnaps-Idee, jetzt mehr zuzulassen, vor allem wenn man das als super Studiengang und Elite usw. verstehen will
- \rightarrow man hat sich so schnell kennen gelernt – in den ersten 2 bis 3 Wochen – man lernt so viele unterschiedliche Gruppen und Leute kennen, weil es so klein ist
- \rightarrow eine Freundin studiert VWL an der LMU und die kriegen keinen Kontakt
- + mir gefällt es auch, dass man zum Prof. relativ schnell Kontakt bekommt
- \rightarrow die [Prof.] kennen dann auch schnell die Namen - in der SBWL besonders
- \rightarrow Das ist einfach persönlicher, das wollte ich schon immer. Ich will nie eine Nummer sein.
- \rightarrow da kann man auch besser mit dem Prof. reden, wenn man ein Problem hat
- ich weiß, nicht, was bei unserem Jahrgang [JG] anders ist
- \rightarrow der Jahrgang vor uns war ja der Pionier-JG, die haben auch sehr zusammen gehalten, die mussten viel studentfreundlicher machen
- \rightarrow wir waren die Nachfolgenden, da war auch nicht alles so sicher, daraus haben sich viele Freundschaften entwickelt, die auch über das Studium hinaus halten
- der JG nach uns war auch noch okay
- jetzt setzt sich dieser Elite-Gedanke so sehr durch, das ist denen sehr wichtig
- Ellenbogen Gesellschaft - zwei JG unter uns, die fangen so richtig mit Ellenbogen an
- \rightarrow das finde ich so schade, weil dieses Zusammenhörigkeitsgefühl, dieses, wir waren TUM-BWler und stolz darauf, geht verloren
- wir waren noch Pioniere, das war noch nicht der feste Studiengang, man wusste nicht was wirklich auf einen zukommt und um das zu mögen, braucht man eine andere Einstellung
- es wurde auch von der ersten Stunde eingetrichtert, dass es etwas Besonderes ist TUM-BWler zu sein
- das kam auch durch das Auswahlverfahren \rightarrow man hatte das Gefühl es haben sich 1000 Leute beworben und 150 wurden genommen, das war ein schönes Gefühl
- auf dem Kennlern-Wochenende hat sich ein Zusammenhörigkeitsgefühl entwickelt, das war irre, wir hatten richtig Spaß und haben Kennlern-Spielen gemacht und der erste Jahrgang hat das für uns organisiert
- ich finde den Gedanken gut, nicht nur auf die Noten zu schauen, sondern zu schauen ob die Leute in diesen Studiengang passen
- so sind unglaublich gute Gruppe entstanden, die unter uns spalten sich in viele kleine Einzel-Gruppen
- meiner Meinung nach sollte man die Leute mit 1,0-Abi trotzdem prüfen, denn es geht nicht darum, ob man super gut auswendig lernen kann, sondern ob man in die Gruppe passt, mit der man dann etwas auf die Beine stellt – wie z. B. der TUM-BWL-Verein
- für die jüngeren Semesterj sind die Noten unglaublich wichtig, das ist vielleicht über's Ziel hinausgeschossen
- \rightarrow wir wollten ja schon, dass dieser Elite-Gedanke nach außen präsentiert wird und wir sind ja auch in den Rankings sehr gut, aber vielleicht ist das die negative Seite davon
- \rightarrow in einem Interview hat Prof. F es schon sehr betont, wie besonders dieser Studiengang ist
- \rightarrow dann haben sie diesen Elite-Studiengang mit Augsburg aufgesetzt
- \rightarrow ich glaube dass jeder Prof. die Gelegenheit nutzt, in die Welt zu schreien, wie toll TUM-BWL ist
- \rightarrow aber auch wir werden unseren Teil zum Ruf des Studiengangs beitragen, wenn wir erzählen, wie toll alles ist.
- Aus meinem Semester kenne ich nur ganz wenige, die nicht irgendwie weitergeben würden, wie toll das Ganze ist – auch wenn es hier und da mal nicht der Hit war. Man macht schon selbst Werbung.
- \rightarrow wir machen auch immer mehr Praktika, so wird der Studiengang in der Industrie auch bekannter
- das ist gut, aber im Moment läuft es vom Menschlichen ein bisschen in die falsche Richtung

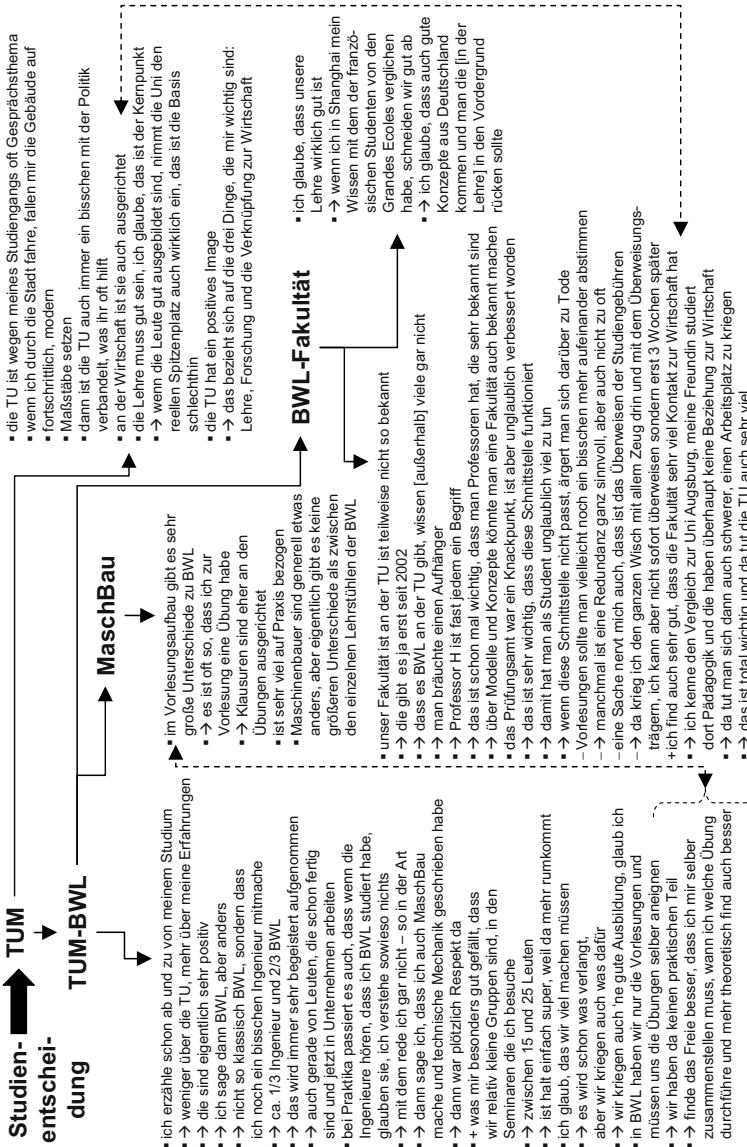
Anhang 1 Cognitive Maps der TUM-BWL-Studenten, Seite 18 (Interview 8)



Anhang 1 Cognitive Maps der TUM-BWL-Studenten, Seite 19 (Interview 9)



Anhang 1 Cognitive Maps der TUM-BWL-Studenten, Seite 20 (Interview 9)



Anhang 1 Cognitive Maps der TUM-BWL-Studenten, Seite 21 (Interview 10)

↑
Studienentscheidung
↓

- ich wollte BWL oder Jura studieren
- [Jura und BWL] sind einfach Fächer die mir liegen, die mir Spaß machen
- mein Bruder hat mich eigentlich auf das TUM-BWL gebracht
- [mein Bruder] hat an der LMU Wirtschaftsgeographie studiert, er hatte Bekannte, die selbst TUM-BWL studiert haben
- meine 2. Wahl wäre Jura an der LMU gewesen
- München ist eine schöne Stadt und wo man Jura studiert ist eigentlich egal
- also ich habe mich noch nicht so intensiv damit befasst
- + → da kamst du näher zum Heimatort
- in München ist die Uni größer
- die Größe der Uni ist mir egal
- je größer die Uni ist, desto größer sind auch die Dienstleistungen, die außen um die Uni sind – Cafeteria z. B.
- die [Cafeteria] ist bei uns eine Katastrophe
- die FH hat nur kurzzeitig für mich eine Rolle gespielt, wegen des Praxisbezugs
- aber ich habe mich für die Uni entschieden, weil Uni eben doch noch mehr zählt als FH
- an der Uni lernt man bessere Sachen und mehr Sachen
- die Themen gehen tiefer und decken ein breiteres Spektrum ab
- ich hat mich auch noch in Passau geworben für Jura und BWL, die hätten mich auch genommen, aber da wäre mir München jetzt lieber gewesen

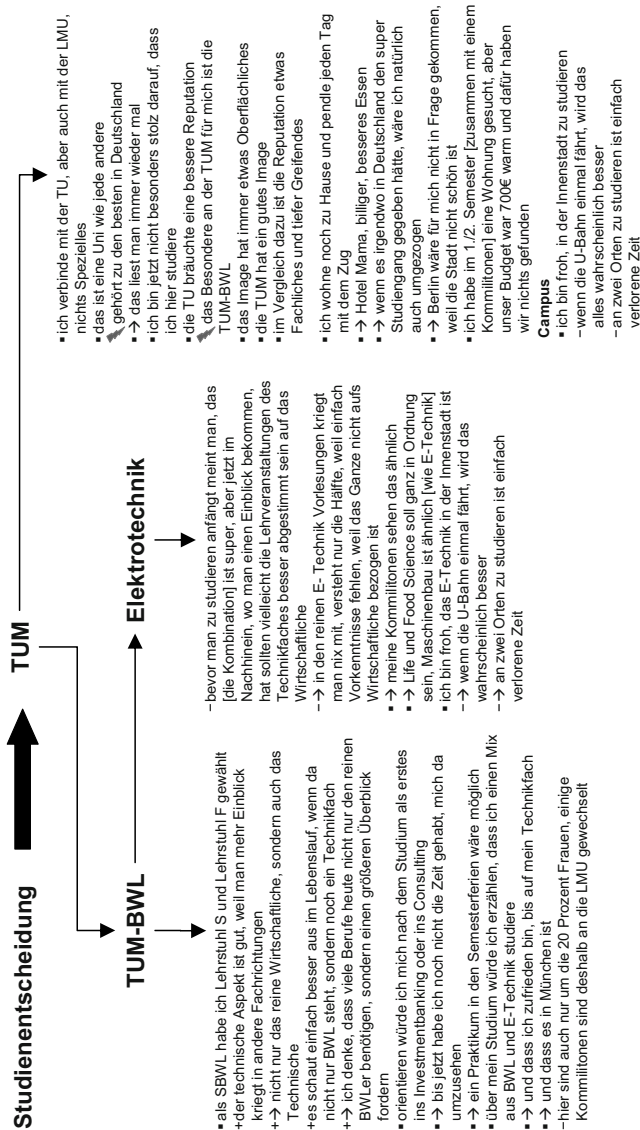
↑
TUM
↓

- man bräuhete bessere Professoren, mehr im Stil von Prof. H
- Prof. H wirkt irgendwie sehr autoritär, wissend und kompetent
- man bräuhete bessere Lehrveranstaltungen
- in kleineren Gruppen, 15 bis 20 wäre schön
- besser auf die Studenten eingehen
- mit höherem Praxisbezug
- mehr mit Case Studies arbeiten
- Professoren sollten sich mehr als Dienstleister sehen, z. B. wenn man das persönliche Gespräch sucht
- manche wissenschaftliche Informationen bekomme ich lieber vom Prof. gesagt
- ich wollte mal ein Attest abgeben und weder das Studentenservicecenter noch das Sekretariat wussten, wo ich das abgeben muss. Dann hat das Sekretariat das Attest behalten, mir eine Kopie gegeben und gesagt, ich solle mich wieder melden, wenn ich Melaspunkte bekommen hätte.
- unsere Notenverwaltung gibt es erst seit 2 Semestern, die brauchen einfach eine Weile, um sich rein zu arbeiten
- die Größe der Internationalität ist wichtig
- man liest immer, die TU München ist international, aber davon merkt man im Studiengang selber wenig
- wenn man ins Ausland will, werden einem lauter Steine in den Weg gelegt
- die Unterstützung ist relativ gering
- es sind einfach die ganzen Formalitäten
- Informationen muss man sich aus dem Internet holen, es gibt nicht genug Personen, die jemanden beraten
- Elite wäre für mich, wenn man unter den Studenten in Deutschland heraus sticht, mir fällt jetzt überhaupt nicht ein, warum wir besser sein sollten als die LMUler

↑
TUM-BWL
↓

↑
Elektrotechnik

Anhang 1 Cognitive Maps der TUM-BWL-Studenten, Seite 22 (Interview 10)



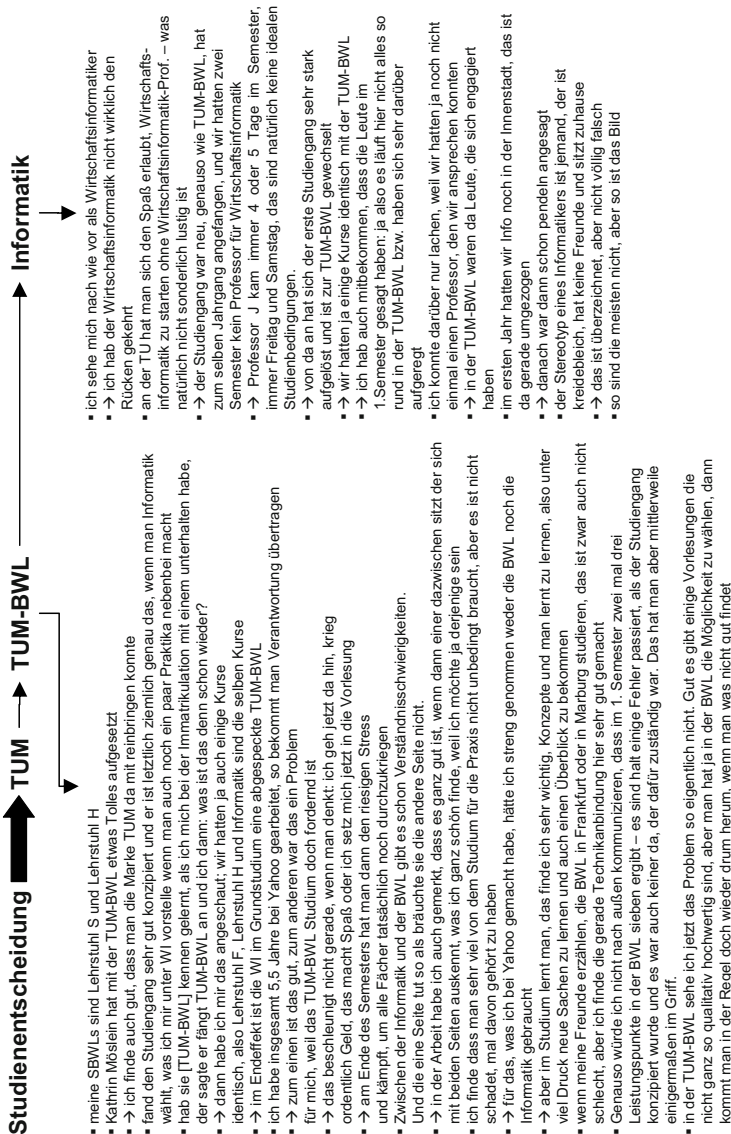
Anhang 1 Cognitive Maps der TUM-BWL-Studenten, Seite 23 (Interview 11)

Studienentscheidung

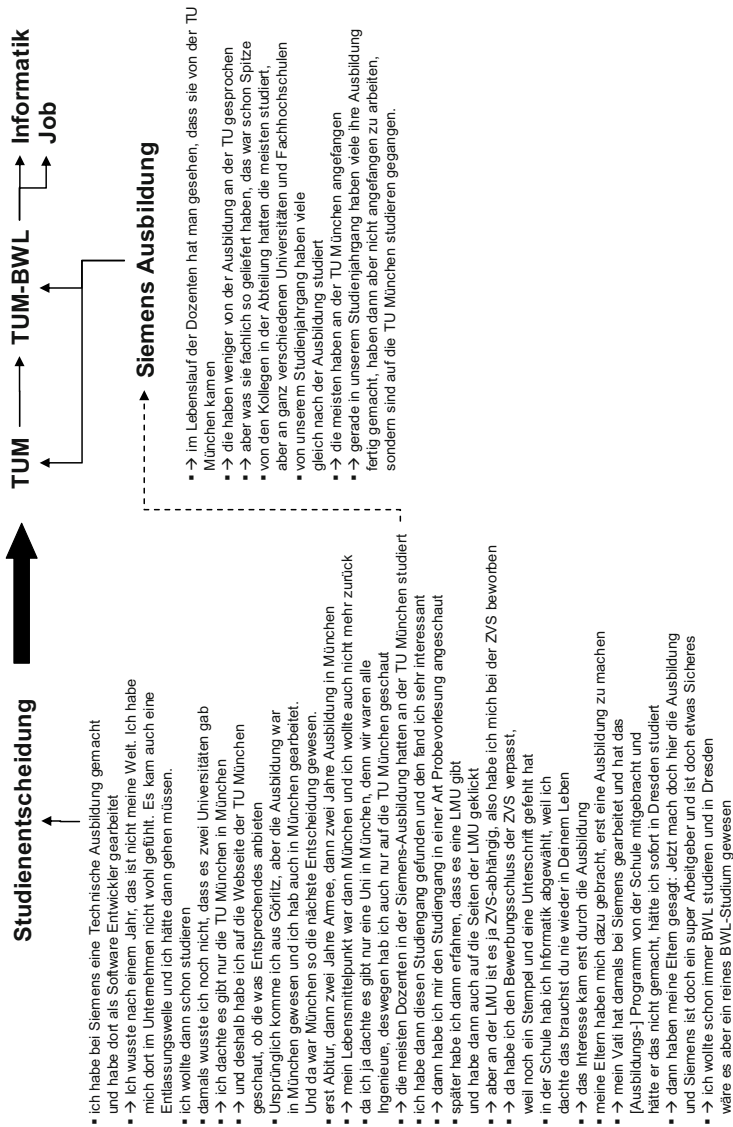


- ich habe nach 2 Sem. Wirtschaftsinformatik gewechselt
- ich war vorher 1 Jahr als Trainee Produktmanager bei Yahoo und habes Kino und TV betreut hier in München
- ich wollte dann nicht wieder weg von München
- An der TU gab es eben die Wirtschafts-informatik und an der LMU die Medien-informatik. Ich hätte beides bekommen und hab mich dann für die Wirtschaftsinformatik entschieden.
- ich war in Westerland (Rheinland-Platz) auf dem Gymnasium
- um deutsche Unis hatte ich mich damals gar nicht gekümmert, denn ich wollte das Trainee-ship machen und dann im Ausland studieren
- ursprünglich wollte ich nach England gehen
- meine Lks waren Mathe, Französisch und Sozialkunde
- ich wollte ja nicht an die FH, da hätte es WI auch noch gegeben
- die LMU hatte es zu diesem Zeitpunkt noch nicht gehabt
- ich wollte einfach kein FH Studium
- wollte nicht in Klammern FH sondern ein reguläres Unistudium machen und danach evtl. promovieren und von daher war es mir wichtig ein reguläres Hochschulstudium zu haben
- mir war von vorneherein klar, ich mache etwas mit Informatik
- nur Informatik allein war mir dann doch auch zu langweilig, ich mag nicht nur derjenige sein, der irgendwo in der Ecke sitzt, kreidebleich ist und irgendwas programmiert
- deshalb hab ich nach einer Verbindung gesucht und bin auf die BWL gestoßen
- wenn man sich mit TUMingen unterhält, wie es so schön heißt, dann sind sich insbesondere in der Informatik alle sehr bewusst, dass die TU den besten Ruf für Informatik letztendlich hat
- auch dass das in sämtlichen Rankings immer wieder bestätigt wird
- das merkt man auch in der Ausbildung in der Informatik, wird das wirklich sehr gut gemacht und es fallen einem wenige Sachen ein, die man noch verbessern sollte, wenn man die Kurse anschaut
- TUM-BWL an sich, da ist mehr die Reaktion: ach, es gibt auch BWL an der TU? Und wenn ich das dann erklärt habe was ich so gemacht habe, heißt es dann: ach so, effektiv Wirtschaftsinformatik, was in meinem Fall stimmt und mir die Marke TUM strahlt sicher darauf ab.
- ich finde dass die TU dafür steht, dass sie ja recht innovativ ist, bei Forschungsgebieten ganz nah dabei ist und so den Anspruch hat, das Beste zu machen was man in Dtl. findet
- wenn man jetzt so die Studiengänge vergleicht: man ist bei der TUM-BWL sehr stolz, dass man das Projektstudium drin hat, was andere Studiengänge nicht haben, dass man die Technikintegration drin hat usw., also dass man sehr gezielt versucht einzigartig zu sein und ein Alleinstellungsmerkmal in seinen Studienfächern zu haben
- in der Informatik fällt es mir besonders auf, weil man da richtig lebt, irgendwie die Besten zu sein
- also zumindest wird es so kommuniziert und auch wahrgenommen
- ich habe mich wegen einer Promotion unterhalten und einige sind ganz gezielt zur TU gekommen, weil sie einfach den besten Ruf für Informatik hat
- meinen Zuhörern würde ich die TU sehr stark empfehlen, insbesondere für die Technikfächer und die TUM-BWL, weil ich es an und für sich sehr gelungen finde
- den integrativen Ansatz finde ich sehr wichtig [vgl. dazu den Themenkreis TUM-BWL]
- wenn man nicht einmal eriebt hat, wie Techniker so denken und arbeiten, kommt es zu extremen Verständigungsschwierigkeiten
- was ich z. B. auch sehr gut finde, ist der Münchner Business Plan Wettbewerb und halt die Sachen, die die Unternehmer TUM macht, wo man ja auch wieder schön das „TUM“ reingebracht hat
- ich habe da ein Projekt mit einem Brau-Ing. und einem Mathematiker gemacht. Man merkt, dass es in den Technikfächern oft das Denken total fehlt, dass ein Unternehmen auch einen Markt bedienen muss.
- also schämen tu ich mich nicht für die TUM, sonst würde ich hier nicht studieren und wäre auch gegangen
- es arbeiten überall nur Menschen und seine kleinen Fehler zu haben, hat auch seinen Charme und es ist einfach nur natürlich
- was ich nicht erzählen würde, ist dass man in der Informatik in der BWL die gleichen LVs im Bachelor und im Master hat, also in W und N
- finde, dass die TU ein sehr innovatives Image hat, recht viele Sachen neu macht und auch ein sehr gutes Image hat hinsichtlich der Qualität und dem was gemacht wird
- [Mensa] ich habe in meinem ganzen Studium vielleicht nur 20 mal dort gegessen und es gemieden, wo es nur geht
- im FMI-Gebäude gibt es die kleine Cafeteria, die wirklich noch gutes Essen hat und Mensa finde ich gerade so noch erträglich

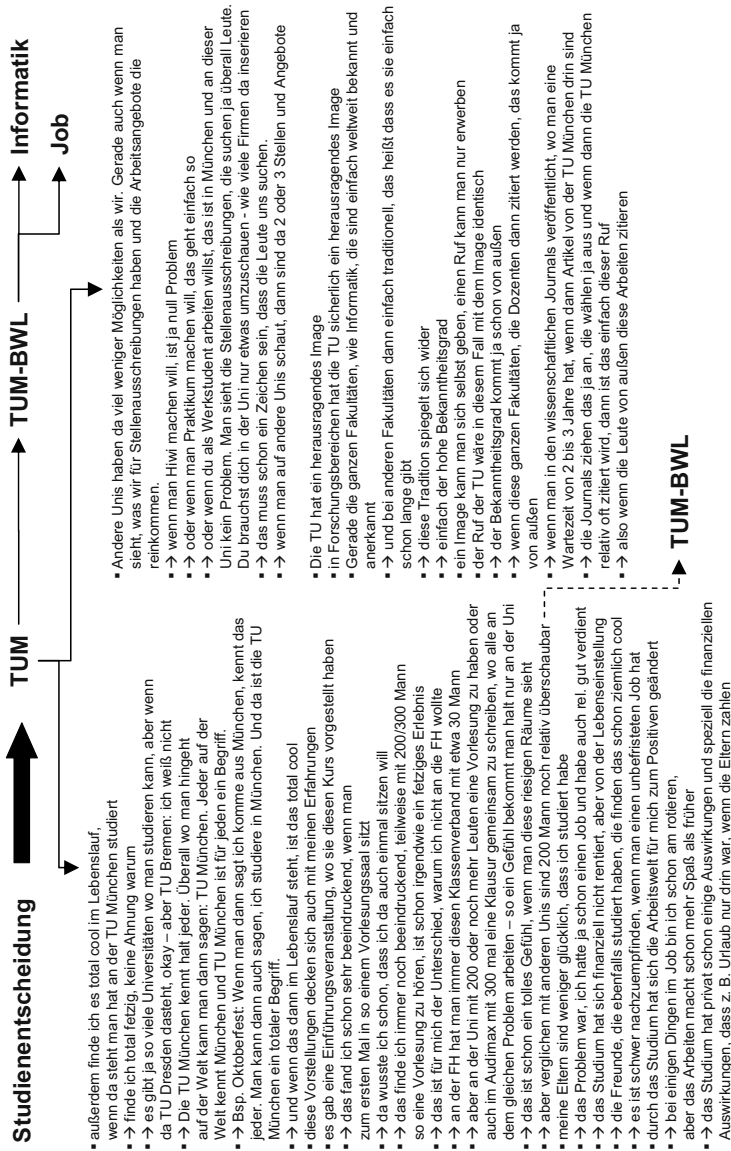
Anhang 1 Cognitive Maps der TUM-BWL-Studenten, Seite 24 (Interview 11)



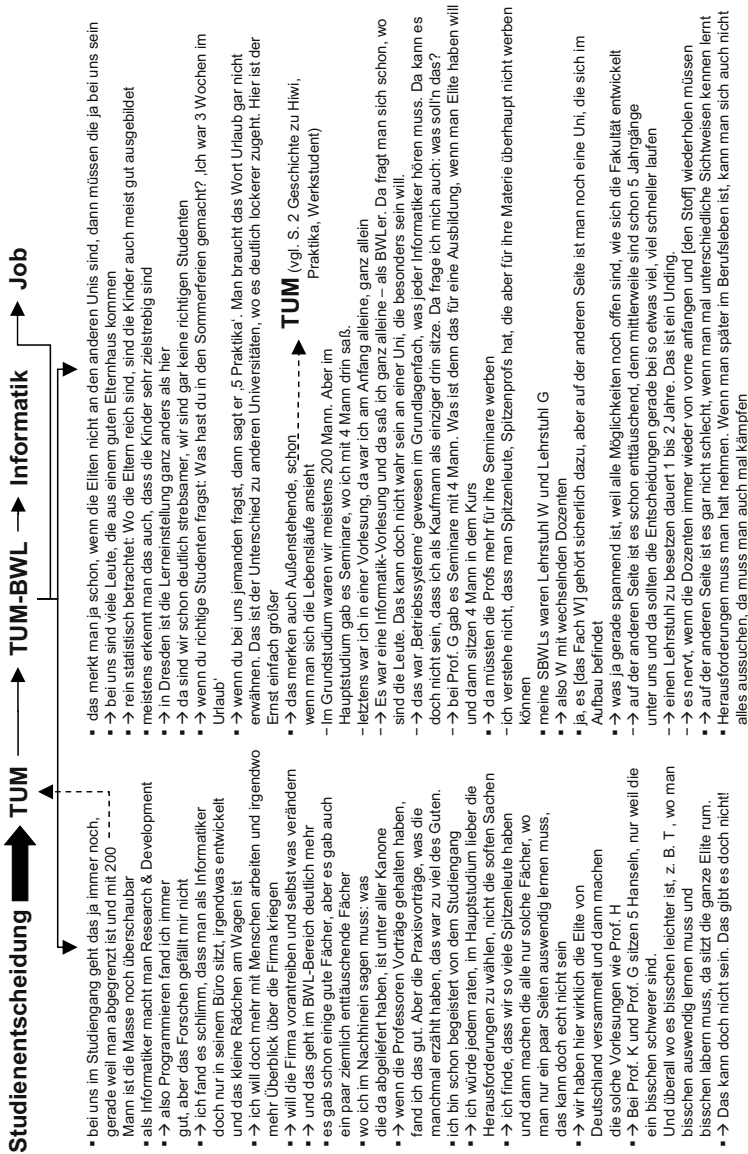
Anhang 1 Cognitive Maps der TUM-BWL-Studenten, Seite 25 (Interview 12)



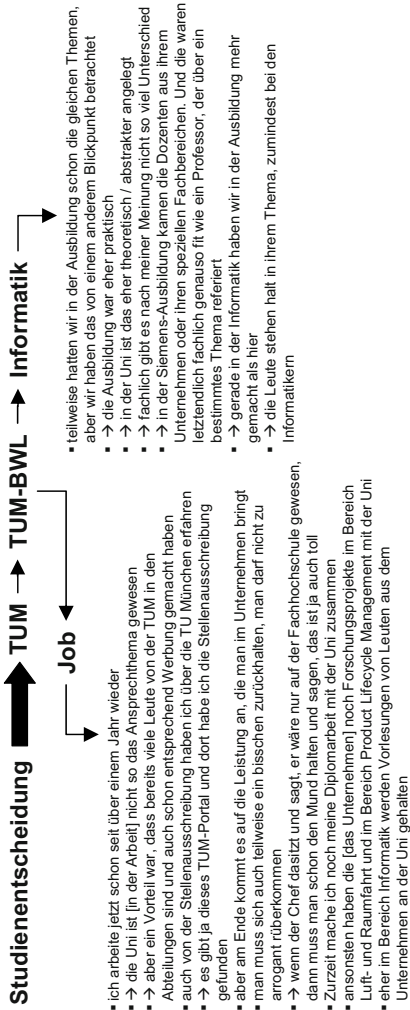
Anhang 1 Cognitive Maps der TUM-BWL-Studenten, Seite 26 (Interview 12)



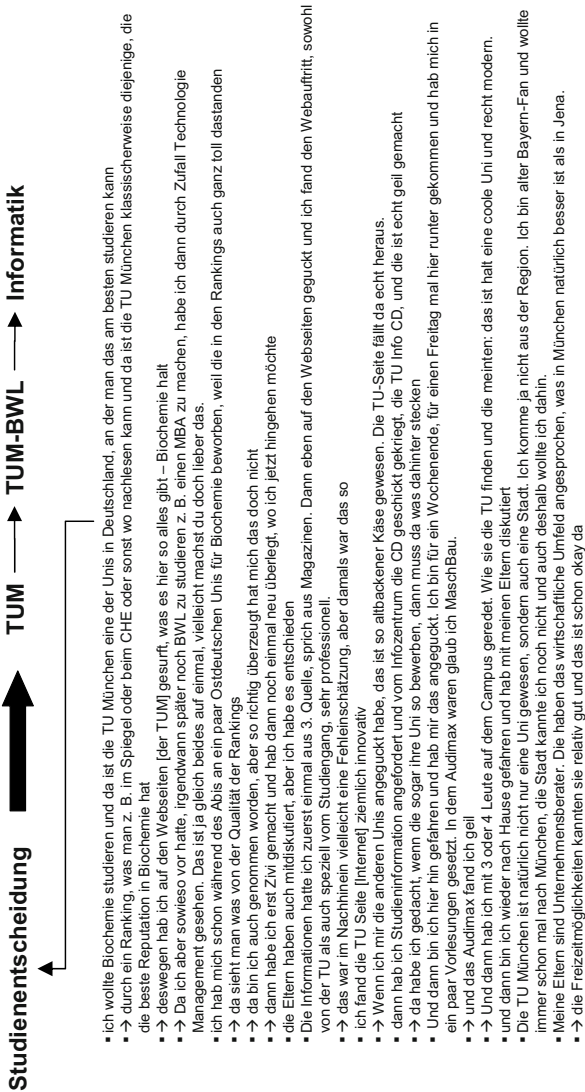
Anhang 1 Cognitive Maps der TUM-BWL-Studenten, Seite 27 (Interview 12)



Anhang 1 Cognitive Maps der TUM-BWL-Studenten, Seite 28 (Interview 12)



Anhang 1 Cognitive Maps der TUM-BWL-Studenten, Seite 29 (Interview 13)



Anhang 1 Cognitive Maps der TUM-BWL-Studenten, Seite 30 (Interview 13)

Studienentscheidung

TUM

TUM-BWL

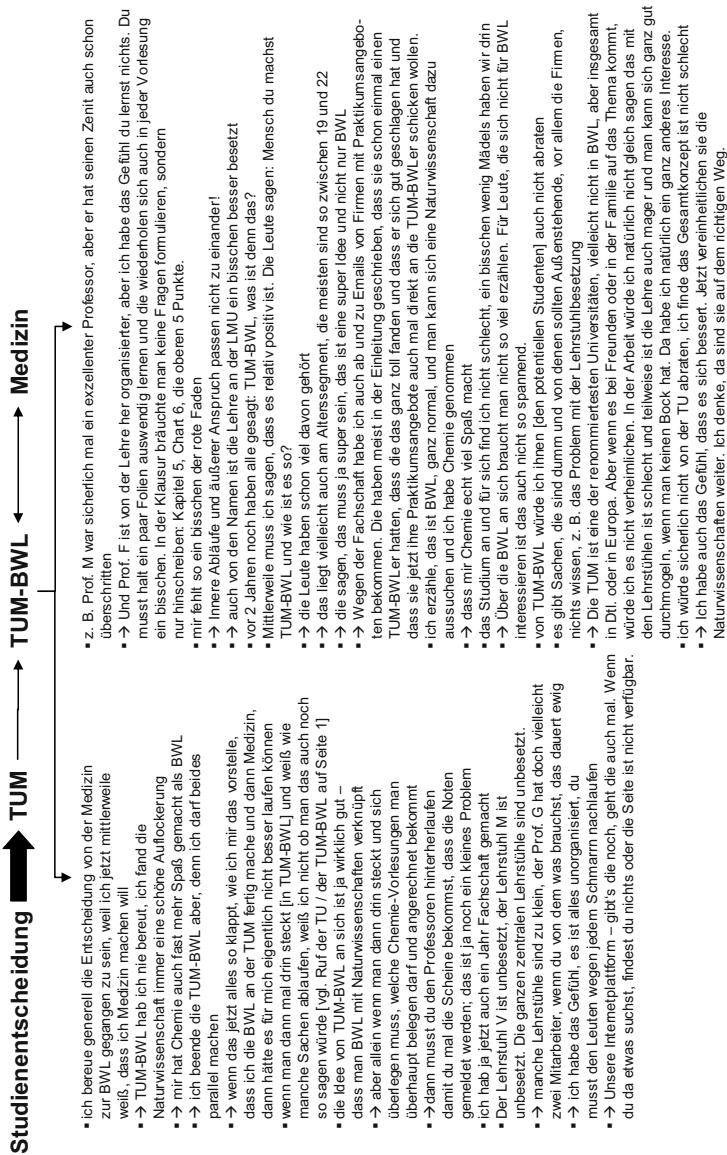


- ich fand den Webauftritt, muss ich sagen, sowohl von der TU als auch speziell vom Studiengang sehr professionell
- ich fand die TU Seite (Internet) ziemlich innovativ
- wenn ich mit den ganzen anderen Unis mir das angeguckt hab, das ist so Altbäckerei Käse gewesen, und die TU Seite fällt da echt raus
- die TU ist in der Realität denke ich schon ein bisschen so, wie sie sich gegeben hat, also nach außen hin
- verglichen mit anderen staatlichen Universitäten finde ich die TU relativ modern
- wenn ich es mit der LMU vergleiche, die ist noch behäbiger oder noch bürokratischer
- das geht mit einem Herrmann als Rektor eigentlich ziemlich gut
- ich glaube es hängt viel an ihm auch
- Er ist wirklich ungewöhnlich für einen Rektor, ich glaub er hat's auch nicht immer leicht in der TU selber. Aber da er einen exzellenten fachlichen Hintergrund hat, der ist ja Chemiker mit hohen Auszeichnungen, ist er auch bei den Professoren akzeptiert, ist aber nach Außen hin ganz anders. Da ist er eher so einer auf Politiker und Showmaker macht und Statements abgibt. Und das ist halt das, was nach Außen hin dann strahlt.
- sofern ist es eigentlich ne recht gute Kombination
- Auch was die ganzen Sachen in Garching anbetrifft und immovative Studiengänge und so was. Das, finde ich, zeichnet die TU aus.
- TU find ich schon eigentlich ganz cool, hat halt nur den Makel, dass es eine staatliche Uni ist und deshalb viele Sachen einfach langsamer gehen und hier mit der UnternehmerTUM und solche Hilfskonstruktionen gefunden werden müssen, um das was hier an Ideen steckt, verwirklichen zu können
- da hat's eine private Uni einfach leichter
- aber ist halt der Vorteil, die Reputation ist eine sehr gute von der TU
- International leider nicht. Das hat keine deutsche Uni.
- das ist auch das [die gute Reputation] was ich vorher gesehen habe und was sich bestätigt
- ist ein cooles Konzept
- so einzigartig, wie ich dachte, ist es am Ende gar nicht
- es gibt schon andere, die ähnlich sind, das hab ich nicht gesehen
- mit der Kombination Chemie ist man aber relativ einzigartig muss ich sagen
- Es gibt zwar Wirtschaftsinformatiker inzwischen, aber das ist ja andersrum. Ja, das gibt es in Düsseldorf, in Münster, in Kiel. Ich hab erst vor einer Woche mit einer gesprochen die studiert in Düsseldorf. Aber das ist Wirtschaftsinformatiker, d.h. der Schwerpunkt liegt auf der Naturwissenschaft mit einem bisschen BWL oben drauf.
- das ist ja bei uns anders herum
- nur die Umsetzung ist halt mit großen Tücken, ganz ehrlich
- Das du z. B. ständig raus fahren musst ist ein riesiges Manko. Das ist im Grundstudium echt total ätzend.
- Super viel Zeit geht drauf. Jetzt mit der U-Bahn wird's ja n bisschen besser. Aber das war bei uns nun mal nicht so gut.
- das ist halt ein Konzept was darauf baut, dass es eben zwei Standorte sind und das ist halt schon mal schwierig
- zu zum einen ist es so, dass es zwei völlig unterschiedliche Philosophien sind, die nicht aufeinander abgestimmt sind
- Die BWL sprechen nicht mit den Technikern und anders herum. Das ist die Sache die du später auch in der Realität hast.
- die Verzahnung findet nicht mit den Integrationsfächern statt – tolle Idee – sondern nur in deinem Kopf, wenn überhaupt
- und das ist nun nicht wirklich weit gedacht
- da müsste eigentlich eine bessere Zusammenarbeit sein, alle müssten an einem Strang ziehen und Vorlesungen anbieten, die speziell für uns sind, wie Technologiemanagement, Chemie und BWL
- Wo haben wir denn mal besprochen, was gerade die BWL Probleme der chemischen Industrie sind? Am Rande irgendwo, aber das ist nicht optimal, gar nicht.
- ich wüsste ehrlich gesagt auch gar nicht wie man es anders machen sollte, weil das sind eben einfach zwei Welten. Es ist ne staatliche Uni, da gibt's ihre Professoren, die denken nun mal in ihren Schulstunden. Das kann nur durch Persönlichkeit wie Prof. L, gelöst werden, indem die sich da selber einsetzen und sagen: ich biete Sachen an, die genau das bieten. Na gut, aber so jemand wird dann aber auch aufgerufen an einer staatlichen Uni.
- ich finde es nach wie vor ein cooles Konzept. Ich finde auch das gute Ansätze da sind, wir auch zum Teil gute Professoren und Vorlesungen haben. Aber das was nach außen so professionell vorgetragen wird, dass in sich wirklich ein geschlossenes Konzept ist, dass stimmt halt nicht.

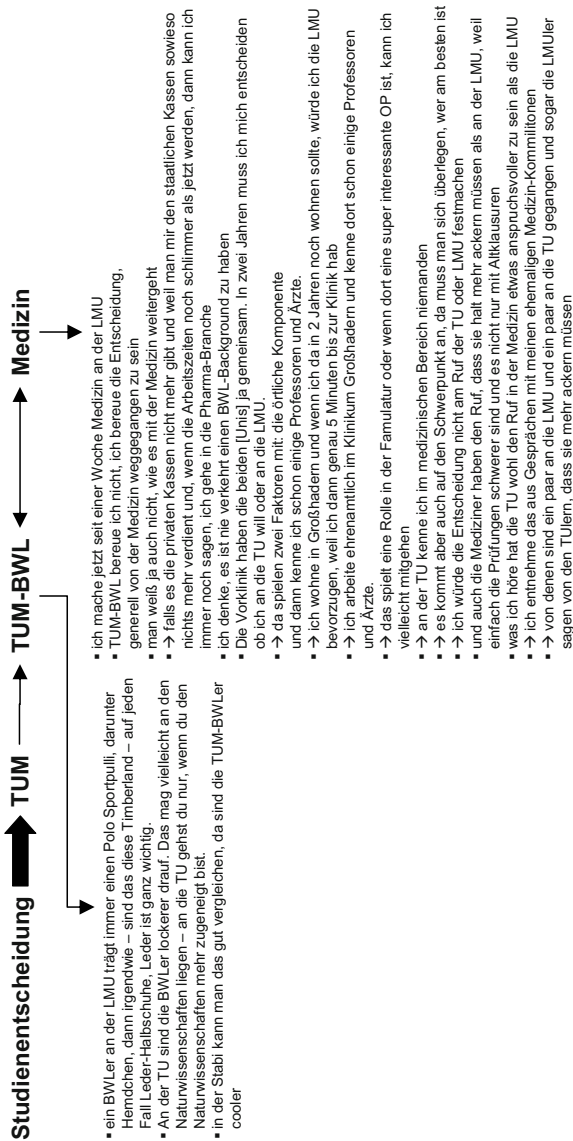
Anhang 1 Cognitive Maps der TUM-BWL-Studenten, Seite 31 (Interview 14)

- ich wusste nach dem Abitur nicht so richtig, ob ich in die BWL-Richtung gehen soll oder eher eine Naturwissenschaft studieren soll. Da hab ich an der LMU Medizin angefangen und wollte das aber nicht fortführen.
- Ich hab dann von einem Freund gehört, der eben TUM-BWL studiert, dass es da BWL mit einer Naturwissenschaft in Verbindung gibt. Das fand ich dann ganz geil, weil ich ja genau zwischen diesen beiden Stufen saß. Dann hab ich mir das mal angehört und bin dann da hin gegangen.
- dann [Freund] hat TUM-BWL studiert, der hat zwar dann aufgehört und ist dann an die LMU gegangen, weil er gesagt hat TUM-BWL fände er nicht so toll, aber er hat mich aber trotzdem dazu bewegt, TUM-BWL anzufangen
- Er hat mich überhaupt erst auf diese Kombination aus Naturwissenschaft und BWL aufmerksam gemacht, davon wusste ich ja überhaupt nix. Ich hab ja vor drei Jahren angefangen, da war TUM-BWL ja noch nicht so populär.
- mittlerweile kennen es die Leute ja schon
- er [Freund] fand es ganz lustig, konnte mir aber nicht wirklich was darüber sagen
- ich hab mich im Internet ein bisschen darüber schlau gemacht
- ich habe mir eigentlich nicht so viele Gedanken gemacht
- ich will eigentlich nicht in die Forschung oder Entwicklung gehen, sondern will mehr in den operativen Bereich gehen
- Im Wirtschaftsingenieur war mir einerseits zu wenig BWL und andererseits war es so, dass man im WI-Ing. aus jeder Naturwissenschaft ein bisschen hört. Das hat mich nie gereizt, da fand ich in TUM-BWL das festlegen auf eine Naturwissenschaft besser.
- im Nachhinein muss man sagen, das wir da doch rei. viel mitgenommen haben.
- mich hätte es nicht gestört aus München wegzugehen, aber TUM-BWL gibt's nur an der TUM in München
- ich glaube auch nicht, dass es damals etwas Vergleichbares gab
- ich glaube es ist immer leichter den Ruf von etwas als Externer wiederzugeben
- der Ruf ist halt, dass die TUM in den Naturwissenschaften top ist
- TUM-BWL scheint angeblich auch im Kommen zu sein. Die Leute behaupten es sei eine tolle Sache. Wenn man drin steckt und sieht, wie die Sachen ablaufen, weiß ich nicht, ob man das noch so sagen würde.
- ich muss sagen, dass ich über die TU vorher eigentlich nie viel wusste. Bis ich T3 war wusste ich gar nicht, dass es die TU gibt. Ich finde die nimmt man auch nicht so wahr.
- Die LMU ist gleich an der Leopoldstr. gelegen. Da gibt es hoch renommierte, alte Fakultäten.
- gerade so Sachen wie Medizin und Jura sind auch ein bisschen die Zugpferde
- Meine Mutter hat Pharmazie studiert mein Vater ist Internist. Mein Bruder studiert Informatik, da habe ich eigentlich das erste mal von der TUM gehört.
- Von der TU wusste ich nur, die haben MaschBau und sind in Garching
- ich kannte die TU nur von dem grauen, tristen Gebäude in der Innenstadt und wusste, dass sie draußen einen Atomreaktor haben, das fand ich ganz geil und viele Maschinenbauer
- ich halte Erzählungen über die TUM eigentlich immer kurz
- die TUM ist eine der renommiertesten Unis, vielleicht nicht in BWL aber insgesamt in Dtl. oder Europa
- aus einschlägigen Rankings, das kennt man – und natürlich auch wenn man sich wissenschaftliche Vorträge oder Symposien anschaut, da sieht man dann, dass es ein gehobenes Niveau ist
- ich war mit einem Freund an allen Bayerischen Universitäten, weil er unbedingt aus München weg wollte und wenn man da sagt, man kommt von der TUM – das ist einfach ein Name. Die TU kennt man in der wissenschaftlichen Welt und auch wenn man mal Zeitung liest.
- gerade für den naturwissenschaftlichen Bereich ist es eine der Top-Adressen
- Es ist ein Bild, dass sich über die Jahre formt. Man schnappt halt überall irgendetwas auf.
- Die TU ist eine Klasse Uni, muss man sagen. Das ist ein Bild von der TU, das sich über Jahre entwickelt.
- Wenn man so eine große Uni hat, die in so vielen Teilbereichen zur Spitze gehört, das ist schwierig. Wenn man nach Berlin schaut, die sind auch groß und können sich nicht so gut positionieren wie die TU.
- die haben in der Presse auch nicht die Durchschlagkraft der TU
- ich meine an der LMU kam ja jeder Idiot jeden Scheiß zu studieren. Das geht an der TU nicht, denn die bietet nur greifbare Naturwissenschaft an.
- die ist ja Keiner der Natur-Wiss. nicht wenigstens bei den Top 5 in Dtl. dabei
- TU-MaschBau soll den Ruf haben mörderisch zu sein, aber auch dass dabei super Leute rauskommen. Und so etwas trägt dann dazu bei mein Bild von der TU zu formen.
- wenn TUM-BWL vorne ist, müssen die Rankings gut sein. Rankings sind teilweise undurchschaubar
- Etwas muss aber dran sein. Wenn man ein paar Jahre und mehrere Rankings vergleicht, weil ja meistens die selben Unis in den selben Fächern vorne oder hinten sind.
- es ist für Aufsteigende auch schwierig, alle Unis in allen Bereichen zu vergleichen
- die TU hat für mich das Image eine super Uni zu sein, naturwissenschaftlich geprägt, darum laufen auch viele Leute im Karo-Hemd rum, aber sonst von der ganzen Grundstimmung positiv
- das Image ist für mich emotionaler, der Ruf beinhaltet die wissenschaftlichen Leistungen, z. B. eines Profis

Anhang 1 Cognitive Maps der TUM-BWL-Studenten, Seite 32 (Interview 14)



Anhang 1 Cognitive Maps der TUM-BWL-Studenten, Seite 33 (Interview 14)



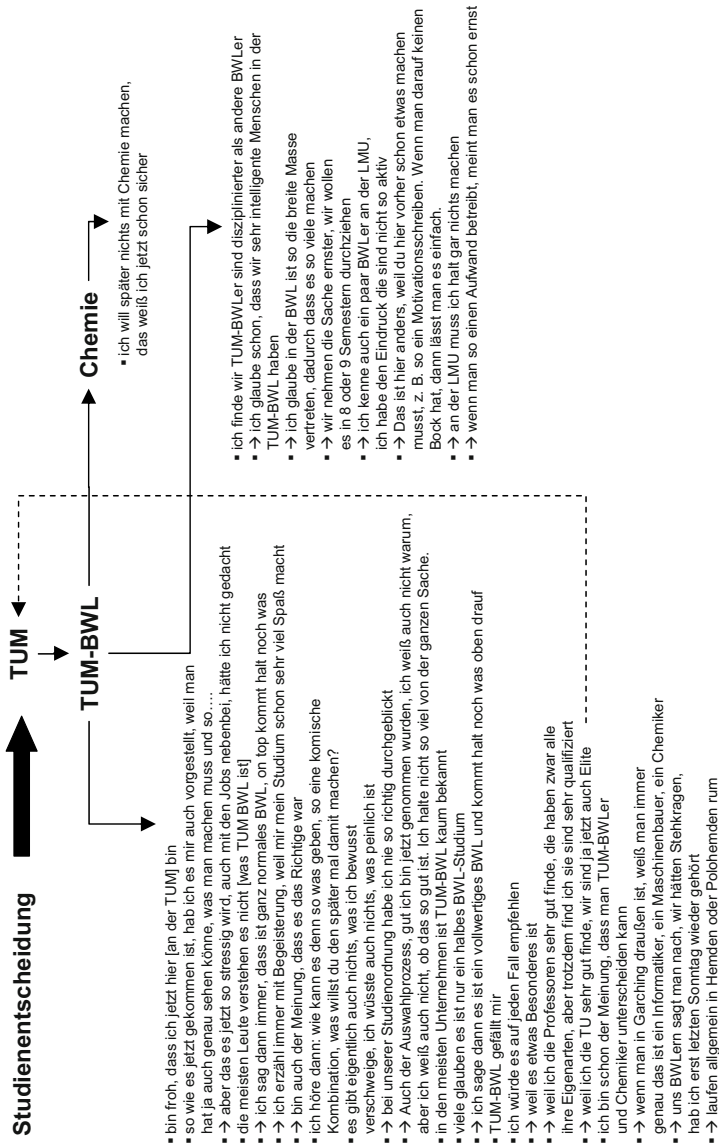
Anhang 1 Cognitive Maps der TUM-BWL-Studenten, Seite 34 (Interview 15)

Studienentscheidung → TUM → TUM-BWL → Chemie

- zur Schule bin ich in Unterschleißheim gegangen und hatte LK Chemie und Geschichte
- → eigentlich wollte ich Wirtschaft LK machen, aber der ist nicht zustande gekommen
- ich bin über eine Freundin auf TUM-BWL gekommen
- eigentlich wollte ich Chemieingenieurwesen studieren, weil wir beide gemeinsam Chemie Leistungskurs hatten
- → Chemieingenieurwesen war mir dann aber zu Physik-lastig
- wollte eigentlich schon immer BWL studieren, aber reines BWL war mir zu langweilig und Chemie hat mich dann auch noch interessiert
- hatte mich für etliche Berufsakademien beworben, hatte auch etliche Bewerbungs-gespräche, wurde aber nicht genommen, was ich heute eigentlich gut finde
- meine Freundin hat mich dann darauf aufmerksam gemacht
- → die wusste das aus dem Internet und weil sie es selber eigentlich machen wollte
- → sie studiert jetzt Lebensmittelchemie in Garching
- die Entscheidung habe ich nie bereut, ich bin auch froh, dass ich bei den Auswahlgesprächen nicht genommen worden bin
- FH stand für mich nie zur Debatte
- → wenn ich die Möglichkeit habe an die Uni zu gehen [...] also ich denk da gibt's immer noch Unterschiede zwischen FH und ganz normaler Uni
- → ich wollte eigentlich schon immer an die Uni
- bei der BA war der Praxisbezug für mich wichtig
- → deshalb habe ich parallel immer 2 oder 3 Arbeitsstellen
- TU oder LMU waren mir schon in der Schule ein Begriff, etwas anderes wäre für mich gar nicht in Frage gekommen
- → ich hatte mich auch für das normale BWL bei der ZVS beworben
- → hätten die mich nicht nach München geschickt, hätte ich es ganz sein lassen
- damals hatte ich eigentlich nur die Vorstellung die TU sei etwas technisches
- → war sehr erstaunt, dass man an der TU BWL und auch so Sachen wie Medizin studieren kann. Das ist dann erst mit dem Interesse gekommen, nach der 12. Klasse, in der man sich informiert, was man später macht
- → dachte Medizin ist typisch LMU, aber nee....
- ich kannte erst auch nur Garching, wusste auch nicht, dass es auch hier was gibt
- → Arcisstraße war mir überhaupt nicht bekannt, nur das halt in Garching, weil ich gleich daneben wohne
- die Info zur TUM-BWL hatte ich nur über's Internet
- → Da war alles gut erklärt, ich wusste ungefähr was mich erwartet
- → so wie es jetzt gekommen ist hatte ich es schon erwartet, nur nicht dass es so stressig wird
- TU find ich sehr gut
- → das was sie in Garching jetzt alles gebaut haben, abgesehen von Chemie, finde ich besonders gut
- → ja und auch die Professoren, weil ich schon der Meinung bin, dass sie gute Professoren sind
- → Und dass der Ruf der TU so gut ist. Jeder kann gleich etwas damit anfangen.
- → das hat meiner Meinung nach auch viel mit den Profs zu tun, die eben in der Wirtschaft vertreten und außerhalb der Uni aktiv sind
- wie der gute Ruf der TU zustande kommt weiß ich nicht – vielleicht dass die Politik da noch etwas macht [lacht], ich habe keine Ahnung
- wir sind ja jetzt auch Elite [sagt sie mit Stolz]
- → das finde ich gut, weil ich da ja selbst studiere
- → wenn ich mich irgendwo bewerbe ist das vielleicht ein kleiner Bonus
- die TU hat ein gutes Image
- wenn man einen guten Ruf hat, verliert man den auch nicht so schnell, das muss sich über Jahre aufbauen, man kriegt das nicht einfach so
- Der Ruf muss von anerkannten Leuten kommen. Und wie gesagt Professoren sind anerkannte Leute, d.h. wenn wir gute haben, repräsentieren wir auch nach außen hin etwas
- auch wenn wir gute Abgänger haben, kommt ein guter Ruf zustande
- das sind Sachen, die zum guten Ruf der TU beigetragen haben

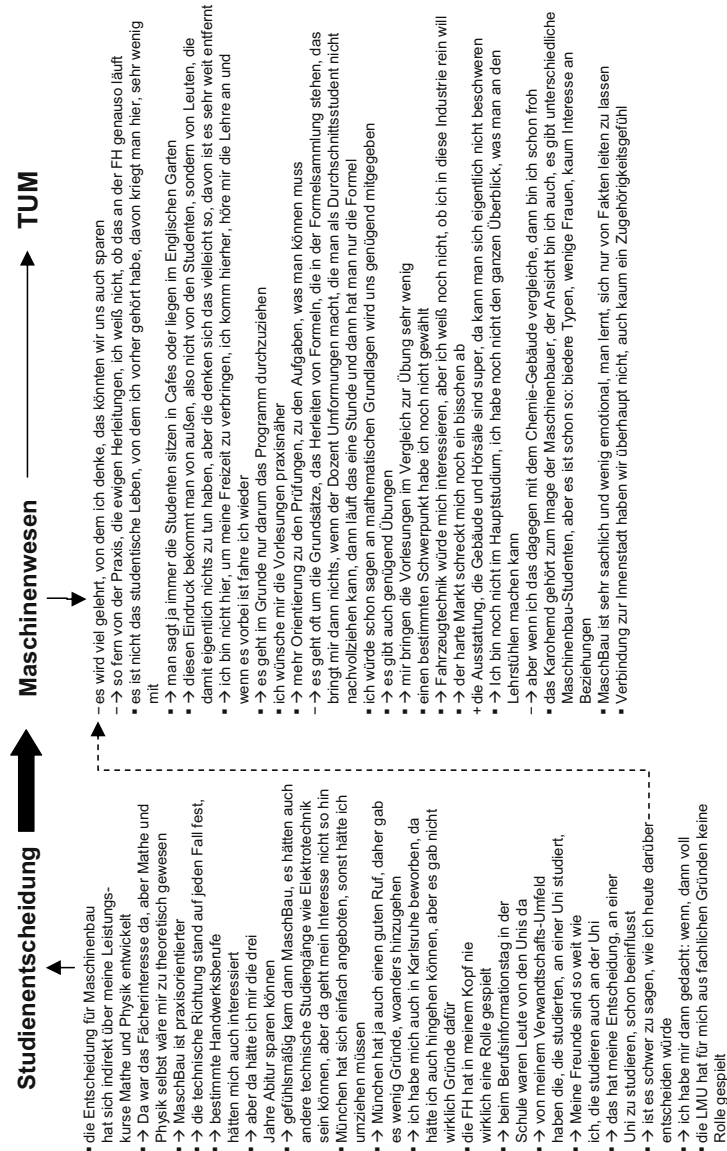
Anhang 1 Cognitive Maps der TUM-BWL-Studenten, Seite 35 (Interview 15)

Studienentscheidung



Anhang 2: Cognitive Maps der Maschinenwesen-Studenten

Anhang 2 Cognitive Maps der Maschinenwesen-Studenten, Seite 1 (Interview 16)



Anhang 2 Cognitive Maps der Maschinenwesen-Studenten, Seite 2 (Interview 16)



- + die Gebäude und die Mittel der TU sind ziemlich gut
- in den Spiegefrankings hab ich auch geschaut
- was das genau ist, habe ich natürlich nicht überprüft
- + → aber vom Ruf her habe ich gesagt, München ist in Ordnung
- → deshalb gibt's auch kein Grund woanders hin zu gehen
- → außer vielleicht, um neue Erfahrungen zu sammeln, Unabhängigkeit usw., aber dafür ist es noch nicht zu spät
- ich glaube der Ruf der TUM ist gut, selbst kann ich das kaum beurteilen
- man hört das von den Professoren im 1. Semester und vielleicht liest man es einmal
- was mich ein bisschen stört ist der Hang, sich zur Elite-Uni bewegen zu wollen
- → ich wollte einfach nur studieren und hätte nicht die Absicht, ein besonders hartes Studium zu machen und dann zu den Besten zu gehören
- → nur weil ich von dieser Uni komme, heißt das nicht, dass ich etwas besseres bin – das ist ja auch nicht der Fall
- wenn ich gefragt würde, dann wäre ich in erster Linie MaschBauer, damit kann ich eh schon nicht mehr an der LMU sein
- → von der TU ist die eine Hälfte in der Innenstadt, ein richtiges Zusammengehörigkeitsgefühl kann sich da nicht einstellen
- dass es keinen gemeinsamen Campus gibt, fehlt mir nicht, weil ich es auch nicht kenne
- → noch dazu wohne ich immer noch in meinem alten Umfeld, daher habe ich meinen Freundeskreis auch ohne Uni-Umfeld
- → das wäre etwas anderes, wenn ich nicht aus München kommen würde, dann würde es mich stören, dass das hier so am Atsch der Welt liegt
- ich bin schon zufrieden, an der TU zu sein
- → ich habe jetzt die Hürde mit der DVPZ vor mir, wenn ich das geschafft habe, bin ich schon froh, hier zu sein, wenn ich es nicht schaffe, denke mir wahrscheinlich: „warum habe ich mir das Schwere ausgesucht“

Anhang 2 Cognitive Maps der Maschinenwesen-Studenten, Seite 3 (Interview 17)

←
Studienentscheidung
→
MaschBau
→
TUM

- Maschinenbau war schon immer mein Interesse
- es gibt eigentlich zwei Gebiete in denen ich ganz gut bin: Sport und was mit Technik
- es ist Maschinenbau geworden, weil es keinen LK Sport an unserer Schule gab
- deshalb hatte ich Physik und Erdkunde als LK
- vom Standort her wäre mir Freiburg am liebsten gewesen
- → ich bin mich für MaschBau entschieden hatte, ist der Standort München gewesen, weil Technik in Freiburg nicht möglich ist
- ich bin an die Uni und nicht an die FH gegangen, weil ich dieses Klassenmäßige nicht mehr abhaben konnte
- in der Schule hatte ich immer das Gefühl, dass nicht immer die Leistung 100% der Note ist
- → es war der fade Beigeschmack: mag er mich, oder mag er mich nicht
- → ich hatte einfach so viele Lehrer, denen ich nicht sympathisch war, wo ich mir gedacht habe: war das jetzt wirklich meine Leistung
- → das wollte ich einfach nicht mehr
- → meine Freundin ist an der FH und wenn ich höre, dass da 4 Mädchen sind, dann kennt der Prof die einfach, dann fragt er: „warum waren sie letzte Stunde nicht da“ und so geht es dann wieder los
- → bei 800 Studenten kann man kommen und gehen wann man will und nur die Leistungen, die man aufs Blatt bringt, die zählen dann
- → das war es, warum ich an die TU gegangen bin
- ich habe ein Praktikum bei der EADS gemacht und dort hingen Listen mit Erstgehältern aus
- → da war der Unterschied zwischen 3000 und 5000 Euro im Jahr
- → das ist anscheinend ein Unterschied, aber die [FH-Studenten] sind auch ein Jahr früher fertig
- inhaltlich würde ich die konstruktiven Sachen, die Rechensachen eher der TU zuschreiben, was wir im Vergleich zur FH machen, das ist wesentlich mehr Theorie dabei
- → die [FH-Studenten] machen mehr Versuche, einen Kreislauf aufbauen und es sich angucken
- → deshalb denke ich, dass die FH mehr in die Versuche geht, das Mechanische durchprobiert
- → da war auch beim Praktikum meiner Freundin so
- wir waren in der 10. Klasse im BIZ, da hatten die so einen Test und da kam bei mir irgendwas mit Technik heraus
- → da kamen 10 Ergebnisse raus und das einzige, was mich angesprochen hat, war ein technisches Fach
- → bis dahin wusste ich noch gar nicht, dass mein Vater auch MaschBau studiert hatte, er hatte das nach dem 3. Semester abgebrochen, dann habe ich mit ihm geredet, das hat sich klasse angehört
- → das darf man natürlich nicht als Vergleich nehmen, das war schon ewig her, das war damals noch in der Innenstadt
- → dann habe ich angefangen zu gucken, wo ich das studieren kann – nächster Weg München, klar
- → da gab es auch so ein grünes Buch, wo alle Studiengänge drin sind, da habe ich nach MaschBau gesucht
- → erst sehr spät habe ich im Internet geschaut, wie man sich bewerben muss, für die Entscheidung hat das keine Rolle mehr gespielt
- → ich würde sagen, ich habe auch Freunde beeinflusst, alle meine Freunde mussten zur Bundeswehr, ich nicht, und damit war ich ein Jahr voraus und konnte erzählen, wie es hier ist
- → im Nachhinein hat mir so jemand gefehlt, weil ich alles selbst herausfinden musste

Anhang 2 Cognitive Maps der Maschinenwesen-Studenten, Seite 4 (Interview 17)

Studienentscheidung **➔** **MaschBau** **➔** **TUM**

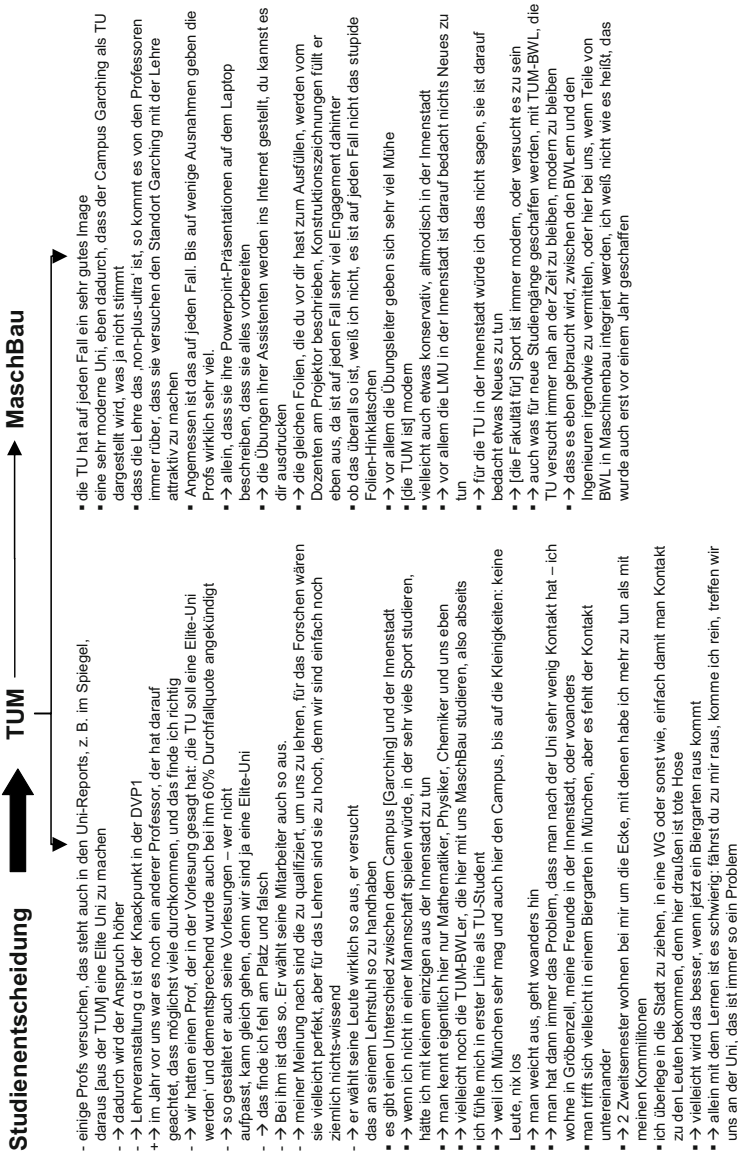
- bis jetzt war es so, man schreibt sich ein und ist dann drin
 - ab dem Jahrgang unter mir ist es so: man schreibt ein Motivationsschreiben und dann das nicht gut genug ist, dann muss man eben zum Vorstellungsgespräch
 - → da würden dann alle, die ich kenne, genommen
 - wir waren 800, jetzt haben sich für die DVP2 noch 400 eingeschrieben
 - → das jetzige 2. Semester war am Anfang 1.000-1200, es sind jetzt in etwa 800
 - ich weiß, dass die FH Hof jetzt über 40% Zuwachs hat und ich denke, dass die Einschreibungsbeschränkung damit zusammen hängt, weil alles überläuft
 - mein Studienleben muss man ein bisschen unterteilen in 1. bis 3. Semester und ab dem 4.
 - → in den ersten Semestern ist es wirklich 5 mal die Woche von 8 bis 16 oder 17 Uhr hier sein, nachmittags noch konstruieren und zeichnen
 - → da ging es bei mir schon an das Limit
 - → es war jetzt so, dass ich knapp 2 Jahre keinen Tag Urlaub hatte
 - → jetzt im 4. Semester geht es los mit Montag & Freitag frei, einfach mehr Zeit
 - → wenn ich dagegen Sportstudenten höre, bei mir in der Mannschaft, die einmal pro Woche rein fahren für 1,5 Stunden
 - → die müssen sich auf Prüfungen vorbereiten und lernen 2 Tage vorher
 - → für den ersten Prüfungsblock habe ich 7 Wochen gelernt, meine beste Note war 2,7, im Durchschnitt in etwa 3,0
 - → da fehlt noch was nach oben und ich habe wirklich gebüffelt, 6 Wochen im Sommer
 - viele Studenten von weiter weg fahren am Wochenende nach hause und wohnen hier (in Garching)
 - also MaschBau ist zeitaufwendiger gegenüber den Studien, die ich kenne, wo ich mit Leuten zu tun hatte
 - → eben die ersten drei Semester, jetzt im Hauptstudium läuft sowieso alles anders
- Image: Qualität (der Produkte), das ist glaube ich das wichtigste, dann was die [Unternehmen] in der Vergangenheit geleistet haben, und eben auch auf die Zukunft bezogen, z. B. Design-Studien bei Automobilen
- Eine Reputation, ein Ruf würde ich eher Menschen zuordnen, naja obwohl... Ein Waschmaschinenhersteller hat einen Ruf, wenn z. B. AEG jetzt in Dtl. viele Mitarbeiter entlassen hat, dann sinkt der Ruf, dann würde ich das eher doch Firmen zuordnen und nicht Menschen.
- Image vs. Ruf: Image ist, was man an technischen Sachen liefert, z. B. ein Auto, wie das aussieht. Der Ruf einer Firma wird gemacht, durch das, was sie drum herum tun, als Stellenabbau usw. Lehrstühlen, solche Sachen.
- Den Ruf der TU kann ich nicht beurteilen, da muss man wahrscheinlich andere Fragen (die nicht an der TU München sind). Z. B. Freiburg hat einen sehr guten Ruf, weil es einfach drum herum stimmt. Man muss nur einmal nach Freiburg rein fahren und sich anschauen, das da nur Studenten auf den Straßen sitzen, in der ganzen Innenstadt sind nur Cafes mit Studenten. Wenn es möglich gewesen wäre, dort Maschinenbau zu studieren, ich wäre sofort hingegangen, weil es einfach die schönste Uni-Stadt ist, die ich kenne.
- Heidelberg habe ich z. B. noch gesehen, das finde ich zu groß, ich weiß nicht wie viele Quadratkilometer die Uni dort hat.

Anhang 2 Cognitive Maps der Maschinenwesen-Studenten, Seite 5 (Interview 17)

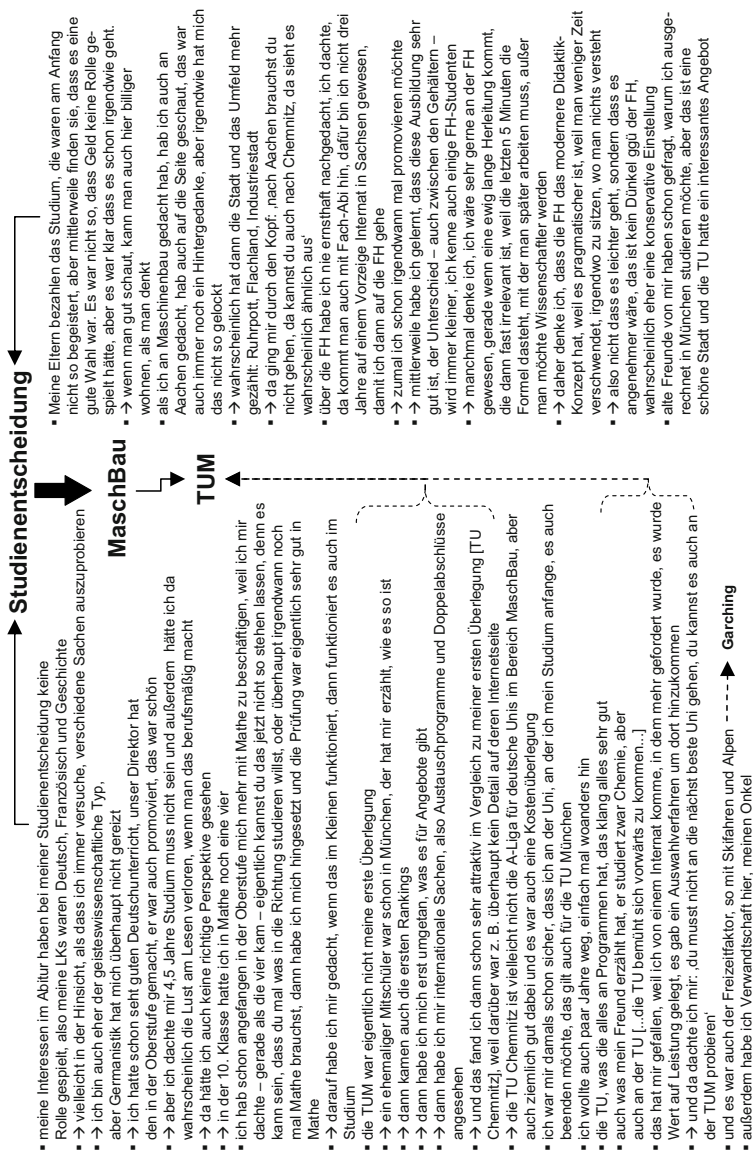
Studienentscheidung ➔ TUM ➔ MaschBau

- gestern ist ein Neuer zu uns in die Mannschaft gekommen, der hier studieren möchte, da war die Frage LMU-Mathe oder TU-Mathe
- ➔ da habe ich ein bisschen von unserem Campus erzählt
- ➔ das Campusteleben ist eigentlich nicht so, wie man sich das Studieren vorstellt, das ist immer das erste, was ich erzähle
- ➔ hier draußen [in Garching] ist es einfach tot, es ist nicht wirklich Studieren, man geht hier raus und man ist froh, wenn man wieder weg kommt
- ➔ wenn man um vier aus hat, setzt man sich nicht zusammen, denn hier gibt's einfach nichts
- ➔ man setzt sich nicht irgendwo hin, auf die Wiese oder in eine Kneipe, man fährt dann Heim und trennt sich wieder
- ➔ die machen jetzt zwar einen Biergarten auf, von der Fachschaft, aber das ist nicht wirklich das Studieren, wie man es z. B. aus Freiburg kennt
- ➔ da ist einfach eine Innenstadt mit Kneipen
- ➔ aber ansonsten ist der Campus einfach Wahnsinn
- ➔ das Gebäude ist einfach genial
- ➔ alles ist super modern
- ➔ allein schon dass die Räume klimatisiert sind
- ➔ dass das Studieren angenehm gemacht wird
- ➔ mit Beamern überall, mit Laptops, die man umdreht und drauf schreibt
- ➔ dass mittlerweile viele Profs damit arbeiten
- ➔ und vor allem, dass viel Geld hier raus fließt
- ➔ wenn man das mit der LMU vergleicht, oder mit der TU in der Innenstadt, Sport velleicht, wo ein ganzer Studiengang gestrichen wird, die Sportökonomie
- ➔ und dann das ganze Geld hier raus nach Garching fließt
- ➔ deshalb habe ich mit den Studiengebühren recht wenig Angst, weil der Campus Garching immer angepisst wird
- ➔ mein Freund aus Hamburg sagte, das erste, was er gehört hat, war der Campus Garching; überall hört man Garching
- ➔ man merkt auch hier beim Studieren, wo die Prioritäten liegen
- der Weg nach Garching ist eine Katastrophe, bis jetzt; bis hoffentlich bald die U-Bahn kommt
- ich fahre 1,5 Stunden mit der S-Bahn oder 20 Minuten mit dem Auto und dafür soll ich knapp 90€ im Monat zahlen
- das sind Sachen, die ich nicht verstehen kann
- an anderen Unis gibt es Semestertickets und hier schlagen sie sich mit der DB und dem MVV seit Jahren herum, damit es endlich ein Semesterticket gibt
- ich kann nicht verstehen, wenn man den Campus Garching so hoch preist, dass es dann keine Möglichkeit gibt, billig von drinnen nach draußen zu kommen
- ich bekomme ein bisschen Geld vom Sportverein, ein bisschen von meinen Eltern und zahle knapp 100€ Spritkosten im Monat, der Rest bleibt für die Mensa
- Mein Bekannter aus Hamburg hat mir gesagt, dass das Mathe-Studium hier an der LMU noch die theoretische, schöne Mathe ist. Mathe an der TU ist einfach schon technischer.
- ➔ deshalb denke ich, dass das in allen Bereichen, die sich überschneiden so sein wird, dass TU – technische Uni – alles auf Technik ausgelegt ist
- ➔ z. B. Berechnung für Werkstoffe, eben Konstruktionen machen und nicht wie die Mathematiker an der LMU was herleiten oder beweisen, das hat er mir gestern erzählt

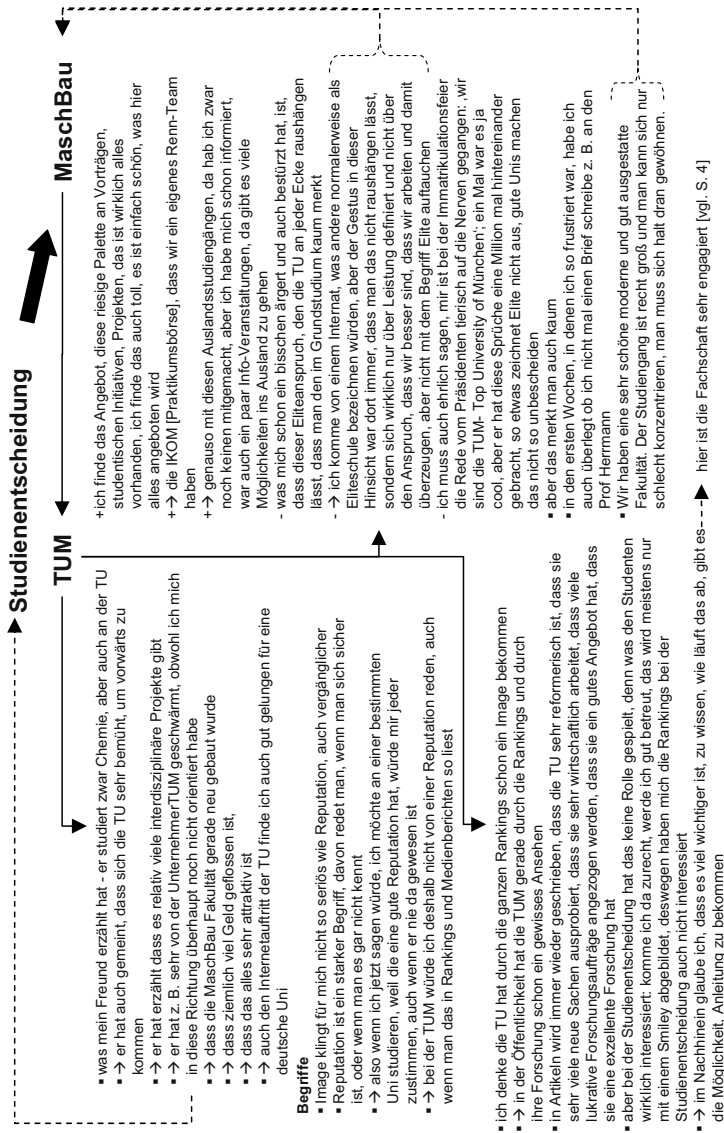
Anhang 2 Cognitive Maps der Maschinenwesen-Studenten, Seite 6 (Interview 17)



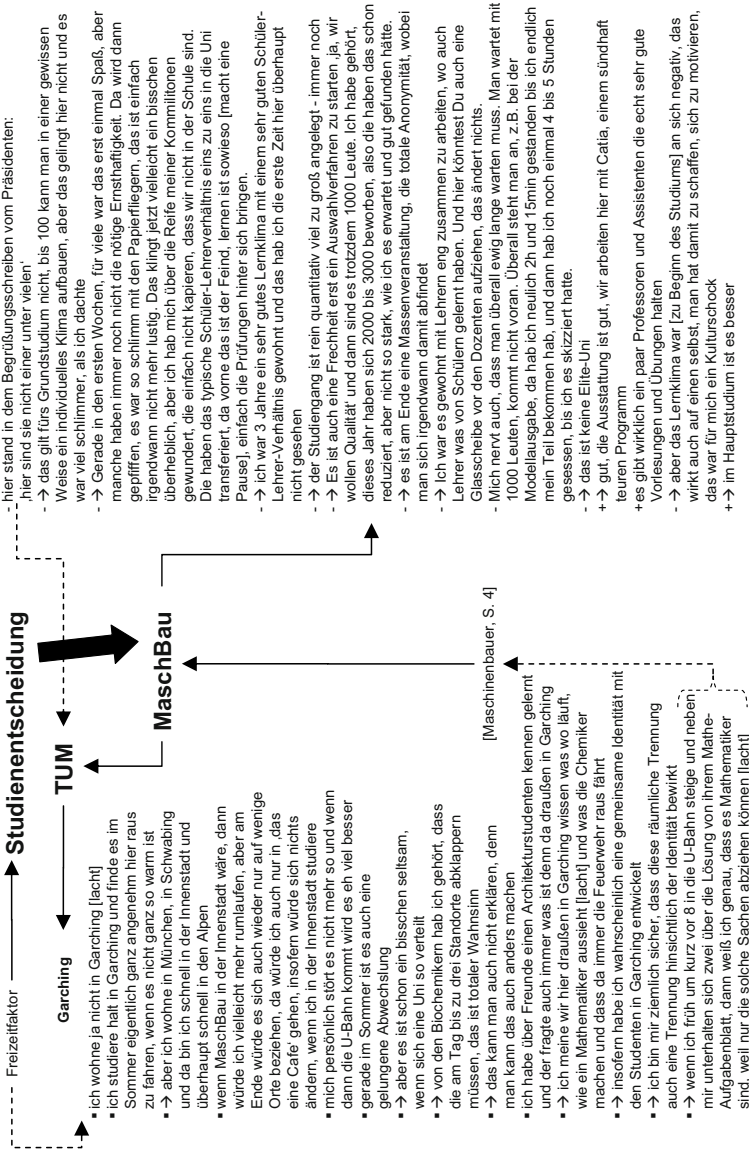
Anhang 2 Cognitive Maps der Maschinenwesen-Studenten, Seite 7 (Interview 18)



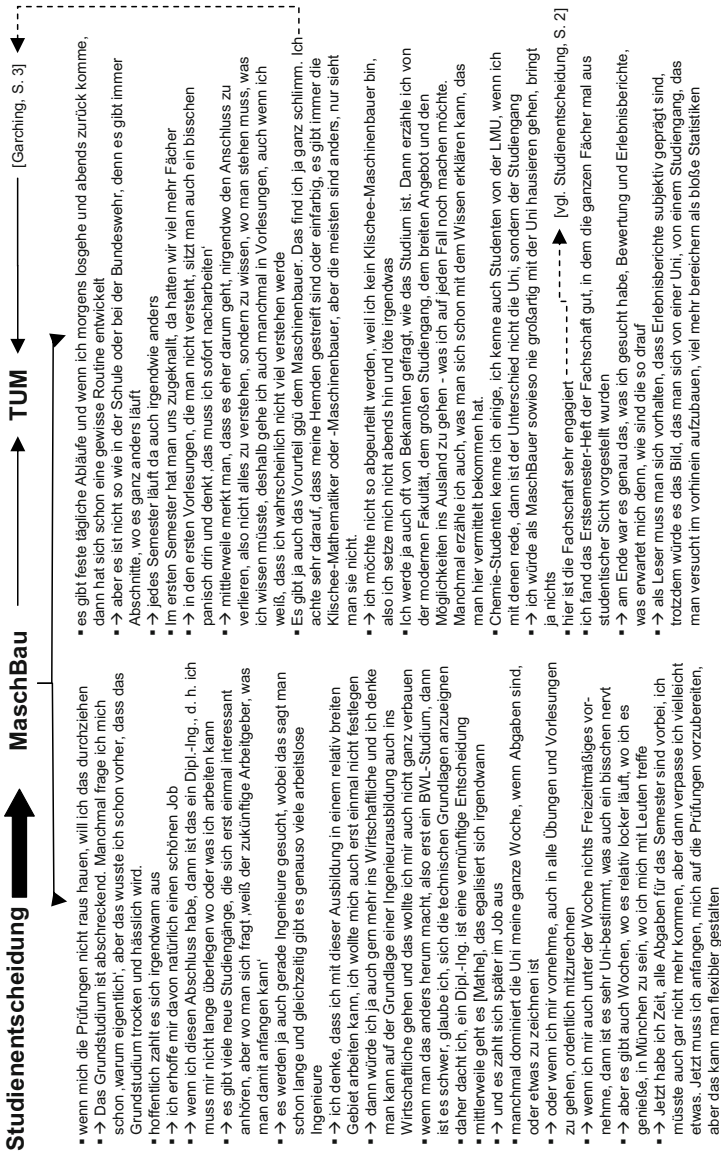
Anhang 2 Cognitive Maps der Maschinenwesen-Studenten, Seite 8 (Interview 18)



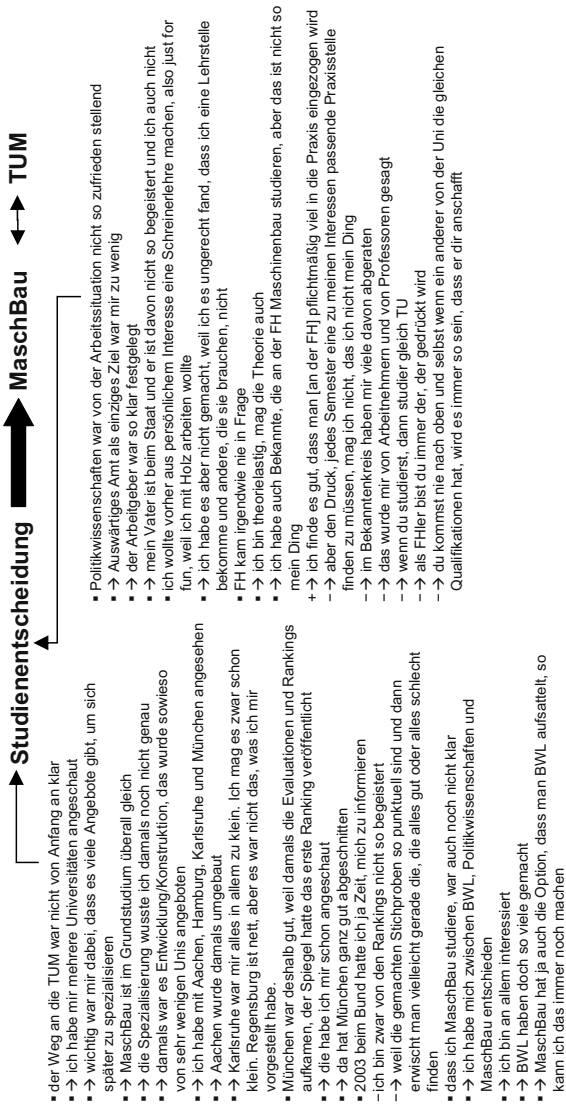
Anhang 2 Cognitive Maps der Maschinenwesen-Studenten, Seite 9 (Interview 18)



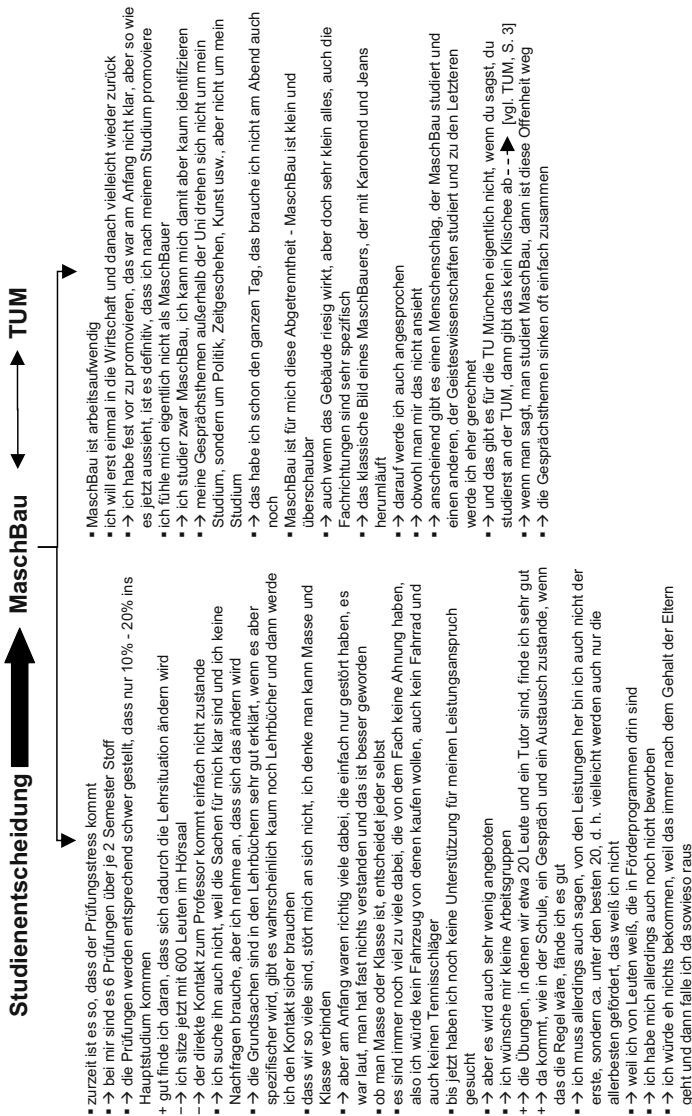
Anhang 2 Cognitive Maps der Maschinenwesen-Studenten, Seite 10 (Interview 18)



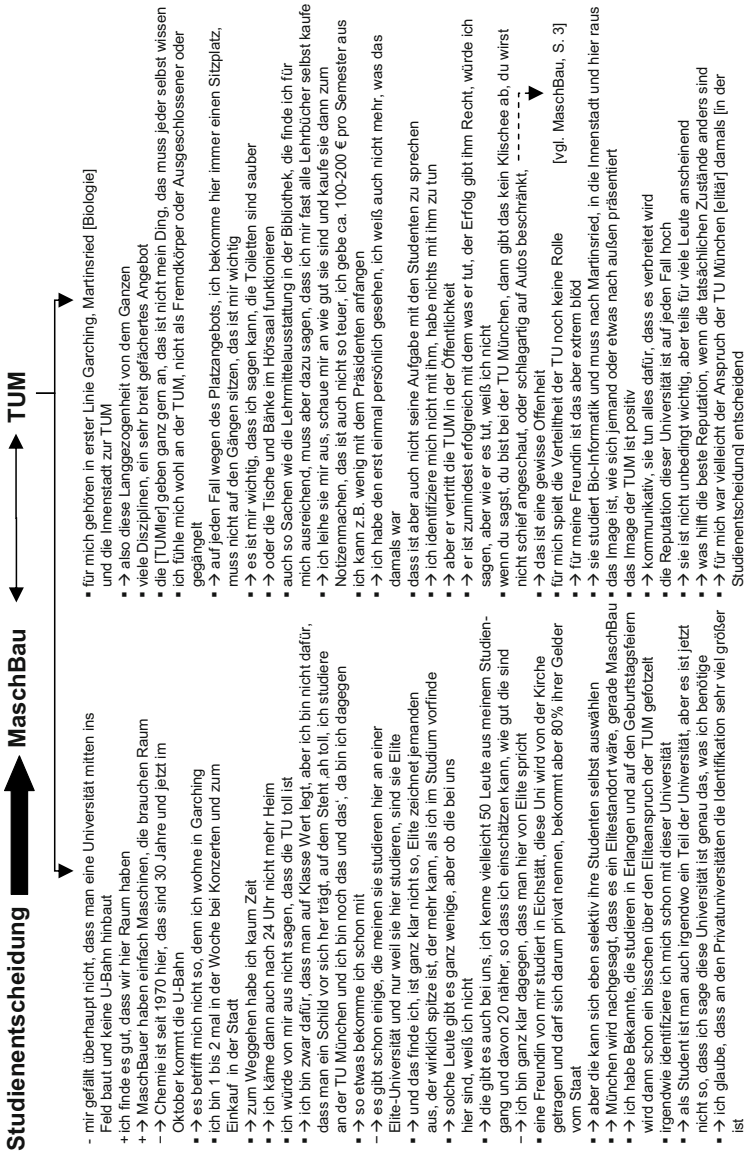
Anhang 2 Cognitive Maps der Maschinenwesen-Studenten, Seite 11 (Interview 19)



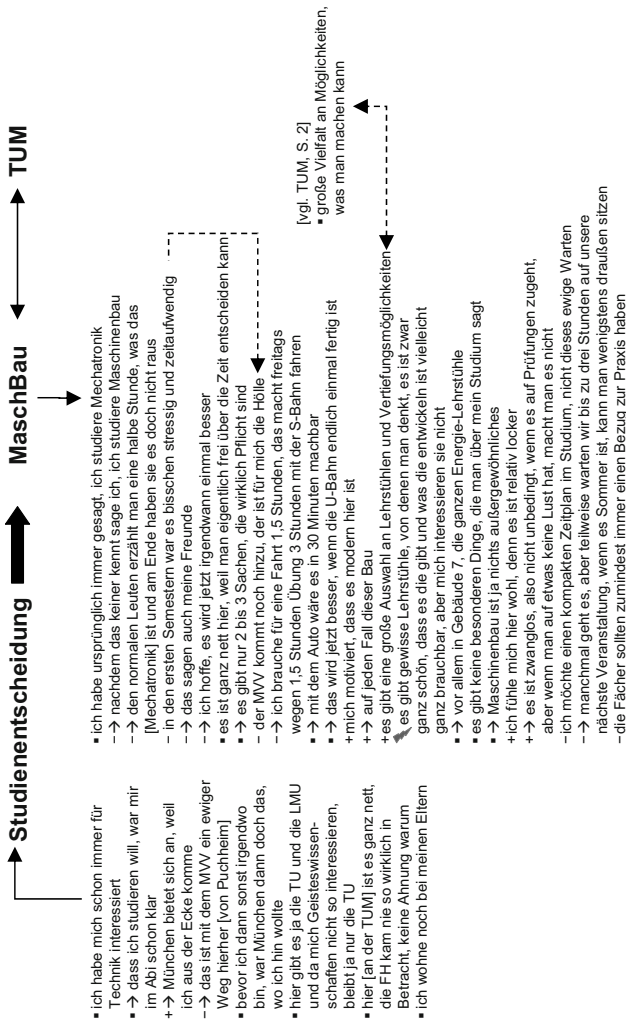
Anhang 2 Cognitive Maps der Maschinenwesen-Studenten, Seite 12 (Interview 19)



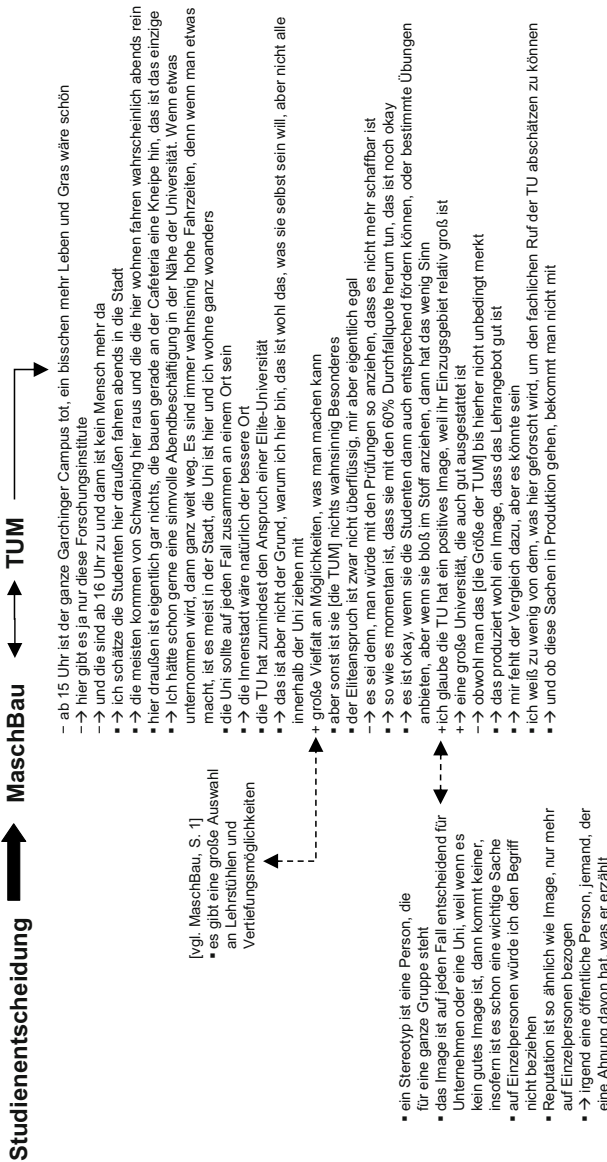
Anhang 2 Cognitive Maps der Maschinenwesen-Studenten, Seite 13 (Interview 19)



Anhang 2 Cognitive Maps der Maschinenwesen-Studenten, Seite 14 (Interview 20)



Anhang 2 Cognitive Maps der Maschinenwesen-Studenten, Seite 15 (Interview 20)

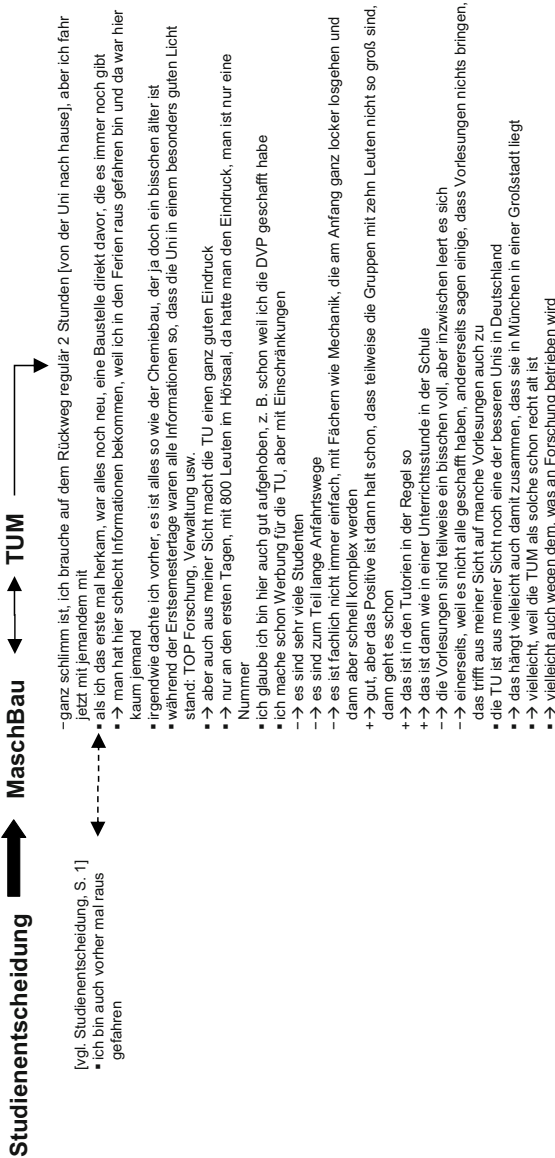


Anhang 2 Cognitive Maps der Maschinenwesen-Studenten, Seite 16 (Interview 21)

Studienentscheidung **MaschBau** **TUM**

- Maschinenbau kann man in München studieren
 - ich komme aus München
 - und es interessiert mich
 - Chemie wäre noch eine Möglichkeit gewesen, aber organische Chemie gefällt mir dann doch nicht so
 - meine LKs waren Mathe und Chemie
 - wir haben in der Schule die grünen Bücher bekommen, da waren jede Menge Sachen drin, die man studieren konnte
 - da habe ich reingeschaut, was es eher Naturwissenschaftliches gibt
 - und was da stand [zu MaschBau] gefiel mir halbwegs
 - dann war auch der Standort München gut
 - ich wollte nicht wegziehen
 - ich dachte, dass es vielleicht nicht ganz so lang dauert mit der S-Bahn
 - meine beiden Brüder studieren auch in München, an der LMU
 - nach anderen Unis habe ich nicht aktiv geschaut
 - ich habe mit einem gesprochen, mit dem ich ein Praktikum zusammen gemacht habe, ich glaube der wollte es in Passau studieren
 - und da dachte ich mir „München ist dann doch geschickter als Passau“
 - ich bin auch vorher mal raus gefahren und habe mir Garching angeschaut
 - neben MaschBau und vielleicht Chemie hat mich nichts wirklich angesprochen
 - ich habe mich bei der Fachschaft über Praktika informiert
 - und dann war ich noch in München drin an der TU an einem Infostand
 - Dann habe ich noch viel im Internet gesucht, da stand auch viel drin. Was ich gern gehabt hätte, wäre ein Stundenplan gewesen, den hab ich nicht gefunden, erst ganz spät.
-
- mir gefällt das Naturwissenschaftliche, mit dem praktischen Hintergrund, also Mathe wäre mir z. B. zu theoretisch
 - die Erstsemesterfrage waren ganz gut, in den ersten beiden Tagen im ersten Semester werden die neuen Studenten überall hingeführt und es gibt Info-Veranstaltungen im Hörsaal
 - auch mein Umfeld reagiert positiv, wenn ich sage, dass ich MaschBau an der TU mache
 - ich glaube meine Eltern finden es auch gut, dass ich etwas Praktisches studiere
 - mein Bruder studiert z. B. etwas, wo man danach überhaupt keine Ahnung hat, was man danach für einen Job hat – nordische Philologie
 - meine Brüder verstehen es teilweise überhaupt nicht, was ich so mache, wenn man mal Probleme hat, dann wissen die meistens auch nichts
 - aber das ist umgekehrt genauso
-
- ein Stereotyp, das klingt nach einem Durchschnittstyp, Einheitsmensch, die Norm
 - das Image ist der Eindruck von etwas, das Bild, was man hat, auch mit allen Vorurteilen und allem Positiven
 - Reputation ist so ähnlich wie das Image, wie man angesehen ist
 - die [Begriffe Image und Reputation] hängen mit Sicherheit zusammen, wo da jetzt genau der Unterschied ist, kann ich nicht sagen
 - Image ist „Denglisch“, modern, schön
 - Reputation ist dann vielleicht eher noch von Leuten, wie die in ihrer Fachwelt angesehen werden, ganz formell
 - Image ist, wenn einer eine rote Hose an hat, dann hat er irgend ein Image
-
- [vgl. TUM, S. 2]
 - Garching

Anhang 2 Cognitive Maps der Maschinenwesen-Studenten, Seite 17 (Interview 21)



Anhang 2 Cognitive Maps der Maschinenwesen-Studenten, Seite 18 (Interview 22)

←
→

Studienentscheidung **MaschBau** **TUM**

- ich wusste ganz lange nicht, was ich studieren wollte
 - ich hatte LK Mathe, Physik und Geschichte und habe geschwankt, ob ich etwas Gesellschaftswissenschaftliches studiere, also z. B. Geschichte oder Politik, oder ob ich in die Naturwissenschaften gehe
 - ich habe mir dann verschiedene Unis angeschaut
 - ich bin also durch Deutschland gereist
 - zu der Zeit war ich beim Bund und aus meiner Klasse haben schon ganz viele studiert, also habe ich immer eine Unterkuifit gehabt
 - und München hat mir einfach am besten gefallen
 - ich habe geschwankt zwischen Geschichte in Freiburg und Maschinenbau in München und für mich ist München die attraktivste Stadt in Deutschland
 - man orientiert sich ja an Rankings und die LMU, wo ich hätte Geschichte in München studieren können, die finde ich nicht so toll
 - es gibt ja Rankings für alles, also wer bekommt die meisten Mittel, wer hat die meisten Veröffentlichungen, und da liegt Freiburg ganz vorne in der Geschichte
 - von daher ging es um Geschichte oder MaschBau und ich habe mich dann für MaschBau entschieden, weil zwei gute Freunde auch in München MaschBau studieren wollten
 - und dann bietet sich natürlich auch eine WG an, deshalb ist es auf MaschBau hinausgelaufen
 - Es gibt ja tausend Möglichkeiten, wo man in Deutschland Maschinenbau studieren kann. Es gibt ja z. B. auch Aachen, dort studiert auch ein Kumpel von mir. Dort war ich auch, aber München ist einfach eine tolle Stadt.
 - es lag weniger an der Uni, sondern mehr an der Stadt
 - Studieren an der FH wäre für mich nicht in Frage gekommen, das Vorurteil ist immer noch, dass das Niveau nicht so hoch ist, und ich war auf einem Gymnasium für hoch Begabte – also wir sind nicht wirklich hoch begabt, aber das heißt halt so – und da wird die Frage gar nicht gestellt: gehst du zur FH oder an die Uni?, sondern da gibt es nur die Uni, weil das das höhere Niveau ist und weil man sich selbst auch sagt: ich will auf dem Niveau bleiben
 - ich habe damals einen Freund besucht, der hier Chemie studiert, er hat mir den Campus gezeigt, ich hab da auch ein paar Studenten angesprochen, wie MaschBau so ist
 - die haben mir zwar eher abgeraten, aber na gut
 - und dann halt Internet, wo man sich Informationen holt
-
- ich habe diese Entscheidung auch nicht bereut, ich finde sowohl München als auch MaschBau gut
 - ich weiß ja nicht, wie es in anderen Städten so ist, aber bis jetzt gefällt mir München, mir gefällt die Uni, mir gefällt das Programm
 - es [das Studium] ist relativ hart, aber von nichts kommt nichts
 - der einzige Nachteil ist, dass das Gebäude in Garching ist
 - weil man dann früh schon eine Stunde unterwegs ist, aber ansonsten finde ich das toll
 - +Das Gebäude ist natürlich wunderschön, neu, toll ausgestaltet
 - man sieht das auch, da steht irgendwo das Auto von TUFast und allein schon die Möglichkeit, dass die hier Formel-1-Renner bauen, oder so etwas in der Art, dass die so etwas machen
 - +→ das zeigt, dass die Geld haben
 - +→ dass hier überall solche Modelle herumstehen, dann die Kooperation mit BMW und Siemens
 - +→ das macht einfach einen guten Eindruck, wenn man rein läuft, auf mich genauso wie auf andere
 - ich hatte mir vorgestellt, dass man diese Projekte, z. B. das TUFast, schon eher anfangen kann, dass man da involviert wird
 - aber das ist im Grundstudium noch nicht so, weil man keine Zeit hat
 - man hat zwar die Möglichkeit, aber dann würde ich nicht hinterher kommen
 - man muss ja auch noch ein Privatleben führen, wenn man das möchte [lacht]
 - das hätte ich mir gewünscht, aber das ist eben nicht so und ich weiß, dass ich nach dem Grundstudium dort voll einsteigen kann, wenn ich das möchte, denn dann werde ich auch die Zeit haben
-
- ein Stereotyp ist für mich ein kitschbeebehafteter Typ, der Sachen erfüllt, an die man auf den ersten Blick denkt
 - also wenn ich an die Massen-Uni denke, dann wäre es laut und anonym und unangenehm
 - Image, Reputation und Ansehen sind für mich das Gleiche.
 - es ist im Grunde die Meinung, die die Öffentlichkeit über etwas hat

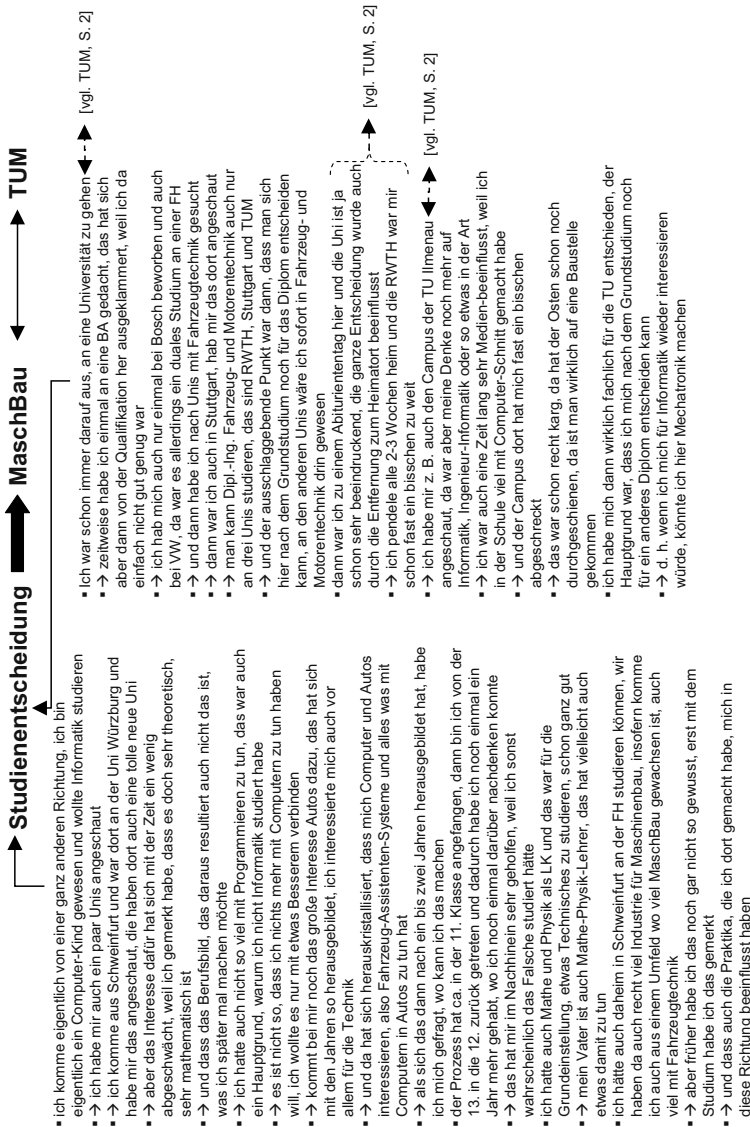
Anhang 2 Cognitive Maps der Maschinenwesen-Studenten, Seite 19 (Interview 22)

Studienentscheidung \longrightarrow MaschBau \longleftrightarrow TUM

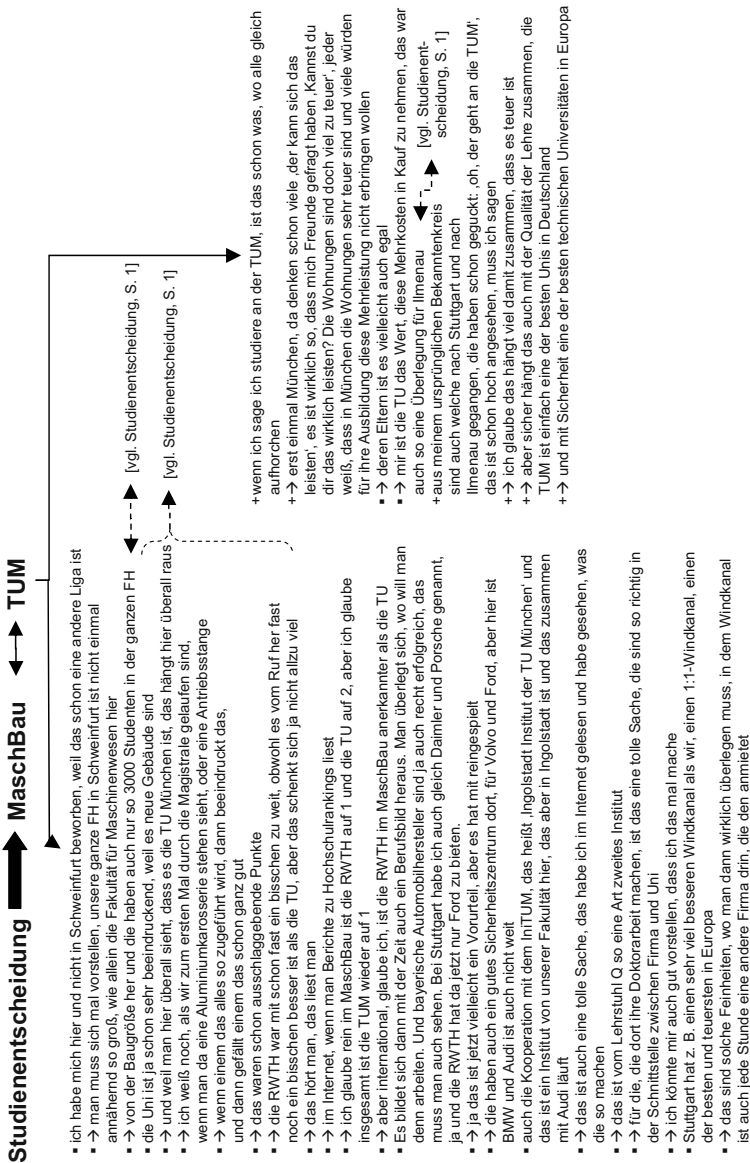


- ich rede nicht oft mit anderen über mein Studium, aber meiner Mutter habe ich es zuerst erzählt, dass ich an die TUM gehe
- ansonsten denke ich, dass die TUM einen sehr guten Ruf hat
- → an meiner Schule wurde die TU München auch als eine gute Adresse wahrgenommen, da hört man höchstens einmal „Gratulation“
- → die einzige Ausnahme ist mit meiner Freundin, sie studiert an der LMU und da kommt natürlich ein bisschen der Stress auf, das ist eben so
- die TU macht, wenn man herkommt, einen guten Eindruck
- → sie präsentiert sich gut in der Öffentlichkeit
- → sie hat Kooperationen mit den großen Namen, mit BMW, mit Mercedes usw., die weltbekannt sind
- → ich habe immer das Gefühl, sie setzt viel in Medien, ich könnte es jetzt an keinem Beispiel belegen, aber ich habe das Gefühl
- die einzigen Nachteile sind die Baustelle vor der Tür und die lange Fahrzeit
- → ich war an anderen Unis wie in Freiburg und dann steht man zwar in der Stadt, aber man steht vor so einem alten 70er-Jahre-Gebäude, so ein bisschen wie Chemie und weiß nicht so recht, will man da jetzt rein, oder nicht – ich will MaschBau studieren, aber – nein“
- + → allein schon das Gebäude ist schön, es ist zwar eine Baustelle draußen, aber man sieht es wird etwas gemacht, man sieht es wird investiert
- + man sieht die U-Bahn Haltestelle wird gebaut, man hat die Perspektive
- + wenn man mich fragt, würde ich sagen: die Ausstattung ist perfekt, man hat die besten Möglichkeiten
- + → das Programm ist hart, dafür kann man etwas, wenn man hier raus geht, das ist mein Eindruck
- → und der wirklich einzige Nachteil ist, dass es am Asch der Welt ist
- → und ansonsten würde ich nur schwärmen
- es gibt natürlich Professoren, die dann doch nicht so gut sind, wie man sich das vorstellen würde
- → also gerade, wenn man von meiner Schule kommt, dort sind die Lehrer Top-Kräfte
- → und bei uns an der Schule war es auch so, dass eine gewisse Disziplin herrscht, also wenn da vorn einer spricht, da ist halt Ruhe
- → und da war ich hier am Anfang relativ schockiert, aber bei 1000 Mann lässt sich das wohl nicht vermeiden
- ich würde nicht gerade erzählen, dass hier 1000 Mann im Hörsaal sitzen und eine gewisse Unruhe verbreiten
- → aber München ist nun einmal eine Massen-Uni im MaschBau, das würde ich erwähnen, aber ich würde es nicht ausschmücken
- → aber im Hauptstudium wird das sicher besser, man sagt, dass bis dahin ungefähr die Hälfte raus fliegt
- → man bekommt dort [am Gymnasium] ein gewisses Selbstbewusstsein, wenn man von meiner Schule kommt, denkt man, das schafft man schon, es ist nur die Frage wie gut, und deswegen lasse ich mich auch nicht groß unter Druck setzen
- die TU hat in der Öffentlichkeit einen guten Ruf, sie hat definitiv einen [Ruf] in der Öffentlichkeit, und der ist gut

Anhang 2 Cognitive Maps der Maschinenwesen-Studenten, Seite 20 (Interview 23)



Anhang 2 Cognitive Maps der Maschinenwesen-Studenten, Seite 21 (Interview 23)



Anhang 2 Cognitive Maps der Maschinenwesen-Studenten, Seite 22 (Interview 23)

Studienentscheidung **→** **MaschBau** **↔** **TUM**

- + ich denke das Hauptkriterium an der TU ist, dass sie viele Möglichkeiten bietet, vielleicht nicht nur von der Lehre her, dass man viele Wahlmöglichkeiten hat
- + → sondern dass auch viele Verbindungen zu Firmen bestehen
- + → dass es hier schon fast Standard ist, dass man ins Ausland geht
- + → dass das von der Uni auch unterstützt wird, dass solche Sachen wie das Doppeldiplom bestehen
- → wir haben auch viele Asiaten im Studium
- + → ein ganz großer Punkt sind auch die ganzen AGs, die es hier gibt, wie z. B. das TUfast, so etwas haben kleinere FHs oder Unis einfach nicht
- + → und die TU hat das eben in vielerlei Hinsicht zu bieten
- + → da gibt es studentische Gruppen, was die leisten ist einfach Wahnsinn, und was man dann wieder für Möglichkeiten hat
- → wenn man in der TUfast-Gruppe ist, da lernt man auch wieder an praktischen Sachen, das hebt sich dann auch wieder ganz stark vom Theorieleasigen der Universität ab
- + → das bietet dann schon fast wieder einen Vorteil ggü einer FH
- + → das mit dem Hiwi-Job ist auch etwas Tolles
- + → dadurch, dass es so viele Lehrstühle gibt, ergeben sich auch viele Möglichkeiten, und ich glaube das ist auch etwas ganz Wichtiges, dass man so etwas einmal macht, dass man mal in einen Lehrstuhl reinschauen kann, mal sieht wie arbeiten die wiss. Mitarbeiter
- + → da muss ich auch sagen, dass mich das zutiefst beeindruckt hat, denn wenn man als Student hier her kommt, dann schaut man nicht so in die Lehrstühle rein und wenn man dann Hiwi ist, dann darf man auch mal in so ein Versuchsfeld gehen
- + → das ist auch so eine Dimension, die man an einer FH nicht erwarten kann, ich bin auch am größten Lehrstuhl hier, der hat ein riesiges Versuchsfeld, einen ganzen Trakt
- + → da merkt man das ist eigentlich ein 120-Mann-Unternehmen, die haben auch noch eine Außenstelle in Augsburg, das war richtig Klasse für mich
- + als ich 2 Monate dort war, habe ich gleich einen Messestand auf der Automatik-München geleitet, das war eine super Sache
- + → einen Messestand zu machen und Leuten auf Englisch erklären, was man selbst erst seit 2 Monaten kennt und denen das als toll zu verkaufen, da bin ich mit Respekt rangegangen, daran bin ich gewachsen

Anhang 2 Cognitive Maps der Maschinenwesen-Studenten, Seite 23 (Interview 23)

Studienentscheidung

MaschBau

TUM

- der MaschBau, den wir hier studieren können, hat ein breites Fächerangebot
- es ist immer die Frage, was man will und wie flexibel man im Studium noch sein will
- + → wenn man hier herkommt, hat man so ein immenses Spektrum, wo man erst, wenn man rein wächst, noch entscheiden kann, bei anderen Hochschulen muss man vorher schon ganz genau wissen, was man machen will
- die Masse ist nicht jedermanns Sache
- → wenn man in einem Raum reinigt und am ersten Tag mit 1000 Leuten zusammen sitzt, das ist schon gewöhnungsbedürftig
- ich kenne auch jemanden, der Fahrzeugtechnik an der FH Ingolstadt studiert, das ist etwas anderes, wenn man mit 20 Leuten in einem Raum sitzt
- das ist auch eine ganz andere Beziehung zum Prof und vor allem zu den anderen Leuten
- hier kommt man erst einmal in eine Masse rein, dort sitzt man zwangsläufig jeden Tag neben den gleichen
- dann gibt es noch so ein paar running gags, dass das Mikrofon nie funktioniert an einer technischen Uni
- + dann gibt es aber auch Sachen, die ich total genial finde, wenn ihr euch mal umschaud, da sieht man überall diese Buchsen am Boden, die kann ich einfach ausdrücken und habe eine Netzwerk-Dose, das ist natürlich Klasse, oder auch dass wir überall wlan haben
- was auch schon fast ein Schandfleck vor allem an dieser Fakultät ist, ist dass man als normaler Student kaum eine Möglichkeit hat ins Internet zu kommen, wenn man keinen eigenen PC hat, oder dass man kaum eine Möglichkeit hat, etwas auszudrucken
- → viele Skripte kann man kaufen oder im Internet herunterladen
- → bei Übungen ist es am schlimmsten, wenn man da keinen eigenen PC, kein Internet hat, dann müsste man quasi da vorne ins Internetcafé, das sind Steinzeit-Computer und es ist teilweise nicht möglich, damit im www zu surfen und sich etwas herunter zu laden
- → an anderen Unis gibt es eben einen richtigen CIP-Pool, wo jeder seine Karte mit einem Kontingent zum Drucken hat, das gibt's hier nicht
- also wenn ich jetzt noch einmal darüber nachdenke, ist es schon krass, ich meine ich habe ein Laptop, aber wenn ich keins hätte, das wäre schon krass
- die TU hat auf jeden Fall ein Image, ein sehr gutes Image
- ich glaube, sie tut auch sehr viel dafür
- ich würde sagen von der Forschungsseite her, dass viel geforscht wird
- dass viel Unterstützung, viel Geld da ist, das stellt auf jeden Fall ein gutes Image dar, als wenn eine Hochschule mehr auf Lehre ausgerichtet ist, theoretischer
- das [die Reputation] ist ja auch etwas, vom dem man in letzter Zeit auch in den Medien gehört hat, das ist, dass vor allem in Bayern aber auch in Deutschland viele Patente angemeldet werden
- und ich glaub, die TU ist da bestimmt ein Spitzenreiter, ich kann das jetzt statistisch nicht belegen, aber ich denke das
- und dafür tut die TU auch viel
- irgendwo habe ich das meistens wieder gelesen, ich glaube online, wir haben in der nächsten Woche hier einen Vortrag extra für Patentrecht, damit sich ein Ingenieur schon im Studium mal damit auseinandersetzt
- das ist auch lustig, ich habe in meinem neuen Hiwi-Job am ersten Tag ein Formular bekommen, wo geregelt ist, was passiert, wenn ich am Lehrstuhl arbeite und irgendwie eine Idee habe, dann muss man damit umgehen, dann kann man das nicht irgendwie nach draußen tun, da hat man unterschreiben, dass das in der Uni bleiben muss und dass ich nicht selbst zum Patentamt rennen kann, das ist alles geregelt
- zum Begriff Stereotyp fällt mir nichts ein
- Image ist glaube ich etwas sehr Wichtiges, das eigene Image, oder das was man verkörpern will, wo man drauf hinarbeitet, ggü. Freunden, Familie, Arbeitgeber, ggü. seinem Umfeld
- oder wenn man es größer sieht, welches Image die Studenten für die TU herausarbeiten, also was für ein Typ ist das, der an die TU geht
- ich würde sagen Ruf und Reputation ist das gleiche wie Image, das würde ich in jedem Fall eng miteinander verknüpfen
- vielleicht etwas mehr auf der akademischen Seite, dass man sagt ein Ruf, eine Reputation ist etwas, das wirklich akademisch belegbar ist
- Image ist etwas, dass sich vielleicht im Kopf mehr von subjektiven Sachen ableitet, während man den Ruf, die Reputation irgendwo belegt
- vielleicht wissenschaftliche Arbeiten, Erfindungen
- das ist ja auch etwas, vom dem man in letzter Zeit auch in den Medien gehört hat, das ist etwas, dass vor allem in Bayern aber auch in Deutschland viele Patente angemeldet werden

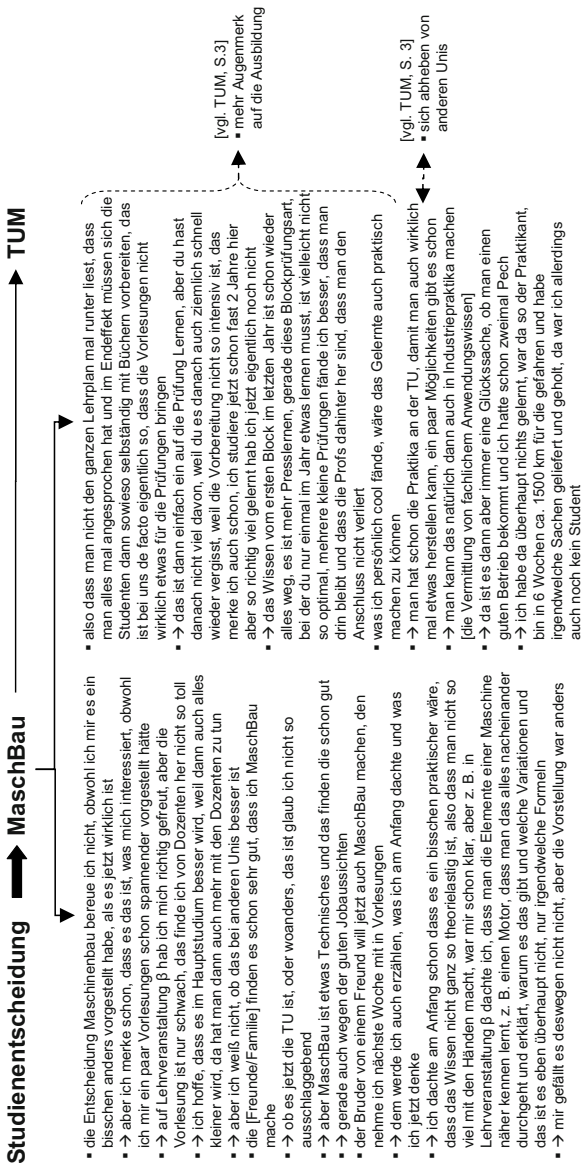
Anhang 2 Cognitive Maps der Maschinenwesen-Studenten, Seite 24 (Interview 24)

←
→
↔
→

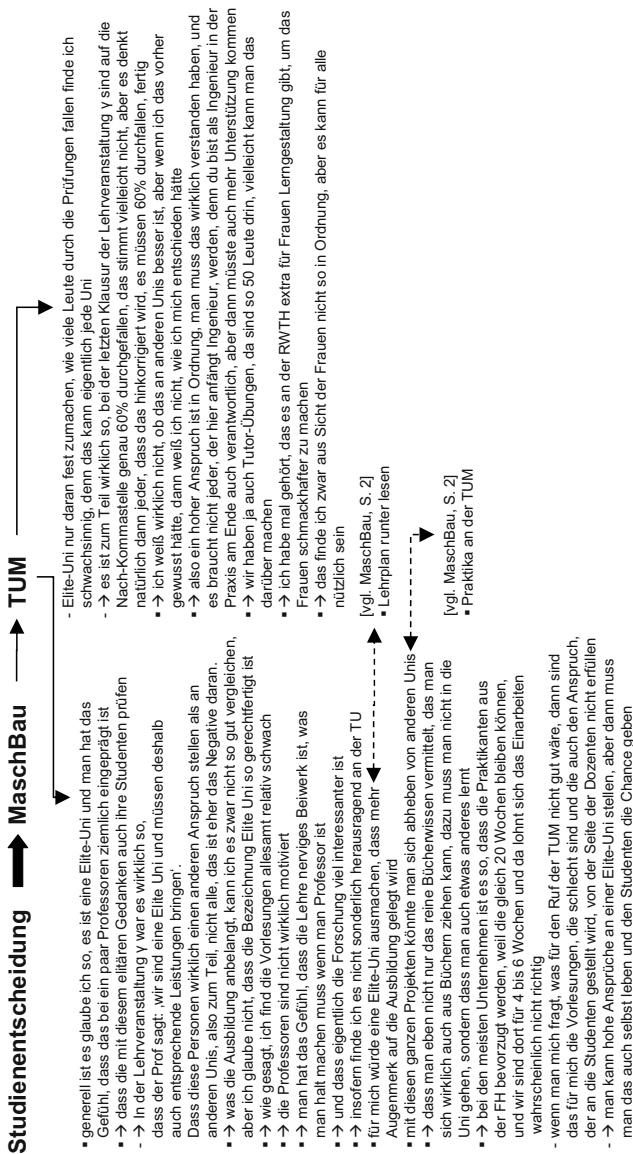
Studienentscheidung **MaschBau** **TUM**

- in der 9. Klasse habe ich mal ein Praktikum bei einem PC-Dienstleister gemacht
- das fand ich eigentlich super, deshalb wollte ich dann unbedingt Informatik studieren
- dann habe ich in der 10. versucht zu programmieren und das war nicht so meins
- Dann hab ich mir ein Mofa gekauft, dass ziemlich alt war und nicht lief. An dem musste ich was tun und das hat mir ziemlich viel Spaß gemacht.
- dann wollte ich etwas Technisches machen, auch weil mir Physik ziemlich viel Spaß gemacht hat
- dann dachte ich an Maschinenbau oder Elektrotechnik, aber ich dachte MaschBau wäre praktischer
- als LKs hatte ich Physik und Wirtschaft, wobei Wirtschaft aus dem Zwang heraus entstanden ist, dass es Geschichte als LK nicht gab
- ich hatte damals schon gemerkt, dass diese Kombination ziemlich aufwendig und schwer wird, aber das waren die Fächer, die mich am meisten interessiert haben
- ich dachte, da wird zwar die Note nicht so gut, aber du hast etwas gelernt
- ich hätte auch Mathe nehmen können, aber in Wirtschaft war der Lehrer nett, deshalb habe ich mich dafür entschieden, aber mit Wirtschaft kann ich nicht wirklich etwas anfangen
- die Entscheidung TU oder FH das war mehr so eine Bauchentscheidung, dass ich lieber an die Uni wollte
- FHs mit MaschBau hätte es in viel mehr Städten gegeben und eigtl. wollte ich auch weg [aus München], war dann aber ein bisschen spät dran, so spät, dass es nur noch an der Uni ging
- nach dem Praktikum [Pflichtpraktikum für MaschBau] bin ich mit meiner Freundin durch Deutschland gefahren und hab mir andere Unis angeschaut
- ich war zuerst in Erlangen, das hat mir nicht so gefallen, da schauten die Technischen Fakultäten der Uni aus wie ein Bungalow-Dorf
- dann bin ich noch nach Aachen gefahren, das hat mir schon gefallen, aber da hätte ich mich noch am selben Tag einschreiben müssen, da war ich nicht spontan genug
- meine Freundin hatte damals in Köln ein Praktikum angefangen, da kann man auch nach Aachen fahren
- und bei Hamburg und Berlin war, glaube ich, der Ruf nicht so toll
- das war jetzt nicht so ausschlaggebend, ich hätte mir auch Hamburg vorstellen können, aber da ist die TU auch ziemlich weit draußen, in Harburg glaube ich
- okay, hier ist es auch ziemlich weit draußen
- so richtig hart beeinflusst hat mich eigentlich niemand
- mein Onkel hat an der TU Verfahrenstechnik studiert, von dem kam das schon ein bisschen die Ingenieur-Richtung
- meine Eltern z.B. haben Medizin studiert, von daher kam das Interesse fürs Technische eher von mir aus
- es war also nicht so, dass ich jemanden kannte, der gesagt hat „die TU ist super“
- ich habe dann selbst geguckt
- im Focus gab es dann das Uni-Ranking, um einfach mal zu wissen, wo kann man das überhaupt studieren
- mit dem Physik LK waren wir sogar zweimal an der TU, zwar nicht im Maschinenbau, sondern bei Physik, hier in Garching, aber vor dem Studium war ich eigentlich nie hier bei MaschBau
- ich habe mir vorher nicht so viele Informationen über die TU und das Studium geholt, wir hatten dann die zwei Einführungstage
- also ich hab mir so ein bisschen die Stundenpläne angeschaut, was du dann hast und welche Prüfungen man schreiben muss, das hat sich alles ganz interessant angehört, Lehrveranstaltung ß hat sich interessant angehört, das hat mich gereizt
- als Resümee kann man festhalten, es ist München geworden, weil ich für die anderen Unis zu spät dran war [lacht]

Anhang 2 Cognitive Maps der Maschinenwesen-Studenten, Seite 25 (Interview 24)



Anhang 2 Cognitive Maps der Maschinenwesen-Studenten, Seite 26 (Interview 24)



Anhang 2 Cognitive Maps der Maschinenwesen-Studenten, Seite 27 (Interview 24)

Studienentscheidung

MaschBau

TUM

- eine genaue Vorstellung vom Begriff Stereotyp habe ich nicht, vielleicht eine Art und Weise, die immer gleich abläuft
 - ein Image ist das Bild, das andere von einem haben, aber wahrscheinlich auch das Bild, das man von sich selbst hat
 - bei der TU würde ich Image oder Ruf sagen, das ist vielleicht nicht das Gleiche, aber sehr ähnlich
 - der Ruf hängt mit dem Image zusammen, er ist vielleicht eher so das Sachliche, was andere von einem Denken und Image eher so das Subjektive
 - → das heißt wenn man vom Ruf oder der Reputation hört, dass das eher an konkreten Sachen festgemacht wird, also ein bisschen objektiver als das Image
 - → und das Image ist vielleicht bei anderen Ingenieuren gleich dem Ruf, wobei Image deshalb vielleicht eher für die Gesamtheit [Allgemeinheit] der Leute gilt
- von der TU würde ich eher sagen sie hat einen Ruf oder eine Reputation, dass man es vielleicht daran festmacht, wie viele TOP-Ingenieure es gibt, die an der TUM studiert haben, wie hoch die Drittmittel sind, die Forschungsgeiler, die Veröffentlichungsquote
 - ich denke der Ruf der TUM ist schon ganz gut, was auch so die Ausstattung betrifft, ich habe in den letzten Jahren gemerkt, dass man dabei vielleicht ein bisschen mehr differenzieren müsste, dass man nicht dieses oberflächliche Bild hat: TU – super, oder Elite-Uni ist generell super, sondern dass man eben ein bisschen mehr differenziert
 - → für mich persönlich zählt da, wie gut die Dozenten unterrichten können
 - → wie viele Übungen oder andere Möglichkeiten es gibt, den Stoff vermittelt zu bekommen, also ob es nur eine Zentralkübung gibt und den Rest muss man sich selbst beschaffen, oder ob es noch Möglichkeiten gibt wie Tutor-Übungen und Zusatzübungen
 - → und auch das studentische Arbeitsgefühl, ich bekomme da schon viel mit
 - ich mache schon viel mit meinen Kommilitonen
 - → ich glaube, wenn sich die Studenten bemühen, dann heißt das schon etwas
 - → vielleicht dass sich die Studenten mit der Uni identifizieren, dass sie was tun wollen
 - → z. B. mit diesem TUFast treten die Studenten gegen andere Unis an
 - → also wenn dieser Biss an einer Uni ist, dann macht das schon einen positiven Eindruck
 - Was ich generell an deutschen Unis ein bisschen schade finde, ist, dass sie diese Identifikation nicht so richtig unterstützen, also im Vergleich zu amerikanischen oder englischen Unis
 - → also z. B. dass beim Abschluss so richtige Feste sind, das gibt's hier alles gar nicht, also so ein bisschen das, was man nach dem Abi hat, diese Phase mit Abi-Feier, Abi-Scherz, Zeugnisverleihung usw., das wird alles zelebriert und an der Uni gar nicht
 - → ich bin ja noch nicht so weit, aber ich glaube, dass es das nicht so gibt
 - der Tag der Fakultät der wirkt für mich so, als ob man nach außen gut ausschauen möchte, für Sponsoren und Geldgeber, denn für Studenten sind 30€ schon sehr teuer, das finde ich z. B. nicht so toll
 - → in England läuft das ja so ab, dass die Geld durch Geldgeber bekommen, die mal da waren [Alumni] und eine tolle Erinnerung an die Uni haben und deswegen, wenn sie einen guten Job haben und viel Geld verdienen, der Uni ein bisschen zurückgeben wollen,
 - → und ich glaube das fehlt an deutschen Unis einfach, deswegen haben die auch ein bisschen Geldprobleme
 - → für mich [als Alumni] käme es darauf an, was mit dem Geld passiert, da würde ich gerne gezielte Sachen fördern, wenn es die Möglichkeit gäbe, dass man so eine Art Stipendien anbietet, dass sozusagen ein paar Studenten bei dem Sponsor selbst ein ganz tolles Praktikum machen können
 - → einfach nur so Geld in die Uni stecken, dazu habe ich nicht den richtigen Bezug zur Uni, ich habe eher den Bezug zu Studenten

Anhang 2 Cognitive Maps der Maschinenwesen-Studenten, Seite 28 (Interview 25)

←
→
↔

Studienentscheidung
→
MaschBau
↔
TUM

- ich habe zwischen Abi und Studium noch Zivi gemacht und bin immer ein bisschen geschwankt zwischen Medizin und MaschBau
 - → ich weiß auch nicht genau wieso
 - → am Anfang hatte ich mir kurz mal Wirtschaftsmathe überlegt gehabt, weil ich Mathe und Wirtschaft LK hatte
 - → ich glaube das Mathe-Studium ist schon recht trocken und ein bisschen Technik ist auch okay, und ich hatte mich immer schon für Autos begeistert
 - → dann habe ich für Medizin keinen Studienplatz bekommen und habe dann MaschBau angefangen
 - → das ist vom Weg her einmal um die ganze Stadt herum, aber das ist okay [lacht], das war dann egal
 - → ich habe mir gesagt, wenn ich MaschBau mach, bleibe ich eben zu Hause für MaschBau habe ich mir gar keine anderen Unis angeschaut
 - → für Medizin war ich mal in Regensburg, aber nirgendwo sonst
 - → ich hatte mich auch in Medizin für Regensburg beworben gehabt
 - → ich war als Zivi Rettungssanitäter und das hat mir sehr viel Spaß gemacht, da hatten wir Praktika in der Klinik und am Anfang ist man da erst einmal der Depp, da habe ich gesehen, dass das nichts für mich ist, ich musste in der Klinik Wasser durch das halbe Haus tragen und das hat mir gelangt
 - → direkt nach dem Zivi habe ich bei BMW ein Praktikum gemacht, eben dieses Vorpraktikum für MaschBau, diese 6 Wochen, und da ist man ganz anders aufgenommen worden, viel besser behandelt worden und dann war die Entscheidung eigentlich klar
 - → meine Mutter wollte eigentlich immer, dass ich Medizin studiere darüber gesprochen, wer sich was vorstellt und der eine hat direkt nach dem Abi angefangen zu studieren und der macht Wirtschaftswirtschaftswesen und bei mir hat sich die Entscheidung für MaschBau mehr so entwickelt, die ganzen anderen Sachen sind weggefallen
 - → also ich bin ganz zufrieden damit
 - → mein Vater ist Bau-Ing und meine Mutter ist Informatikerin, also schon ziemlich technisch, beide haben in Karlsruhe studiert und kannten die TU, wie man sie kennt, wenn man hier wohnt, von außen
 - ich habe mir das auch überlegt, also Aachen ist ja auch recht bekannt und Karlsruhe auch, aber dann wollte ich einfach zu hause bleiben
- [vgl. MaschBau, S. 2]
- ein guter Ruf ist nie schlecht, ich glaube das ist sehr harte Arbeit
 - → Reputation ist für mich das Gleiche
 - ich glaube, dass die TU einen guten Ruf hat
 - also den Begriff Image würde ich von einer Universität fern halten
 - → ich finde ein Image ist vergänglicher als ein Ruf, ein Ruf ist tief verwurzelt, da steckt schon etwas dahinter, ein Image kann auch oberflächlich sein
 - Stereotyp, es gibt natürlich ein Stereotyp von Maschinenbauern, aber das können wir nicht schreiben [erzählt einen Witz über den typischen Maschinenbau-Studenten], den hört man relativ oft
 - → mein Gott, es gibt natürlich Maschinenbauer, die einem Stereotyp gerecht werden, aber es gibt auch andere
- ←
→
↔
- Studienentscheidung**
→
MaschBau
↔
TUM
- in den Rankings habe ich mich auch informiert

Anhang 2 Cognitive Maps der Maschinenwesen-Studenten, Seite 29 (Interview 25)

Studienentscheidung → MaschBau ↔ TUM

- ich mache hier das Doppeldiplom im MaschBau an der TUM und der Technischen Universität Madrid
- → ich habe 2 Jahre hier an der Uni gehabt und den Rest habe ich dort vor Ort, das ist MaschBau, nur dass man beide Abschlüsse bekommt
- ich fahre sowieso schon eine Stunde U-Bahn, oder $\leftarrow \text{---} \text{---} \text{---} \rightarrow$ [vgl. Studienentscheidung, S. 1]
- > wir sind immer so gegen 7 Uhr losgefahren, um vor dem großen Ansturm durch den Mittleren Ring zu kommen
- +ich finde es hier sehr gut
- +auch im Grundstudium hat es mir hier sehr viel Spaß gemacht
- natürlich gibt es auch Sachen, die einem nicht so viel Spaß machen
- +im Vergleich zu Madrid ist es hier echt super, da gibt es überhaupt nichts, das ist in Madrid ganz anders
- → in Spanien ist das System viel verschulter, man hat da seine Klassen, da sind so 30 bis 40 Leute drin, dann kommt der Prof rein und hält seine Vorlesungen
- → das kann man sich so vorstellen wie in der Schule, da hat eben jeder seinen eigenen Tisch, wie in diesen amerikanischen High Schools, und ein Prof hat vielleicht ein bis zwei Leute, die an seinem Lehrstuhl mitarbeiten und dem entsprechend gibt es keine Skripten, du musst alles selbst mitschreiben
- → ich kann mich dafür auch überhaupt nicht motivieren, das ist alles Zeug, was ich hier im Grundstudium schon gemacht habe, ich denke, ich kann das im Prinzip, und für die Spanien muss man das nur auswendig können und dann immer herunterbeten
- → da sitze ich davor, denke „okay, schon mal gesehen“, so läuft das und ich weiß wo es steht und das ist es, was hier in München zählt und dort muss man es eben auswendig wissen
- +ich halte das System in München für deutlich sinnvoller
- > wir haben in Spanien einmal richtig Ferien, im Sommer, in dieser Zeit bringen die viel weniger rüber als hier
- +> hier ist es so die Assistenten am Lehrstuhl machen wahnsinnig viel, dann haben die viele Hwis am Lehrstuhl, die Skripten machen und dann schaut man einfach nach +> und auch diese Trennung von Theorie und Praxis zwischen Vorlesungen und Übungen finde ich sehr sinnvoll, da weiß man, okay jetzt mache ich nur Theorie, das ist schon auch wichtig, aber wenn man nicht hin geht, kann man die Prüfung auch ohne schaffen, und diese Übungen sind schon sehr wichtig, vor allem bekommt man die Aufgabe eben genau vorgerechnet
- > in Spanien ist es wirklich so, dass du mal eine Aufgabe hast, dass werden 10 Schritte übersprungen und dann steht das Ergebnis da und du stehst da und sagst super und was mache ich jetzt damit, das ist dann ein bisschen schwierig
- Das ist für mich nur zu schaffen, weil ich eine recht gute Grundlage aus München habe. Es ist auch so, dass wir in Spanien ins 4. Jahr einsteigen und hier aus dem Vordiplom weggehen, d. h. man überspringt ein Jahr.
- aber ich komm ganz gut mit, die größte Hürde ist die Sprache
- bei den meisten reicht es schon, wenn man sagt man studiert MaschBau, das ist dann ziemlich egal wo, dann denken die sich schon: „oh Gott“, also die wissen schon, dass man sich durch das ganze System durchbeißen muss
- → die Leute, die auch an der TU studiert haben, sind eigentlich ganz positiv eingestellt, wenn man mit denen redet
- die Kollegen meiner Mutter, die MaschBau studiert haben oder etwas mit Maschbauern zu tun haben, die sind dann schon hellhörig und haben auch schon zum Teil gefragt, wann ich fertig werde
- und in Spanien, da weiß ich nicht, ob denen die TUM etwas sagt, aber sobald man aus Deutschland kommt und sagt man ist Ingenieur, dann schauen die schon, also man muss auch sehen, dass sich dieses Fach erst Mitte / Ende der 70er dort entwickelt hat und davor war das Land ja total abgeschottet
- im Grundstudium gab es schon immer eine gewisse Distanz zu den Profs
- ich glaube das ist im Hauptstudium anders, aber das weiß ich noch nicht
- in Madrid ist es auf jeden Fall anders
- ich denke, die Masse der Studenten ist hier das Problem
- es gab einen Prof, der uns im Grundstudium mal auf dem Gang begrüßt hat [lacht], die anderen kennen eben die Leute nicht, wenn 800 Leute anfangen, ist es eben relativ viel
- → für mich ist das egal, die die hingehen wollen, die gehen hin und man kann das Studium auch schaffen, ohne hinzugehen [zu den Lehrveranstaltungen]

Anhang 2 Cognitive Maps der Maschinenwesen-Studenten, Seite 30 (Interview 25)

Studienentscheidung \rightleftarrows MaschBau \rightleftarrows TUM

- wenn man mich fragt, dann würde ich schon für die TU werben
 - + ich bin sehr zufrieden hier
 - + → zum Einen, weil die TU in den meisten Fachbereichen in Deutschland einen sehr guten Ruf hat, nicht überall absolute Spitze, aber doch immer zu den besten 10, besten 5 Deutschland gehört
 - das habe ich aus den Hochschulrankings, die gehen ja durch die Presse, das schaut man dann schon, wo man selbst ist, wo die anderen stehen
 - ich glaube das gibt einen ganz guten Überblick, man darf sich natürlich nicht auf ein Ranking beschränken, denn der Spiegel macht ein anderes als der Focus
 - aber wenn man ein paar durchblättert und auch im Internet schaut, dann gibt das einen ganz guten Überblick
 - ich denke, dass die Lehre bewertet wird, dass bewertet wird, wie die Absolventen die Hochschule beurteilen, wahrscheinlich die Veröffentlichungen, wie viele Drittmittel sie sich aus der Wirtschaft beschaffen
 - ich habe mich auch mit ein paar in Madrid unterhalten, die Maschbau in Aachen studieren und die sagen, dass die RWTH so gut abschneidet, liegt alles daran, dass sie die meisten Absolventen hat und die dann immer sagen die RWTH ist die beste
 - aber das ist auch ein bisschen ein anderes System, also ich kann das schlecht beurteilen
 - zum Anderen aufgrund der positiven Erfahrungen, die ich hier gesammelt habe
 - also es gibt immer ein paar Sachen, die einem nicht gefallen, aber die meisten sind okay, ich bin hier eigentlich immer anständig behandelt worden
 - + → im Hinblick auf das spanische System kann ich sagen, dass man hier gut vorbereitet wird
 - + → auch auf das Internationale, ins Ausland zu gehen
 - + → da gibt es wirklich viele Möglichkeiten, die die TU bietet, gerade mit diesem Doppel Diplom oder dieses ganze Erasmus oder diese „Free Mover“-Stipendien, da gibt es einige an der TU, man muss sich eben selbst darum kümmern, das gehört meiner Meinung nach auch dazu, dass man das an der Uni auch mal selbst macht, dass das einem nicht nur hinterher getragen wird
 - ich glaube es ist grundsätzlich ganz sinnvoll die Stadt zu wechseln, also nicht gehen in München zu bleiben, wenn man aus München kommt, oder in die Stadt rein zu ziehen und von zu hause auszugehen, denn dabei lernt man auch wahnsinnig viel
 - ja das weiß ich aus Spanien, da kommst Du irgendwo an und kämpfst dich durch und versuchst auf Spanisch deine Wohnung zu suchen, das ist schon was anderes
 - ich denke auch der gute Ruf der TUM kommt von den guten Absolventen, von der guten Forschung und von der guten Zusammenarbeit mit der Wirtschaft
 - wir haben mal eine Exkursion zu ZF [Zahnradfabrik] nach Passau gemacht
 - da sind wir mit einem Lehnstuhl-Team hingefahren und die, die uns durch die Fabrik geführt haben, waren schon ganz begeistert von der TU
-
- → waren schon ganz begeistert von der TU
 - die werben da schon für ihr eigenes Unternehmen als Arbeitgeber
 - → ich denke das liegt an guten Erfahrungen mit Absolventen
 - → der uns da eingeladen hat bei ZF, der war früher an diesem Lehrstuhl, das greift dann schon so um sich
 - wir waren auch mal mit Prof H bei Daimler in München und da hat der ehemalige Vorstand Cordes einen Vortrag darüber gehalten, wie er die Sanierung bei Freighliner in den USA gemacht hat, das war auch sehr interessant und an solche Sachen kommt eben nicht leder ran
 - ich habe mit den anderen Fakultäten recht wenig zu tun, wir sind doch recht separiert da in Garching
 - wir haben unsere eigene Fakultät und alle anderen Profs kommen zu uns, die Chemiker, die Physiker, die Mathematiker und die BWLer kommen alle zu uns raus
 - und wir sitzen da so ein bisschen abseits, okay, das nervt ein bisschen, weil eben alles so versprengt ist
 - ich mache da schon einen Unterschied zwischen der TUM und meiner Fakultät, denn wir sind eben total abgeschnitten da draußen
 - → der einzige Grund für mich, nach drinnen zu gehen, war der Sprachkurs, von der Zeit nicht gut, ja und die Immatrikulation, sonst habe ich mit er Innenstadt nichts zu tun
 - ich spüre eigentlich nichts vom Rest der TU, die Chemiker, die Mathematiker und die Physiker treffen sich da draußen mit den Maschbauern und das, war es dann
 - man verfährt ja auch einen guten Teil des Tages, das ist auch auf Dauer nervig
 - ich habe wahnsinnig viele schöne Erinnerungen, gerade an das Grundstudium
 - → da ist man noch mit einer Clique zusammen, da findet man sich im ersten Semester so zusammen und danach geht es so ein bisschen rund
 - → das muss einfach lustig sein, weil es hier ja schon so deprimierend ist

Literaturverzeichnis

- Abbinck, Klaus et al. (2003): The Fisherman's Problem: Exploring the tension between cooperative and non-cooperative concepts in a simple game, in: *Journal of Economic Psychology*, 24. Jg. (2003), Nr. 4, S. 425-445.
- Abelson, Robert P. (1968): *Theories of cognitive consistency: A sourcebook*, Chicago 1968.
- Abratt, Russell (1989): A new approach to the corporate image management process, in: *Journal of Marketing Management*, 5. Jg. (1989), Nr. 1, S. 63-76.
- Ackermann, Laurence D. (1988): Identity strategies that make a difference, in: *The Journal of Business Strategy*, 9. Jg. (1988), Nr. 3, S. 28-32.
- Adams, Jonathan/Eveland, Vicki (2007): Marketing Online Degree Programs: How Do Traditional-Residential Programs Compete?, in: *Journal of Marketing for Higher Education*, 17. Jg. (2007), Nr. 1, S. 67-90.
- Ahlstedt, Leo/Jahnukainen, Iiro (1971): *Yritysjärjestelmä ja yhteistoiminnan ohjauksen kehittäminen*, Helsinki 1971.
- Ahmadi, Mohammad/Helms, Marilyn M./Raiszadeh, Farhad (2001): Business students' perception of faculty evaluations, in: *The International Journal of Educational Management*, 15. Jg. (2001), Nr. 1, S. 12-22.
- Albert, Stuart/Ashforth, Blake E./Dutton, Jane E. (2000): Organizational identity and identification: Charting new waters and building new bridges, in: *Academy of Management Review*, 25. Jg. (2000), Nr. 1, S. 13-17.
- Albert, Stuart/Whetten, David A. (1985): Organizational Identity, in: *Research in Organizational Behavior*, hrsg. v. B. I. M. Staw, 1985, S. 263-295.
- Alexander, David E. (2004): Cognitive mapping as an emergency management training exercise, in: *Journal of Contingencies & Crisis Management*, 12. Jg. (2004), Nr. 4, S. 150-159.
- Alkhalafji, Abbas F. (1989): *A Stakeholder approach to corporate governance. Managing in a dynamic environment*, Westport, CT 1989.
- Alloza, Ángel et al. (2004): Creating the BBVA Experience: Beyond traditional brand management, in: *Corporate Reputation Review*, 7. Jg. (2004), Nr. 1, S. 66-81.
- Altmeppen, Klaus-Dieter (2000): *Medienmanagement als Redaktions- und Produktionsmanagement*, in: *Grundlagen des Medienmanagements*, hrsg. v. M. Karmasin/C. Winter, München 2000, S. 41-58.
- Amrhein, Denise (1998): *Die Universität als Dienstleistungsunternehmen: Innovative Organisationsstrukturen und Motivationskonzepte*, Wiesbaden 1998.
- Anand, Paul (2001): Procedural fairness in economic and social choice: Evidence from a survey of voters, in: *Journal of Economic Psychology*, 22. Jg. (2001), Nr. 2, S. 247-270.
- Anspach, R. R. (1985): Shaping your bank's corporate identity, in: *Bank Marketing*, 15. Jg. (1985), Nr. 10, S. 20-30.
- Antonides, Gerrit/Kroft, Maaikje (2005): Fairness judgments in household decision making, in: *Journal of Economic Psychology*, 26. Jg. (2005), Nr. 6, S. 902-913.
- Argenti, Paul A./Druckman, Bob (2004): Reputation and the corporate brand, in: *Corporate Reputation Review*, 6. Jg. (2004), Nr. 4, S. 368-374.
- Aristoteles (1981): *Die Nikomachische Ethik*, 4. Aufl., München 1981.

- Armstrong, Craig/Shimizu, Katsuhiko (2007): A Review of Approaches to Empirical Research on the Resource-Based View of the Firm, in: *Journal of Management*, 33. Jg. (2007), Nr. 6, S. 959-986.
- Arnold, John et al. (2003): Corporate images of the United Kingdom National Health Service: Implications for the recruitment and retention of nursing and allied health profession staff, in: *Corporate Reputation Review*, 6. Jg. (2003), Nr. 3, S. 223-238.
- Astley, W. Graham/Fombrun, Charles J. (1983): Collective Strategy: The Social Ecology of Organizational Environments, in: *Academy of Management Review*, 8. Jg. (1983), Nr. 4, S. 576-587.
- Atkinson, Anthony A./Waterhouse, John H./Wells, Robert B. (1997): A stakeholder approach to strategic performance measurement, in: *Sloan Management Review*, 38. Jg. (1997), Nr. 3, S. 25-37.
- Atteslander, Peter (2003): *Methoden der empirischen Sozialforschung*, 10. Aufl., Berlin, New York 2003.
- Axelrod, Robert (1976): *Structure of Decision*, Princeton 1976.
- Axelrod, Robert (1995): *Die Evolution der Kooperation*, 3. Aufl., München, Wien 1995.
- Bakewell, Catherine Julia/Gibson-Sweet, Monica Frances (1998): Strategic marketing in a changing environment - are the new UK universities in danger of being "stuck in the middle"?, in: *The International Journal of Educational Management*, 12. Jg. (1998), Nr. 3, S. 108.
- Balmer, John M. T. (1995): Corporate branding and connoisseurship, in: *Journal of General Management*, 21. Jg. (1995), Nr. 1, S. 24-46.
- Balmer, John M. T. (1998): Corporate identity and the advent of corporate marketing, in: *Journal of Marketing Management*, 14. Jg. (1998), Nr. 8, S. 963-996.
- Balmer, John M. T./Gray, Edmund R. (2003): Corporate brands: what are they? What of them?, in: *European Journal of Marketing*, 37. Jg. (2003), Nr. 7/8, S. 972-997.
- Balmer, John M. T./Greysier, Stephen A. (2002): Managing the multiple identities of the corporation, in: *California Management Review*, 44. Jg. (2002), Nr. 3, S. 72-86.
- Balmer, John M. T./Greysier, Stephen A. (2003): *Revealing the corporation: Perspectives on identity, image, reputation, corporate branding, and corporate-level marketing*, New York 2003.
- Balmer, John M. T./Soenen, Guillaume B. (1999): The acid test of corporate identity management, in: *Journal of Marketing Management*, 15. Jg. (1999), Nr. 1-3, S. 69-92.
- Balmer, John M. T./Stotvig, Snorre (1997): Corporate identity and private banking: A review and case study, in: *International Journal of Bank Marketing*, 15. Jg. (1997), Nr. 4/5, S. 169-184.
- Balmer, John M. T./Wilkinson, Adrian (1991): Building Societies: Change, Strategy and Corporate Identity, in: *Journal of General Management*, 17. Jg. (1991), Nr. 2, S. 20.
- Bamberger, Ingolf/Wrona, Thomas (1996): Der Ressourcenansatz und seine Bedeutung für die Strategische Unternehmensführung, in: *Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung*, 48. Jg. (1996), Nr. 2, S. 130-153.
- Bana e Costa, Carlos A./Fernandes, Tânia G./Correia, Paulo V. D. (2006): Prioritisation of public investments in social infrastructures using multicriteria value analysis and decision conferencing: A case study, in: *International Transactions in Operational Research*, 13. Jg. (2006), Nr. 4, S. 279-297.
- Barnard, Chester Irving (1938 [1974]): *The Functions of the Executive*, Cambridge, MA. 1938 [1974].
- Barney, Jay B. (1991): Firm resources and sustained competitive advantage, in: *Journal of Management*, 17. Jg. (1991), Nr. 1, S. 99-120.

- Barney, Jay B./Stewart, Alice C. (2002): Organizational identity as moral philosophy: Competitive implications for diversified corporations, in: *The Expressive Organization: Linking Identity, Reputation and the Corporate Brand*, hrsg. v. M. Schultz/M. J. Hatch/M. H. Larsen, Oxford 2002, S. 36-47.
- Barr, Pamela S./Stimpert, J. L./Huff, Anne S. (1992): Cognitive change, strategic action, and organizational renewal, in: *Strategic Management Journal*, 13. Jg. (1992), Nr. 5, S. 15-36.
- Barr, Steve H./Pawar, Badrinarayan S. (1995): Organizational citizenship behavior: Domain specifications for three middle range theories, in: *Academy of Management Proceedings*, S. 302-306, Juan les Pins, Frankreich 1995.
- Basu, Kunal/Palazzo, Guido (2005): An inductive typology for corporate social responsibility, in: *Academy of Management Proceedings*, S. C1-C6, Honolulu 2005.
- BDA, Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände/HRK, Hochschulrektorenkonferenz (2003): *Wegweiser der Wissensgesellschaft: Zur Zukunfts- und Wettbewerbsfähigkeit unserer Hochschulen*, Berlin 2003.
- Bea, Franz X./Haas, Jürgen (2001): *Strategisches Management*, 3. Aufl., Stuttgart 2001.
- Becker, Thomas E./Martin, Scott L. (1995): Trying to look bad at work: Methods and motives for managing poor impressions in organizations, in: *Academy of Management Journal*, 38. Jg. (1995), Nr. 1, S. 174-199.
- Beer, Michael/Eisenstat, Russell A./Spector, Bert (1990): *The Critical Path to Corporate Renewal*, Boston 1990.
- Bengtsson, Maria/Kock, Sören (2000): "Cooperation" in Business Networks - to Cooperate and Compete Simultaneously, in: *Industrial Marketing Management*, 29. Jg. (2000), Nr. 5, S. 411-427.
- Bengtsson, Maria/Kock, Sören (2003): Tension in Co-opetition, Paper vorgestellt auf der 2003 Academy of Marketing Science Annual Conference, Washington D.C. 2003.
- Benkenstein, Martin/Stuhldreier, Uwe (2001): Kundenwertsteigerung durch Beziehungsmarketing im Privatkundengeschäft von Universalbanken, in: *Kundenwert: Grundlagen - Innovative Konzepte - Praktische Umsetzung*, hrsg. v. B. Günter/S. Helm, Wiesbaden 2001, S. 641-658.
- Bennett, Roger (2004): Students motives for enrolling on business degrees in a post-1992 university, in: *The International Journal of Educational Management*, 18. Jg. (2004), Nr. 1, S. 25-36.
- Bennett, Roger/Gabriel, Helen (2003): Image and reputational characteristics of UK charitable organizations: An empirical study, in: *Corporate Reputation Review*, 6. Jg. (2003), Nr. 3, S. 276-289.
- Bensaou, M. (1997): Interorganizational Cooperation: The Role of Information Technology an Empirical Comparison of U.S. and Japanese Supplier Relations, in: *Information Systems Research*, 8. Jg. (1997), Nr. 2, S. 107.
- Berens, Guido (2002): Raising the corporate umbrella: Corporate communications in the 21st century (book), in: *Corporate Reputation Review*, 5. Jg. (2002), Nr. 2/3, S. 266.
- Berens, Guido/Van Riel, Cees B. M. (2004): Corporate associations in the academic literature: Three main streams of thought in the reputation measurement literature, in: *Corporate Reputation Review*, 7. Jg. (2004), Nr. 2, S. 161-178.
- Berger, Christoph et al. (2005): Co-Designing modes of cooperation at the customer interface: Learning from exploratory research, in: *European Management Review*, 3. Jg. (2005), Nr. 2, S. 70-87.

- Berghoff, Sonja et al. (2008): Das CHE-ForschungsRanking deutscher Universitäten 2007, in: Arbeitspapiere des Centrums für Hochschulentwicklung, Nr. 102, hrsg. v. CHE, Centrum für Hochschulentwicklung, Gütersloh 2008.
- Berghoff, Sonja et al. (2008): CHE Hochschulranking: Vorgehensweise und Indikatoren, in: Arbeitspapiere des Centrums für Hochschulentwicklung, hrsg. v. CHE, Centrum für Hochschulentwicklung, Gütersloh 2008.
- Berle, Adolf A./Means, Gardiner C. (1932 [1991]): *The Modern Corporation and Private Property*, New York 1932 [1991].
- Beth, Hanno/Pross, Harry (1976): *Einführung in die Kommunikationswissenschaft*, Stuttgart et al. 1976.
- Bhattacharya, C. B./Elsbach, Kimberly D. (2002): Us versus them: The roles of organizational identification and disidentification in social marketing, in: *Journal of Public Policy & Marketing*, 21. Jg. (2002), Nr. 1, S. 26-36.
- Bhattacharya, C. B./Sen, Sankar (2003): Consumer - company identification: A framework for understanding consumers' relationships with companies, in: *Journal of Marketing*, 67. Jg. (2003), Nr. 2, S. 76-88.
- Birkigt, Klaus/Stadler, Marinus M. (1980): *Corporate Identity: Grundlagen, Funktionen, Fallbeispiele*, Landsberg am Lech 1980.
- BMBF (2008): *Grund- und Strukturdaten 2007/2008. Daten zur Bildung in Deutschland*, in: Veröffentlichungen des Bundesministeriums für Bildung und Forschung, hrsg. v. Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF); Referat Statistik, Internationale Vergleichsanalysen, Bonn, Berlin 2008.
- Bode, Christian (1996): Die deutschen Universitäten im internationalen Wettbewerb, in: *Erfurter Universitätsreden IV-VII*, hrsg. v. P. Glotz, München 1996, S. 81-96.
- Bodendorf, Freimut (1998): Konzepte zur Gestaltung universitärer Führungssysteme, in: *Gestaltungskonzepte für Hochschulen: Effizienz, Effektivität, Evolution*, hrsg. v. H.-U. Kupper/E. J. Sinz, Stuttgart 1998, S. 73-132.
- Bolino, Mark C./Turnley, William H./Bloodgood, James M. (2002): Citizenship behavior and the creation of social capital in organizations, in: *The Academy of Management Review*, 27. Jg. (2002), Nr. 4, S. 505-522.
- Bolte, Annegret/Porschen, Stephanie (2006): *Die Organisation des Informellen: Modelle zur Organisation von Kooperation im Arbeitsalltag*, 2006.
- Bolten, Jürgen (2007): *Einführung in die Interkulturelle Wirtschaftskommunikation*, Göttingen 2007.
- Bolten, Jürgen (1994): Im Spiel der Lebenswelten. Zur theoretischen Grundlegung interkultureller Kommunikationstrainings, in: *Kommunikationstraining im wirtschaftlichen Umfeld*, hrsg. v. T. Bungarten, Tostedt 1994, S. 17-34.
- Bonel, Elena/Rocco, Elena (2007): Coopeting to Survive; Surviving Coopetition, in: *International Studies of Management & Organization*, 37. Jg. (2007), Nr. 2, S. 70-96.
- Bougon, Michel G. (1983): Uncovering cognitive maps - The Self-Q Technique, in: *Beyond Method: Strategies for Social Research*, hrsg. v. G. Morgan, 1983, S. 173-188.
- Bougon, Michel G. (1986): *Using the Self-Q Interview Process*, 5. Aufl., 1986.
- Bougon, Michel G. (1992): Congregate cognitive maps: A unified dynamic theory of organization and strategy, in: *Journal of Management Studies*, 29. Jg. (1992), Nr. 3, S. 369-389.
- Bougon, Michel G./Weick, Karl/Binkhorst, Din (1977): Cognition in organizations: An analysis of the Utrecht Jazz Orchestra, in: *Administrative Science Quarterly*, 22. Jg. (1977), Nr. 4, S. 606.
- Bourdieu, Pierre (1989): *Distinction. A social critique of the judgement of taste*, Londen 1989.

- Bowie, N. (1988): The moral obligations of multinational corporations, in: Problems of international justice, hrsg. v. S. Luper-Foy, Boulder 1988, S. 97-113.
- Bowie, N. (1994): A Kantian theory of capitalism, in: Ruffin Lectures Proceedings, S. Charlottesville 1994.
- Brandes, Wolfgang et al. (1989): Eingruppierungsunterschiede von Frauen und Männern beim Staat als Arbeitgeber, in: Mitteilungen aus der Arbeitsmarkt- und Berufsforschung, 22. Jg. (1989), Nr. 2, S. 248-276.
- Brenner, Steven N. (1993): The Stakeholder Theory of the Firm and Organizational Decision Making: Some Propositions and a Model, in: Proceedings of the Fourth Annual Meeting of the International Association for Business and Society Proceedings, S. 205–210, San Diego 1993.
- Brenner, Steven N. (1995): Stakeholder theory of the firm: Its consistency with current management techniques, in: Understanding Stakeholder Thinking, hrsg. v. J. Näsi, Jyväskylä 1995, S. 75-96.
- Brett, Joan F./Cron, William L./Slocum Jr, John W. (1995): Research notes. Economic dependency on work: A moderator of the relationship between organizational commitment and performance, in: Academy of Management Journal, 38. Jg. (1995), Nr. 1, S. 261-271.
- Brickson, Shelley L. (2005): Organizational Identity Orientation: Forging a Link between Organizational Identity and Organizations' Relations with Stakeholders, in: Administrative Science Quarterly, 50. Jg. (2005), Nr. 4, S. 576-609.
- Briggs, Barnaby (2005): Good neighbours are good for business, in: OECD Observer, 13. Jg. (2005), Nr. 248, S. 25-26.
- Bromley, Dennis B. (2001): Relationships between personal and corporate reputation, in: European Journal of Marketing, 35. Jg. (2001), Nr. 3/4, S. 316-334.
- Brown, Tom et al. (2006): Identity, intended image, construed image, and reputation: An interdisciplinary and suggested terminology, in: Journal of the Academy of Marketing Science, 34. Jg. (2006), Nr. 2, S. 99-106.
- Browning, Larry D./Beyer, Janice M./Shetler, Judy C. (1995): Building cooperation in a competitive industry: SEMATECH and the semiconductor industry, in: Academy of Management Journal, 38. Jg. (1995), Nr. 1, S. 113-151.
- Bruhn, Manfred (2005): Marketing für Nonprofit Organisationen: Grundlagen, Konzepte, Instrumente, Stuttgart 2005.
- Bruhn, Manfred (2006): Qualitätsmanagement für Dienstleistungen: Grundlagen, Konzepte, Methoden, 6. Aufl., Berlin u. a. 2006.
- Bruhn, Manfred/Hadwich, Karsten (2006): Produkt- und Servicemanagement: Konzepte, Methoden, Prozesse, München 2006.
- Bruhn, Manfred/Homburg, Christian (2004): Gabler Lexikon Marketing, 2. Aufl., Wiesbaden 2004.
- Brütsch, David (1999): Gestaltung virtueller Organisationen – Neue Chancen durch den Aufbau von kooperativen Netzwerken, Dissertation, BWI Logistik-, Operations und Supply Chain Management, Zürich 1999.
- Buch, Florian /Hener, Yorck/Stuckrad, Thimo v. (2006): Prognose der Studienkapazitätsüberschüsse und -defizite in den Bundesländern bis zum Jahr 2020, in: Arbeitspapiere des Centrum für Hochschulentwicklung, 77, hrsg. v. CHE, Centrum für Hochschulentwicklung, Gütersloh 2006.
- Bundesministerium der Justiz (2008): Abgabenordnung. Fassung vom 13.08.2008.

- Buschor, Ernst (2007): Möglichkeiten und Grenzen der marktorientierten Führung von Bildungseinrichtungen, in: *Marktorientierte Führung im wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Wandel*, hrsg. v. M. Bruhn/M. Kirchgeorg/J. Meier, Wiesbaden 2007, S. 283-297.
- Buttgereit, Michael/Holtkamp, Rolf/Teichler, Ulrich (1984): *Hochschulzertifikate in der betrieblichen Einstellungspraxis*, Bad Honnef 1984.
- Calori, Roland/Johnson, Gerry/Sarmin, Philippe (1994): CEOs' cognitive maps and the scope of the organization, in: *Strategic Management Journal*, 15. Jg. (1994), Nr. 6, S. 437-457.
- Carmeli, Abraham (2004): The link between organizational elements, perceived external prestige and performance, in: *Corporate Reputation Review*, 6. Jg. (2004), Nr. 4, S. 314-331.
- Carmeli, Abraham/Tishler, Asher (2005): Perceived organizational reputation and organizational performance: An empirical investigation of industrial enterprises, in: *Corporate Reputation Review*, 8. Jg. (2005), Nr. 1, S. 13-30.
- Carpenter, Jeffrey P. (2003): Is fairness used instrumentally? Evidence from sequential bargaining, in: *Journal of Economic Psychology*, 24. Jg. (2003), Nr. 4, S. 467-489.
- Carroll, Archie B. (1989): *Business and Society: Ethics and Stakeholder Management*, Cincinnati, OH 1989.
- Carroll, Archie B. (1991): The pyramid of corporate social responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders, in: *Business Horizons*, 34. Jg. (1991), Nr. 4, S. 39.
- Carroll, Archie B. (1993): *Business and Society: Ethics and Stakeholder Management*, 2. Aufl., Cincinnati, OH 1993.
- Carroll, Archie B./Näsi, Juha (1997): Understanding Stakeholder Thinking: Themes from a Finnish Conference, in: *Business Ethics: A European Review*, 6. Jg. (1997), Nr. 1, S. 46-51.
- Chesbrough, Henry W. (2003a): *Open Innovation. The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*, Boston 2003.
- Chesbrough, Henry W. (2003b): The Era of Open Innovation, in: *MIT Sloan Management Review*, 44. Jg. (2003), Nr. 3, S. 35-41.
- Chevalier, Jacques (2001): *Stakeholder Analysis and Natural Resource Management*, <http://http-server.carleton.ca/~jchevali/STAKEH2.html> [Zugriff am 11.11.2007].
- Chivers, Geoff (2006): The work roles and development needs of vocational lifelong learning professionals in British higher education, in: *Journal of European Industrial Training*, 30. Jg. (2006), Nr. 3, S. 166-187.
- Christensen, Lars T./Askegaard, Sören (2001): Corporate identity and corporate image revisited - A semiotic perspective, in: *European Journal of Marketing*, 35. Jg. (2001), Nr. 3/4, S. 292-315.
- Christensen, Lars T./Cheney, George (2002): Self-absorption and self-seduction in the corporate identity game, in: *The Expressive Organization: Linking Identity, Reputation and the Corporate Brand*, hrsg. v. M. Schultz/M. J. Hatch/M. H. Larsen, Oxford 2002, S. 246-270.
- Clarke, Ian/Horita, Masahide/MacKanes, William (2000): The spatial knowledge of retail decision makers: Capturing and interpreting group insight using a composite cognitive map, in: *International Review of Retail, Distribution & Consumer Research*, 10. Jg. (2000), Nr. 3, S. 265-285.
- Clarkson, Max E. (1994): A risk based model of stakeholder theory, Paper vorgestellt auf der Second Toronto Conference on Stakeholder Theory, University of Toronto, Toronto 1994.
- Clarkson, Max E. (1995): A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance, in: *Academy of Management Review*, 20. Jg. (1995), Nr. 1, S. 92-117.
- Coase, R. H. (1937): The Nature of the Firm, in: *Economica*, 4. Jg. (1937), Nr. 16, S. 386-405.

- Coban, Orhan/Secme, Gökhan (2005): Prediction of socio-economical consequences of privatization at the firm level with fuzzy cognitive mapping, in: *Information Sciences*, 169. Jg. (2005), Nr. 1/2, S. 131-154.
- Cohen, Wesley M./Levinthal, Daniel A. (1990): Absorptive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation, in: *Administrative Science Quarterly*, 35. Jg. (1990), Nr. 1, S. 128-152.
- Corley, Kevin G./Cochran, Philip L./Comstock, Thomas G. (2001): Image and the impact of public affairs management on internal stakeholders, in: *Journal of Public Affairs*, 1. Jg. (2001), Nr. 1, S. 53.
- Corley, Kevin G./Gioia, Dennis A. (2004): Identity ambiguity and change in the wake of a corporate spin-off, in: *Administrative Science Quarterly*, 49. Jg. (2004), Nr. 2, S. 173-208.
- Cornell, Bradford/Shapiro, Alan C. (1987): Corporate stakeholders and corporate finance, in: *Financial Management*, 16. Jg. (1987), Nr. 1, S. 5-14.
- Corrall, Sheila (2008): Information literacy strategy development in higher education: An exploratory study, in: *International Journal of Information Management*, 28. Jg. (2008), Nr. 1, S. 26-37.
- Corsten, Hans/Stuhlmann, Stephan (1998): Zur Mehrstufigkeit in der Dienstleistungsproduktion, in: *Handbuch Dienstleistungsmanagement*, hrsg. v. M. Bruhn/H. Meffert, Wiesbaden 1998, S. 141-162.
- Cossette, Pierre/Audet, Michel (1992): Mapping of an idiosyncratic schema, in: *Journal of Management Studies*, 29. Jg. (1992), Nr. 3, S. 325.
- Crane, Andrew et al. (2005): Stakeholder democracy: Towards a multi-disciplinary view, in: *Business Ethics: A European Review*, 14. Jg. (2005), Nr. 1, S. 67-75.
- Creswell, John W. (1998): *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among five Traditions*, Thousand Oaks, London, New Delhi 1998.
- Czarniawska, Barbara (2002): Identity lost or identity found? Celebration and lamentation over the postmodern view of identity in social science and fiction, in: *The Expressive Organization: Linking Identity, Reputation and the Corporate Brand*, hrsg. v. M. Schultz/M. J. Hatch/M. H. Larsen, Oxford 2002, S. 271-283.
- D'Aveni, Richard A. (1994): *Hypercompetition: Managing the Dynamics of Strategic Maneuvering*, New York 1994.
- Darr, Asaf (2001): The customer's victory: From corporation to cooperation (Book), in: *Administrative Science Quarterly*, 46. Jg. (2001), Nr. 1, S. 161-163.
- David, Paul A./Mowery, David/Steinmueller, W. Edward (1992): Analysing the Economic Payoffs from Basic Research, in: *Economics of Innovation and New Technology*, 1. Jg. (1992), Nr. 1, S. 73-90.
- David, Tyler (2001): Cognitive mapping: A tool to support strategic management, in: *Journal of Fashion Marketing & Management*, 5. Jg. (2001), Nr. 4, S. 353-357.
- Davidow, William H./Malone, Michael S. (1992): *The Virtual Corporation – Structuring and Revitalizing the Corporation for the 21st Century*, New York 1992.
- Davies, Gary/Chun, Rosa (2002): Relations between internal and external dimensions, in: *Corporate Reputation Review*, 5. Jg. (2002), Nr. 2/3, S. 143.
- Davies, Gary et al. (2001): The personification metaphor as a measurement approach for corporate reputation, in: *Corporate Reputation Review*, 4. Jg. (2001), Nr. 2, S. 113.
- Davies, Gary et al. (2004): A corporate character scale to assess employee and customer views of organization reputation, in: *Corporate Reputation Review*, 7. Jg. (2004), Nr. 2, S. 125-146.

- Davies, John L./Melchiori, Gerlinda S. (1982): Developing the Image and Public Reputation of Universities: The Managerial Process, in: *International Journal of Institutional Management in Higher Education*, 6. Jg. (1982), Nr. 2, S. 87-108.
- Davies, Mark/Preston, Diane/Wilson, John (1992): Elements of not-for-profit services: A case of university student accommodation, in: *European Journal of Marketing*, 26. Jg. (1992), Nr. 12, S. 56-71.
- De Chernatony, Leslie (1999): Brand Management Through Narrowing the Gap Between Brand Identity and Brand Reputation, in: *Journal of Marketing Management*, 15. Jg. (1999), Nr. 1-3, S. 157-179.
- De Cremer, David/Tyler, Tom R./Ouden, Nathalie den (2005): Managing cooperation via procedural fairness: The mediating influence of self-other merging, in: *Journal of Economic Psychology*, 26. Jg. (2005), Nr. 3, S. 393-406.
- De George, Richard T. (2008): Reflections on "CITIZENSHIP, INC." in: *Business Ethics Quarterly*, 18. Jg. (2008), Nr. 1, S. 43-50.
- Deepphouse, David (2002): The term 'Reputation Management': Users, uses and the trademark tradeoff, in: *Corporate Reputation Review*, 5. Jg. (2002), Nr. 1, S. 9.
- DeShields Jr, Oscar W./Kara, Ali/Kaynak, Erdener (2005): Determinants of business student satisfaction and retention in higher education: Applying Herzberg's two-factor theory, in: *The International Journal of Educational Management*, 19. Jg. (2005), Nr. 2, S. 128-139.
- Deutsche Bundesregierung (2007): Entwurf eines Gesetzes zur Aufhebung des Hochschulrahmengesetzes. Fassung vom 23.07.2007.
- Deutscher Bundestag (1896): Bürgerliches Gesetzbuch. Fassung vom 27.02.2007.
- Deutscher Bundestag (1976): Körperschaftsteuergesetz. Fassung vom 7.12.2006, http://www.gesetze-im-internet.de/bundesrecht/kstg_1977/gesamt.pdf [Zugriff am 07.03.2007].
- Deutscher Bundestag (2002): Gesetz zur Reform der Professorenbesoldung. Fassung vom 22.02.2002.
- Deutscher Bundestag (2007): Hochschulrahmengesetz. Fassung vom 12.04.2007.
- Dey, Ian (1999): *Grounding Grounded Theory: Guidelines for Qualitative Inquiry*, San Diego et al. 1999.
- Diekmann, Andreas (1998): *Empirische Sozialforschung: Grundlagen, Methoden, Anwendungen*, 4. Aufl., Hamburg 1998.
- Dilger, Alexander (2007a): Bildungsbetriebe, in: *Handwörterbuch der Betriebswirtschaft*, hrsg. v. R. Köhler/H.-U. Küpper/A. Pfingsten, Stuttgart 2007, S. 170-178.
- Dilger, Alexander (2007b): *German Universities as State-sponsored Co-operatives*, Insitut für Ökonomische Bildung an der Universität Münster 2007.
- Dimofte, Claudiu V./Johansson, Johny K. (2006): Brand Stereotypes and Consumer Judgments: The Automatic Shifting of Standards in Brand Evaluations, in: *Advances in Consumer Research*, 33. Jg. (2006), Nr. 1, S. 312-312.
- Dodge, H. Robert/Summer, Harry H. (1969): Choosing between retail stores, in: *Journal of Retailing*, 45. Jg. (1969), Nr. 3, S. 11.
- Donaldson, Thomas/Preston, Lee E. (1995): The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence, implications, in: *Academy of Management Review*, 20. Jg. (1995), Nr. 1, S. 65-91.
- Dowling, Grahame R. (1986): Managing your corporate images, in: *Industrial Marketing Management*, 15. Jg. (1986), Nr. 2, S. 109-115.
- Dowling, Grahame R. (1988): Measuring corporate images: A review of alternative approaches, in: *Journal of Business Research*, 17. Jg. (1988), Nr. 1, S. 27-34.

- Dowling, Grahame R. (1993): Developing your company image into a corporate asset, in: *Long Range Planning*, 26. Jg. (1993), Nr. 2, S. 101-109.
- Dowling, Grahame R. (2001): *Creating corporate reputations: Identity, image, and performance*, New York 2001.
- Dowling, Grahame R. (2004): Corporate reputations: Should you compete on yours?, in: *California Management Review*, 46. Jg. (2004), Nr. 3, S. 19-36.
- Dowling, Michael J. et al. (1996): Multifaceted relationships under coepetition, in: *Journal of Management Inquiry*, 5. Jg. (1996), Nr. 2, S. 155-167.
- Doyle, James K. (1997): The cognitive psychology of systems thinking, in: *System Dynamics Review*, 13. Jg. (1997), Nr. 3, S. 253-265.
- Driscoll, Cathy/Crombie, Annie (2001): Stakeholder Legitimacy Management and the Qualified Good Neighbor: The Case of Nova Nada and JDI, in: *Business & Society*, 40. Jg. (2001), Nr. 4, S. 442.
- Driscoll, Cathy/Starik, Mark (2004): The Primordial Stakeholder: Advancing the Conceptual Consideration of Stakeholder Status for the Natural Environment, in: *Journal of Business Ethics*, 49. Jg. (2004), Nr. 1, S. 55-73.
- Drosdowski, Günther (1990): *Duden Fremdwörterbuch*, 5. Aufl., Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich 1990.
- Drummond, Graeme (2004): Consumer confusion: Reduction strategies in higher education, in: *The International Journal of Educational Management*, 18. Jg. (2004), Nr. 5, S. 317-323.
- Du Gay, Paul (2002): Markets and meanings: Re-imagining organizational life, in: *The Expressive Organization: Linking Identity, Reputation and the Corporate Brand*, hrsg. v. M. Schultz/M. J. Hatch/M. H. Larsen, Oxford 2002, S. 66-74.
- Duimering, P. Robert/Safayeni, Fitssnik (1998): The role of language and formal structure in the construction and maintenance of organizational images, in: *International Studies of Management & Organization*, 28. Jg. (1998), Nr. 3, S. 57-85.
- Dukerich, Janet M./Carter, Suzanne M. (2002): Distorted images and reputation repair, in: *The Expressive Organization: Linking Identity, Reputation and the Corporate Brand*, hrsg. v. M. Schultz/M. J. Hatch/M. H. Larsen, Oxford 2002, S. 97-112.
- Dülfer, Eberhard (2001): *Internationales Management in unterschiedlichen Kulturbereichen*, München et al. 2001.
- Dutton, Jane E./Dukerich, Janet M. (1991): Keeping an eye on the mirror: Image and identity in organizational adaptation, in: *Academy of Management Journal*, 34. Jg. (1991), Nr. 3, S. 517-554.
- Dutton, Jane E./Dukerich, Janet M./Harquail, Celia V. (1994): Organizational images and member identification, in: *Administrative Science Quarterly*, 39. Jg. (1994), Nr. 2, S. 239-263.
- Eberl, Markus/Schwaiger, Manfred (2005): Corporate reputation: disentangling the effects on financial performance, in: *European Journal of Marketing*, 39. Jg. (2005), Nr. 7/8, S. 838-854.
- Eckardstein, Dudo von/Oechsler, Walter A./Scholz, Christian (2001): Personalmanagement und Dienstrechtsreform an deutschen Hochschulen - Eine kritische Analyse, in: *Zeitschrift für Personalforschung*, 15. Jg. (2001), Nr. 1, S. 5-17.
- Eden, Colin (1988): Cognitive mapping, in: *European Journal of Operational Research*, 36. Jg. (1988), Nr. 1, S. 1-13.
- Eden, Colin (1992a): Strategy development as a social process, in: *Journal of Management Studies*, 29. Jg. (1992), Nr. 6, S. 799-811.
- Eden, Colin (1992b): On the nature of cognitive maps, in: *Journal of Management Studies*, 29. Jg. (1992), Nr. 3, S. 261-265.

- Eden, Colin (2004): Analyzing cognitive maps to help structure issues or problems, in: *European Journal of Operational Research*, 159. Jg. (2004), Nr. 3, S. 673-686.
- Eden, Colin/Ackermann, Fran (1993): Evaluating strategy - its role within the context of strategic control, in: *Journal of the Operational Research Society*, 44. Jg. (1993), Nr. 9, S. 853-865.
- Eden, Colin/Ackermann, Fran/Cropper, Steve (1992): The analysis of cause maps, in: *Journal of Management Studies*, 29. Jg. (1992), Nr. 3, S. 309-324.
- Eden, Colin et al. (1981): The intersubjectivity of issues and issues of intersubjectivity, in: *Journal of Management Studies*, 18. Jg. (1981), Nr. 1, S. 37-47.
- Eden, Colin/Sims, David (1981): Subjectivity in problem identification, in: *Interfaces*, 11. Jg. (1981), Nr. 1, S. 68-74.
- Edmonds, Jane C. et al. (1992): Can equal opportunity be made more equal?, in: *Harvard Business Review*, 70. Jg. (1992), Nr. 2, S. 138.
- Einwiller, Sabine/Will, Markus (2002): Towards an integrated approach to corporate branding – an empirical study, in: *Corporate Communications: An International Journal*, 7. Jg. (2002), Nr. 2, S. 100-109.
- Ellwein, Thomas (1985): *Die deutsche Universität: Vom Mittelalter bis zur Gegenwart*, Königstein 1985.
- Elstak, Mirdita N./van Riel, Cees B. M. (2005): Organizational Identity Change: An Alliance Between Organizational Identity And Identification, in: *Academy of Management Proceedings*, S. E1-E6, Honolulu 2005.
- Engelhardt, Werner Hans/Kleinaltenkamp, Michael/Reckenfelderbäumer, Martin (1992): Dienstleistungen als Absatzobjekt, in: *Arbeitsberichte des Instituts für Unternehmensführung und Unternehmensforschung an der Ruhr-Universität Bochum*, 52, hrsg. v. W. H. Engelhardt, Institut für Unternehmensführung und Unternehmensforschung an der Ruhr-Universität Bochum, Bochum 1992.
- Enns, Harvey G./Thomas W, Ferratt/Prasad, Jayesh (2006): Beyond Stereotypes Of IT Professionals: Implications For IT HR Practices, in: *Communications of the ACM*, 49. Jg. (2006), Nr. 4, S. 105-109.
- Ericsson, K. A. (1996): *The Road to Expert Performance. Empirical Evidence from the Arts and Sciences, Sports, and Games*, Mahwah 1996.
- Erikson, Erik H. (1968): *Identity, youth, and crisis*, New York 1968.
- Esch, Franz-Rudolf (2004): *Strategie und Technik der Markenführung*, 2. Aufl., München 2004.
- Esch, Franz-Rudolf/Wicke, A. (2001): Herausforderungen und Aufgaben des Markenmanagements, in: *Moderne Markenführung*, hrsg. v. F.-R. Esch, Wiesbaden 2001, S. 3-55.
- Etzioni, Amitai (1964): *Modern Organizations*, Englewood-Cliffs 1964.
- Fazey, D./Fazey, J. (2001): The potential for autonomy in learning: perceptions of competence, motivation and locus of control in first-year undergraduate students, in: *Studies in Higher Education*, 26. Jg. (2001), Nr. 3, S. 345-361.
- Federkeil, Gero/Ziegele, Frank (2001): Globalhaushalte an Hochschulen in Deutschland - Entwicklungsstand und Empfehlungen, in: *Arbeitspapiere des Centrums für Hochschulentwicklung*, Nr. 32, hrsg. v. CHE, Centrum für Hochschulentwicklung, Gütersloh 2001.
- Feess, Eberhard (2004): *Mikroökonomie: eine spieltheoretisch- und anwendungsorientierte Einführung*, 3. Aufl., Marburg 2004.
- Fennis, Bob M./Pruyn, Ad Th. H. (2007): You are what you wear: Brand personality influences on consumer impression formation, in: *Journal of Business Research*, 60. Jg. (2007), Nr. 6, S. 634-639.
- Ferguson, Tamela D./Deephouse, David L./Ferguson, William L. (2000): Do strategic groups differ in reputation?, in: *Strategic Management Journal*, 21. Jg. (2000), Nr. 12, S. 1195.

- Festinger, Leon (1970): A theory of cognitive dissonance, Stanford, Cal. 1970.
- Fichter, Klaus/Beucken, Severin (2006): Wandel der Innovationsbedingungen in der Internetökonomie, in: Innovation in der Internetökonomie, hrsg. v. K. Fichter/S. Beucken, Fraunhofer-Institut für Arbeitswissenschaft und Organisation, Stuttgart 2006.
- Fillis, Ian (2003): Image, reputation and identity issues in the arts and crafts organization, in: Corporate Reputation Review, 6. Jg. (2003), Nr. 3, S. 239-251.
- Fiol, C. Marlene/Huff, Anne Sigismund (1992): Maps for managers: Where are we? Where do we go from here?, in: Journal of Management Studies, 29. Jg. (1992), Nr. 3, S. 267-285.
- Fletcher, Catherine et al. (2007): Performing Women: The Gendered Dimensions of the UK New Research Economy, in: Gender, Work & Organization, 14. Jg. (2007), Nr. 5, S. 433-453.
- Flick, Uwe (1995): Stationen des qualitativen Forschungsprozesses, in: Handbuch Qualitative Sozialforschung, hrsg. v. U. Flick et al., Weinheim 1995, S. 147-173.
- Flick, Uwe (1996): Psychologie des technisierten Alltags, Opladen 1996.
- Flick, Uwe (2000): Episodic Interviewing, in: Qualitative Researching with Text, Image and Sound - A Handbook, hrsg. v. Bauer/Gaskell, London 2000, S. 75-92.
- Flick, Uwe (2005): Qualitative Sozialforschung: Eine Einführung, 3. Aufl., Reinbek 2005.
- Fombrun, Charles J. (1996): Reputation: Realizing value from corporate image, Boston, MA 1996.
- Fombrun, Charles J. (2000): Survey - mastering management: The value to be found in corporate reputation, in: Financial Times, 113. Jg. (2000), Nr. 4.12.2000, S. 2.
- Fombrun, Charles J./Rindova, Violina P. (2002): The road to transparency: Reputation management at Royal Dutch/Shell, in: The Expressive Organization: Linking Identity, Reputation and the Corporate Brand, hrsg. v. M. Schultz/M. J. Hatch/M. H. Larsen, Oxford 2002, S. 77-96.
- Fombrun, Charles J./Shanley, Mark (1990): What's in a name? Reputation building and corporate strategy, in: Academy of Management Journal, 33. Jg. (1990), Nr. 2, S. 233-258.
- Fombrun, Charles J./van Riel, Cees B. M. (2004a): Managing your company's most valuable asset: Its reputation, in: Criticaleye Review, Jg. (2004a), Nr. 5 (Sept.-Oct.), S. 71-74.
- Fombrun, Charles J./van Riel, Cees B. M. (2004b): Fame and fortune: How successful companies build winning reputations, New Jersey 2004.
- Fons, Sumita/Achari, Gopal/Ross, Timothy (2004): A fuzzy cognitive mapping analysis of the impacts of an eco-industrial park, in: Journal of Intelligent & Fuzzy Systems, 15. Jg. (2004), Nr. 2, S. 75-88.
- Fontanari, Martin (1996): Kooperationsgestaltungsprozesse in Theorie und Praxis, Berlin 1996.
- Forman, Janis/Argenti, Paul A. (2005): How corporate communication influences strategy implementation, reputation and the corporate brand: An exploratory qualitative study, in: Corporate Reputation Review, 8. Jg. (2005), Nr. 3, S. 245-264.
- Forrest, Christopher R./Cummings, L. L./Johnson, Alton C. (1977): Organizational participation: A critique and model, in: Academy of Management Review, 2. Jg. (1977), Nr. 4, S. 586-601.
- Fournier, Valerie (1996): Cognitive Maps in the Analysis of Personal Change During Work Role Transition, in: British Journal of Management, 7. Jg. (1996), Nr. 1, S. 87-105.
- Franck, Egon/Opitz, Christian (1999): Hochschulen als "Sortiereinrichtungen" in Humankapitalmärkten, in: Zeitschrift für Betriebswirtschaft, 69. Jg. (1999), Nr. 11, S. 1313-1330.
- Frederickson, Barbara L. (2003): The value of positive emotins, in: American Scientist, 91. Jg. (2003), Nr. July-August, S. 330-335.
- Freeman, R. Edward (1984): Strategic management: A stakeholder approach, Boston et al. 1984.

- Freeman, R. Edward (1994): The politics of stakeholder theory: Some future directions, in: *Business Ethics Quarterly*, 4. Jg. (1994), Nr. 4, S. 409-421.
- Freeman, R. Edward/Evan, William M. (1988): A stakeholder theory of the modern corporation: Kantian capitalism, in: *Ethical theory and business*, hrsg. v. T. L. Beauchamp/N. E. Bowie, New Jersey 1988, S. 75-93.
- Freeman, R. Edward/Evan, William M. (1990): Corporate governance: A stakeholder interpretation, in: *Journal of Behavioral Economics*, 19. Jg. (1990), Nr. 4, S. 337-360.
- Freeman, R. Edward/Gilbert, D. R. Jr. (1987): Managing stakeholder relationships, in: *Business and society: Dimensions of conflict and cooperation*, hrsg. v. S. P. Sethi/C. M. Falbe, Lexington, MA 1987, S. 397-423.
- Freeman, R. Edward/Gilbert, D. R. Jr. (1988): *Corporate Strategy and the Search for Ethics*, Englewood Cliffs (NJ) 1988.
- Freeman, R. Edward/Reed, David L. (1983): Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance, in: *California Management Review*, 25. Jg. (1983), Nr. 3, S. 88.
- Freling, Traci H./Forbes, Lukas P. (2005): An examination of brand personality through methodological triangulation, in: *Journal of Brand Management*, 13. Jg. (2005), Nr. 2, S. 148-162.
- Frey, Dieter (1981): *Informationssuche und Informationsbewertung bei Entscheidungen*, Bern u.a. 1981.
- Fritsch, Michael/Wein, Thomas/Ewers, Hans-Jürgen (2001): *Marktversagen und Wirtschaftspolitik*, 4. Aufl., München 2001.
- Führ, Christoph (1989): *Schulen und Hochschulen in der Bundesrepublik Deutschland. Bildungspolitik und Bildungssystem*, Köln, Wien 1989.
- Fuller, J. Bryan et al. (2006): Perceived Organizational Support and Perceived External Prestige: Predicting Organizational Attachment for University Faculty, Staff, and Administrators, in: *Journal of Social Psychology*, 146. Jg. (2006), Nr. 3, S. 327-347.
- Fuller, J. Bryan et al. (2006): Construed External Image and Organizational Identification: A Test of the Moderating Influence of Need for Self-Esteem, in: *Journal of Social Psychology*, 146. Jg. (2006), Nr. 6, S. 701-716.
- Galtung, Johan (2000): Die Universität im Zeitalter von Globalisierung und Postmoderne, in: *Universität im 21. Jahrhundert: Zur Interdependenz von Begriff und Organisation der Wissenschaft*, hrsg. v. S. Laske et al., München 2000, S.
- Gartman, Cynthia (2005): Opportunities and Competitive Advantages for the Future, in: *Franchising World*, 37. Jg. (2005), Nr. 6, S. 27-28.
- Gemünden, Hans Georg (1990): Innovationen in Geschäftsbeziehungen und Netzwerken, in: *Arbeitspapiere des Instituts für angewandte Betriebswirtschaftslehre und Unternehmensführung der TH Karlsruhe*, hrsg. v. H. G. Gemünden, Institut für angewandte Betriebswirtschaftslehre und Unternehmensführung der TH Karlsruhe, Karlsruhe 1990.
- George, Amiso M. (2000): The new public relations: Integrating marketing and public relations strategies for student recruitment and institutional image building - A case study of the University of Texas at San Antonio, in: *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 7. Jg. (2000), Nr. 4, S. 17.
- Ger, Gülliz/Askegaard, Sören/Christensen, Ania (1999): Experiential nature of product-place images: Image as a narrative, in: *Advances in Consumer Research*, 26. Jg. (1999), Nr. 1, S. 165-169.
- Gerhard, Julia (2004): *Die Hochschulmarke*, Dissertation, Universität St. Gallen, Hochschule für Wirtschafts-, Rechts- und Sozialwissenschaften, St. Gallen 2004.

- Giebisch, Petra/Langer, Markus (2005): Erste Eindrücke zum Stand des Hochschulfundraising in Deutschland, in: CHE Fundraising, 68, hrsg. v. Deutscher Fundraising Verband e.V./CHE, Centrum für Hochschulentwicklung, Gütersloh 2005.
- Gill, Scott (2001): Getting the fuzzy end of the lollipop: The problems with devolved budgets in further education colleges, in: The International Journal of Educational Management, 15. Jg. (2001), Nr. 4/5, S. 252-257.
- Gioia, Dennis A. (1999a): Gioia's reply to Jones and Wicks, in: Academy of Management Review, 24. Jg. (1999), Nr. 4, S. 624-625.
- Gioia, Dennis A. (1999b): Response: Practicability, paradigms, and problems in stakeholder theorizing, in: Academy of Management Review, 24. Jg. (1999), Nr. 2, S. 228.
- Gioia, Dennis A./Schultz, Majken/Corley, Kevin G. (2000a): Where do we go from here?, in: Academy of Management Review, 25. Jg. (2000), Nr. 1, S. 145-147.
- Gioia, Dennis A./Schultz, Majken/Corley, Kevin G. (2000b): Organizational identity, image, and adaptive instability, in: Academy of Management Review, 25. Jg. (2000), Nr. 1, S. 63-81.
- Gioia, Dennis A. /Thomas, James B. (1996): Identity, image, and issue interpretation: Sense-making during strategic change in academia in: Administrative Science Quarterly, 41. Jg. (1996), Nr. 3 (Sep., 1996), S. 370-403.
- Glaser, Barney G. (1992): Basics of Grounded Theory Analysis, Mill Valley (CA) 1992.
- Gläser, Martin (2008): Medienmanagement, München 2008.
- Glazebrook, Mark (2005): The Social Construction of Corporate Citizenship, in: Journal of Corporate Citizenship, 2. Jg. (2005), Nr. 17, S. 53-67.
- Glazer, Nathan (2004): The university for sale, in: Public Interest, 15. Jg. (2004), Nr. 154, S. 112-118.
- Göbel, Elisabeth (1995): Der Stakeholderansatz im Dienste der strategischen Früherkennung, in: Zeitschrift für Planung, 6. Jg. (1995), Nr. 1, S. 55-67.
- Gomes, Liza/Murphy, Jamie (2003): An exploratory study of marketing international education online, in: The International Journal of Educational Management, 17. Jg. (2003), Nr. 3, S. 116-125.
- Goodpaster, Kenneth E. (1991): Business Ethics and Stakeholder Analysis, in: Business Ethics Quarterly, 1. Jg. (1991), Nr. 1, S. 53-73.
- Görlitz, Janet (2007): Die Bedeutung des Anspruchsgruppenkonzepts im strategischen Management, in: Zeitschrift für Planung & Unternehmenssteuerung, 17. Jg. (2007), Nr. 4, S. 411-431.
- Granovetter, Mark (1985): Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness, in: The American Journal of Sociology, 91. Jg. (1985), Nr. 3, S. 481-510.
- Grant, Robert M. (1991): The resource-based theory of competitive advantage: Implications for strategy formulation, in: California Management Review, 33. Jg. (1991), Nr. 3, S. 114-135.
- Gray, Edmund R./Balmer, John M. T. (1998): Managing corporate image and corporate reputation, in: Long Range Planning, 31. Jg. (1998), Nr. 5, S. 695-702.
- Gray, Edmund R./Smeltzer, Larry R. (1985): SMR Forum: Corporate image -- An integral part of strategy, in: Sloan Management Review, 26. Jg. (1985), Nr. 4, S. 73-78.
- Grözinger, Gerd/Rodríguez-Gómez, Roberto (2007): Managing Higher Education: Introduction, in: Management Revue, 18. Jg. (2007), Nr. 2, S. 95-101.
- Gugerli, David (2005): Management an der Hochschule, <http://tinyurl.com/4r9q3s>, letzte Änderung am 04.04.2005 [Zugriff am 12.09.2008].
- Gulati, Ranjay (1995): Does familiarity breed trust? The implications of repeated ties for contractual choice in alliances, in: Academy of Management Journal, 38. Jg. (1995), Nr. 1, S. 85-112.

- Gürhan-Canli, Zeynep/Batra, Rajeev (2004): When corporate image affects product evaluations: The moderating role of perceived risk, in: *Journal of Marketing Research (JMR)*, 41. Jg. (2004), Nr. 2, S. 197-205.
- Güth, Werner/Ockenfels, Peter/Wendel, Markus (1997): Cooperation based on trust. An experimental investigation, in: *Journal of Economic Psychology*, 18. Jg. (1997), Nr. 1, S. 15-43.
- Hachmeister, Cort-Denis/Hennings, Mareike (2007): Indikator im Blickpunkt: Kriterien der Hochschulwahl und Ranking-Nutzung, in: *Arbeitspapiere des Centrums für Hochschulentwicklung*, hrsg. v. CHE, Centrum für Hochschulentwicklung, Gütersloh 2007.
- Haedrich, Günther (1993): Images and strategic corporate and marketing planning, in: *Journal of Public Relations Research*, 5. Jg. (1993), Nr. 2, S. 83-92.
- Häkansson, Håkan/Snehota, Ivan (1989): No business is an island: The network concept of business strategy, in: *Scandinavian Journal of Management*, 5. Jg. (1989), Nr. 3, S. 187-200.
- Häkansson, Håkan/Snehota, Ivan (2006): "No business is an island" 17 years later, in: *Scandinavian Journal of Management*, 22. Jg. (2006), Nr. 3, S. 271-274.
- Haller, Sabine (1995): Beurteilung von Dienstleistungsqualität: Dynamische Betrachtung des Qualitätsurteils im Weiterbildungsbereich, Wiesbaden 1995.
- Hamann, Ralph (2007): Is Corporate Citizenship Making a Difference?, in: *Journal of Corporate Citizenship*, 4. Jg. (2007), Nr. 28, S. 15-29.
- Hansen, Ursula (1999): Die Universität als Dienstleister: Thesen für ein leistungsfähigeres Management von Hochschulen, in: *Dienstleistungsorientierung in der universitären Ausbildung*, hrsg. v. B. Stauss/I. Balderjahn/F. Wimmer, Stuttgart 1999, S. 369-383.
- Hansen, Ursula/Hennig-Thurau, Thorsten/Wochnowski, Holger (1997): Teach-Q: Ein valides und handhabbares Instrument zur Bewertung von Vorlesungen, in: *Die Betriebswirtschaft*, 57. Jg. (1997), Nr. 3, S. 376-396.
- Hansen, Ursula/Henning-Thurau, Thorsten/Langer, Markus (2000): Qualitätsmanagement von Hochschulen: FACULTY-Q als Erweiterung von TEACH-Q, in: *Die Betriebswirtschaft*, 60. Jg. (2000), Nr. 1, S. 23-38.
- Harhoff, Dietmar/Henkel, Joachim/Hippel, Eric von (2003): Profiting from voluntary information spillovers: how users benefit by freely revealing their innovations, in: *Research Policy*, 32. Jg. (2003), Nr. 10, S. 1753-1770.
- Harman, Grant (2002): Producing PhD Graduates in Australia for the Knowledge Economy, in: *Higher Education Research & Development*, 21. Jg. (2002), Nr. 2, S. 179-190.
- Hart, J. A. (1977): Cognitive maps of three Latin American policy makers, in: *World Politics*, 30. Jg. (1977), Nr. 1, S. 115-140.
- Hartung, Manuel J. (2004): Mit mehr Freiheit zum Erfolg, in: *DIE ZEIT*, 59. Jg. (2004), Nr. 46, 04.11.2004, S. 84.
- Hatch, Mary Jo/Schultz, Majken (1997): Relations between organizational culture, identity and image, in: *European Journal of Marketing*, 31. Jg. (1997), Nr. 5/6, S. 356-365.
- Hatch, Mary Jo/Schultz, Majken (2001): Are the strategic stars aligned for your corporate brand?, in: *Harvard Business Review*, 79. Jg. (2001), Nr. 2, S. 128-134.
- Hatch, Mary Jo /Schultz, Majken (2003): Bringing the corporation into corporate branding, in: *European Journal of Marketing*, 37. Jg. (2003), Nr. 7, S. 1041-1064.
- Hauschildt, Jürgen/Salomo, Sören (2007): *Innovationsmanagement*, München 2007.
- Hausken, Kjell (2000): Cooperation and between-group competition, in: *Journal of Economic Behavior & Organization*, 42. Jg. (2000), Nr. 3, S. 417.
- Hayek, Friedrich A. von (1969): *Freiburger Studien*, Tübingen 1969.

- Heiland, Thomas (2001): Marketing und Wettbewerb im deutschen Hochschulsystem: Eine empirische und implikationenorientierte Analyse, Wiesbaden 2001.
- Heiman, Michael K. (1997): Community attempts at sustainable development through, in: *Journal of Environmental Planning & Management*, 40. Jg. (1997), Nr. 5, S. 631.
- Heine, Christoph/Kerst, Christian/Sommer, Dieter (2007): Studienanfänger im Wintersemester 2005/06: Wege zum Studium, Studien- und Hochschulwahl, Situation bei Studienbeginn, in: HIS: Forum Hochschule, 1/2007, hrsg. v. HIS Hochschul-Informations-System GmbH, Hannover 2007.
- Heinen, Edmund (1991): Industriebetriebslehre als entscheidungsorientierte Unternehmensführung, in: *Industriebetriebslehre*, hrsg. v. E. Heinen, Wiesbaden 1991, S. 1-72.
- Heinisch, Michael/Lanthaler, Werner (1993): Im Brennpunkt Universität: Neue Wege in der Öffentlichkeitsarbeit, Heidelberg 1993.
- Helgesen, Øyvind/Neset, Erik (2007): What accounts for students' loyalty? Some field study evidence, in: *International Journal of Educational Management*, 21. Jg. (2007), Nr. 2, S. 126-143.
- Helm, R./Janzer, T. M. (2000): Vertrauen aufbauen und erfolgreich kooperieren – Professionalisierung durch Institutionalisierung der Beziehung in Netzwerken, in: *Io Management Research News*, 69. Jg. (2000), Nr. 12, S. 24-31.
- Helm, Sabrina (2005): Designing a formative measure for corporate reputation, in: *Corporate Reputation Review*, 8. Jg. (2005), Nr. 2, S. 95-109.
- Hemmati, Minu (2002): Multi-stakeholder processes for governance and sustainability: Beyond Deadlock and Conflict, London, Sterling 2002.
- Hemphill, Thomas A. (2004): Corporate Citizenship: The Case for a New Corporate Governance Model, in: *Business & Society Review* (00453609), 109. Jg. (2004), Nr. 3, S. 339-361.
- Hener, Yorck/Ziegele, Frank/Müller, Ulrich (2007): Evaluierung des Modellversuchs "Ergebnisorientierte Selbststeuerung" an der Technischen Universität Dresden, in: *Arbeitspapiere des Centrums für Hochschulentwicklung*, 84, hrsg. v. CHE, Centrum für Hochschulentwicklung, Gütersloh 2007.
- Henkel, Joachim (2006): Selective revealing in open innovation processes: The case of embedded linux, in: *Academy of Management Proceedings*, S. J1-J6, Atlanta 2006.
- Hennig-Thurau, Thorsten/Langer, Markus/Hansen, Ursula (2001): Modeling and Managing Student Loyalty: An Approach Based on Relationship Quality, in: *Journal of Service Research*, 4. Jg. (2001), Nr. 5, S. 331-344.
- Herrmann, Wolfgang, A. (2008): Unternehmen Universität, in: *Management am Puls der Zeit: Strategien, Konzepte und Methoden*, hrsg. v. I. Hausladen, München 2008, S. 33-38.
- Heublein, Ulrich et al. (2006): Die Entwicklung der Schwund- und Studienabbruchquoten an den deutschen Hochschulen: Statistische Berechnungen auf der Basis des Absolventenjahrgangs 2006, in: HIS Projektberichte, hrsg. v. HIS Hochschul-Informations-System GmbH, Hannover 2006.
- Heugens, Pursey P. M. A. R. (2004): Fame & Fortune: How successful companies build winning reputations (Book), in: *Corporate Reputation Review*, 6. Jg. (2004), Nr. 4, S. 390-395.
- Hilbert, Andreas/Schönbrunn, Karoline/Schmode, Sophie (2007): Student Relationship Management in Germany – Foundations and Opportunities, in: *Management Revue*, 18. Jg. (2007), Nr. 2, S. 204-219.
- Hill, Charles W. L./Jones, Thomas M. (1992): Stakeholder-agency theory, in: *Journal of Management Studies*, 29. Jg. (1992), Nr. 2, S. 131-154.
- Hill, Edward W. (1962): Corporate images are not stereotypes, in: *Journal of Marketing*, 26. Jg. (1962), Nr. 1, S. 72-75.

- Hitpass, Josef/Mock, Albert (1972): Das Image der Universität: Studentische Perspektiven, Düsseldorf 1972.
- Hitt, Michael A./Ireland, R. Duane/Hoskisson, Robert E. (2003): Strategic management: Competition and globalization, 5. Aufl., Mason 2003.
- Hochberg, Julian E. (1977): Wahrnehmung, Bern, Stuttgart 1977.
- Hochschulrektorenkonferenz (1999): Universitäten und Fachhochschulen: Wettbewerb und Kooperation, Bonn 1999.
- Hodgkinson, Gerard P. et al. (1999): Breaking the frame: An analysis of strategic cognition and decision making under uncertainty, in: Strategic Management Journal, 20. Jg. (1999), Nr. 10, S. 977-985.
- Hodgkinson, Gerard P./Johnson, Gerry (1994): Exploring the mental models of competitive strategists: The case for a processual approach, in: Journal of Management Studies, 31. Jg. (1994), Nr. 4, S. 525-551.
- Hodgkinson, Gerard P./Maule, A. John/Bown, Nicola J. (2004): Causal cognitive mapping in the organizational strategy field: A comparison of alternative elicitation procedures, in: Organizational Research Methods, 7. Jg. (2004), Nr. 1, S. 3-26.
- Hoeffler, Steve/Keller, Kevin Lane (2002): Building brand equity through corporate societal marketing, in: Journal of Public Policy & Marketing, 21. Jg. (2002), Nr. 1, S. 78-89.
- Hoffmann-Riem, Christa (1980): Die Sozialforschung in einer interpretativen Soziologie - Der Datengewinn, in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, 32. Jg. (1980), Nr. 3, S. 339-372.
- Hofstede, Geert/Hofstede, Gert Jan (2006): Lokales Denken, globales Handeln: Interkulturelle Zusammenarbeit und globales Management, 3. Aufl., München 2006.
- Hogg, Michael A./Terry, Deborah J. (2000): The dynamic, diverse, and variable faces of organizational identity, in: Academy of Management Review, 25. Jg. (2000), Nr. 1, S. 150-152.
- Holtmann, Doris/Matiaska, Wenzel/Weller, Ingo (2003): Nachhaltiges HR-Management in öffentlichen Organisationen. Einführung von Leistungsbeurteilung und variabler Vergütung im öffentlichen Sektor - Bericht aus einem Forschungsprojekt, in: Personalführung, 36. Jg. (2003), Nr. 7, S. 16-38.
- Homburg, Christian (2000): Kundennähe von Industriegüterunternehmen: Konzeption, Erfolgsauswirkungen, Determinanten, 3. Aufl., Wiesbaden 2000.
- Homburg, Christian/Bruhn, Manfred (2005): Begriff und Grundlagen des Kundenbindungsmanagements, in: Handbuch Kundenbindungsmanagement, hrsg. v. M. Bruhn/C. Homburg, Wiesbaden 2005, S. 3-40.
- Homburg, Christian/Krohmer, Harley (2006): Marketingmanagement: Strategie, Instrumente, Umsetzung, Unternehmensführung, 2. Aufl., Wiesbaden 2006.
- Homburg, Christian/Sieben, Frank G. (2005): Customer Relationship Management (CRM) - Strategische Ausrichtung statt IT-getriebenem Aktivismus, in: Handbuch Kundenbindungsmanagement, hrsg. v. M. Bruhn/C. Homburg, Wiesbaden 2005, S. 435-462.
- Hond, Frank den/Bakker, Frank de/Neergaard, Peter (2007): Managing Corporate Social Responsibility in Action: Talking, Doing and Measuring, London 2007.
- Hornke, Lutz F. (1997): Personalprofil Professor, in: Perspektiven für die Universität 2000, hrsg. v. H. Hoebink, Neuwied (Rhein) 1997, S. 111-123.
- Hosmer, Larue Tone (1995): Trust: The connecting link between organizational theory and philosophical ethics, in: Academy of Management Review, 20. Jg. (1995), Nr. 2, S. 379-403.
- Huff, Anne Sigismund (1982): Industry Influences on Strategy Reformulation, in: Strategic Management Journal, 3. Jg. (1982), Nr. 2, S. 119-131.
- Huff, Anne Sigismund (1990): Mapping strategic thought, Chichester, UK 1990.

- Huff, Anne Sigismund (1997): A Current and Future Agenda for Cognitive Research in Organizations, in: *Journal of Management Studies*, 34. Jg. (1997), Nr. 6, S. 947-952.
- Huff, Anne Sigismund/Narapareddy, Vijaya L./Fletcher, K. E. (1990): Coding the association of concepts, in: *Mapping strategic thought*, hrsg. v. A. S. Huff, Chichester, UK 1990, S. 211-325.
- Hügens, Torben (2004): Identifikation der relevanten Stakeholder für die Perspektiven der Relationship Management Balanced Scorecard, in: *Motiwidi-Projektbericht*, 14, hrsg. v. D. Ahlert/S. Zelewski, Institut für Produktion und Industrielles Informationsmanagement der Universität Duisburg-Essen, Essen, Münster 2004.
- Hughes, Brian M. (2007): Social Support at university Scale, a brief index, in: *Psychological Reports*, 100. Jg. (2007), Nr. 1, S. 76-82.
- Hugo, Graeme (2005): Demographic Trends in Australia's Academic Workforce, in: *Journal of Higher Education Policy & Management*, 27. Jg. (2005), Nr. 3, S. 327-343.
- Hungenberg, Harald (2006): *Strategisches Management in Unternehmen: Ziele - Prozesse - Verfahren*, 4. Aufl., Wiesbaden 2006.
- Hunt, Shelby D. (1997): Competing Through Relationships: Grounding Relationship Marketing in Resource-Advantage Theory, in: *Journal of Marketing Management*, 13. Jg. (1997), Nr. 5, S. 431-445.
- Ilinitch, Anne Y./D'Aveni, Richard A./Lewin, Arie Y. (1996): New Organizational Forms and Strategies for Managing in Hypercompetitive Environments, in: *Organization Science*, 7. Jg. (1996), Nr. 3, S. 211-220.
- Illia, Laura/Lurati, Francesco (2006): Stakeholder Perspectives on Organizational Identity: Searching for a Relationship Approach, in: *Corporate Reputation Review*, 8. Jg. (2006), Nr. 4, S. 293-304.
- Illia, Laura et al. (2004): An issues management perspective on corporate identity: The case of a regulatory agency, in: *Corporate Reputation Review*, 7. Jg. (2004), Nr. 1, S. 10-21.
- Ivy, Jonathan (2001): Higher education institution image: A correspondence analysis approach, in: *The International Journal of Educational Management*, 15. Jg. (2001), Nr. 6/7, S. 276-282.
- Jaakson, Krista (2004): *University core values: Competitive advantage in Estonian higher-education business?*, Working Paper, University of Tartu, Faculty of Economics and Business Administration 2004.
- Jackson, Jerlando F. L. (2008): *Race Segregation Across the Academic Workforce: Exploring Factors that may Contribute to the Disparate Representation of African American Men*, in: *American Behavioral Scientist*, 51. Jg. (2008), Nr. 7, S. 1004-1029.
- Janisch, Monika (1993): *Das strategische Anspruchsgruppenmanagement: Vom Shareholder Value zum Stakeholder Value*, Bern, Stuttgart, Wien 1993.
- Jaspers, Karl/Rossmann, Kurt (1961): *Die Idee der Universität*, Berlin 1961.
- Jenkins, Mark/Johnson, Gerry (1997): Entrepreneurial intentions and outcomes: A comparative casual mapping study, in: *Journal of Management Studies*, 34. Jg. (1997), Nr. 6, S. 895-920.
- Jeurissen, Ronald (2004): Institutional Conditions of Corporate Citizenship, in: *Journal of Business Ethics*, 53. Jg. (2004), Nr. 1/2, S. 87-96.
- Johnson, Rossall J. (1974): Problem resolution and imposition of change through a participative group effort, in: *Journal of Management Studies*, 11. Jg. (1974), Nr. 2, S. 129.
- Jones, Marc T./Haigh, Matthew (2007): The Transnational Corporation and New Corporate Citizenship Theory, in: *Journal of Corporate Citizenship*, 4. Jg. (2007), Nr. 27, S. 51-69.
- Jones, Thomas M. (1995): Instrumental stakeholder theory: A synthesis of ethics and economics, in: *Academy of Management Review*, 20. Jg. (1995), Nr. 2, S. 404-437.

- Jones, Thomas M./Felps, Will/Bigley, Gregory A. (2007): Ethical theory and stakeholder-related decisions: The role of stakeholder culture, in: *Academy of Management Review*, 32. Jg. (2007), Nr. 1, S. 137-155.
- Jones, Thomas M./Wicks, Andrew C. (1999): Convergent stakeholder theory, in: *Academy of Management Review*, 24. Jg. (1999), Nr. 2, S. 206-221.
- Kahneman, Daniel/Knetsch, Jack L./Thaler, Richard (1986): Fairness as a Constraint on Profit Seeking: Entitlements in the Market, in: *American Economic Review*, 76. Jg. (1986), Nr. 4, S. 728.
- Kaler, John (1999): What's the good of ethical theory?, in: *Business Ethics: A European Review*, 8. Jg. (1999), Nr. 4, S. 208-213.
- Kaler, John (2000): Reasons to be ethical: Self-interest and ethical business, in: *Journal of Business Ethics*, 27. Jg. (2000), Nr. 1/2, S. 161-173.
- Kaler, John (2002): Morality and strategy in stakeholder identification, in: *Journal of Business Ethics*, 39. Jg. (2002), Nr. 1/2, S. 91-99.
- Kaler, John (2003): Differentiating stakeholder theories, in: *Journal of Business Ethics*, 46. Jg. (2003), Nr. 1, S. 71-83.
- Kaler, John (2004): Arriving at an acceptable formulation of stakeholder theory, in: *Business Ethics: A European Review*, 13. Jg. (2004), Nr. 1, S. 73-79.
- Kaler, John (2006): Evaluating stakeholder theory, in: *Journal of Business Ethics*, 69. Jg. (2006), Nr. 3, S. 249-268.
- Kanter, Rosabeth Moss (1994): Collaborative Advantage: The Art of Alliances, in: *Harvard Business Review*, 72. Jg. (1994), Nr. 4, S. 96.
- Kardaras, D./Karakostas, B. (1999): The Use of Fuzzy Cognitive Maps to Simulate the Information Systems Strategic Planning Process, in: *Information and Software Technology*, 41. Jg. (1999), Nr. 4, S. 197-210.
- Karmasin, Matthias (1998): *Medienökonomie*, Wien 1998.
- Karmasin, Matthias (2000): Medienmanagement als Stakeholder Management, in: *Grundlagen des Medienmanagements*, hrsg. v. M. Karmasin/C. Winter, München 2000, S. 279-302.
- Karmasin, Matthias/Winter, Carsten (2000): *Grundlagen des Medienmanagements*, München 2000.
- Kaube, Jürgen (2004): Das Märchen von der Elite-Universität, in: *Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung*, Jg. (2004), Nr. 24, 13.06.2004, S. 4.
- Kaufmann, Jean-Claude (2005): *Die Erfindung des Ich*, Konstanz 2005.
- Keller, Kevin Lane (2002): Building and managing corporate brand equity, in: *The Expressive Organization: Linking Identity, Reputation and the Corporate Brand*, hrsg. v. M. Schultz/M. J. Hatch/M. H. Larsen, Oxford 2002, S. 113-137.
- Kentouris, Chris (2005): E-lenders Talk Tech Coopetition, in: *Securities Industry News*, 17. Jg. (2005), Nr. 5, S. 11-19.
- Kerrin, Máire/Hone, Kate (2001): Job seekers' perceptions of teleworking: A cognitive mapping approach, in: *New Technology, Work & Employment*, 16. Jg. (2001), Nr. 2, S. 130.
- Kerst, Christian/Schramm, Michael (2008): Der Absolventenjahrgang 2000/2001 fünf Jahre nach dem Hochschulabschluss: Berufsverlauf und aktuelle Situation, in: *HIS: Forum Hochschule*, 10/2008, hrsg. v. HIS Hochschul-Informations-System GmbH, 2008.
- Kevin, McCormack/Nancy, Rauseo (2005): Building an enterprise process view using cognitive mapping, in: *Business Process Management Journal*, 11. Jg. (2005), Nr. 1, S. 63-74.
- Kieser, Alfred (1999): Kommunikationsprobleme zwischen Wissenschaft, Unternehmensberatung und Praxis bei der Konzipierung und Anwendung 'praktikabler' Organisationskonzepte, in: *Managementinstrumente und Managementkonzepte. Entstehung, Verbreitung*

- und Bedeutung für die Betriebswirtschaftslehre, hrsg. v. A. Egger/O. Grün/R. Moser, Stuttgart 1999, S. 63-88.
- Kiesler, Sara/Sproull, Lee (1982): Managerial response to changing environments: Perspectives on problem sensing from social cognition, in: *Administrative Science Quarterly*, 27. Jg. (1982), Nr. 4, S. 548-570.
- Kiesler, Tina (2006): Anthropomorphism and Consumer Behavior, in: *Advances in Consumer Research*, 33. Jg. (2006), Nr. 1, S. 149.
- Kimber, Megan (2003): The Tenured 'Core' and the Tenuous 'Periphery': The casualisation of academic work in Australian universities, in: *Journal of Higher Education Policy & Management*, 25. Jg. (2003), Nr. 1, S. 41.
- Kirsch, Werner (1969): Die Unternehmungsziele in organisationstheoretischer Sicht, in: *Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung*, 21. Jg. (1969), Nr. S. 61-82.
- Kirsch, Werner (1990): Unternehmenspolitik und strategische Unternehmensführung, München 1990.
- Kleinaltenkamp, Michael (1998): Begriffsabgrenzungen und Erscheinungsformen von Dienstleistungen, in: *Handbuch Dienstleistungsmanagement*, hrsg. v. M. Bruhn/H. Meffert, Wiesbaden 1998, S. 28-52.
- Kleinhenz, Gerhard D. (1996): Wirtschaftswissenschaftliches Universitätsstudium und Wettbewerbsfähigkeit der Bundesrepublik Deutschland, in: *Betriebswirtschaftslehre und der Standort Deutschland*, ZfB-Ergänzungsheft 1/96, hrsg. v. H. Albach/K. Brockhoff, Wiesbaden 1996, S. 29-40.
- Kleining, Gerhard (1995): Methodologie und Geschichte qualitativer Sozialforschung, in: *Handbuch Qualitative Sozialforschung - Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen*, hrsg. v. U. Flick et al., Weinheim 1995, S. 11-22.
- Kleinrichert, Denise (2008): Ethics, Power and Communities: Corporate Social Responsibility Revisited, in: *Journal of Business Ethics*, 78. Jg. (2008), Nr. 3, S. 475-485.
- Kluge, Friedrich/Seeboldt, Elmar (2002): Kluge: Etymologisches Wörterbuch der deutschen Sprache, Berlin, New York 2002.
- Kneucker, Raoul F./Strasser, Rudolf/Tuppy, Hans (1968): Die Universität als autonomes Lehr- und Forschungsunternehmen, Wien 1968.
- Knox, Simon/Maklan, Stan/Thompson, Keith E. (2002): Building the unique organization value proposition, in: *The Expressive Organization: Linking Identity, Reputation and the Corporate Brand*, hrsg. v. M. Schultz/M. J. Hatch/M. H. Larsen, Oxford 2002, S. 138-153.
- Köcher, Anette (2000): Medienmanagement als Kostenmanagement und Controlling, in: *Grundlagen des Medienmanagement*, hrsg. v. M. Karmasin/C. Winter, München 2000, S. 219-243.
- Koppel, Oliver/Brennecke, Volker (2007): Ingenieurmangel in Deutschland – Ausmaß und gesamtwirtschaftliche Konsequenzen, in: *Forschungsberichte des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln*, hrsg. v. Institut der deutschen Wirtschaft Köln, Köln 2007.
- Korsgaard, M. Audrey/Schweiger, David M./Sapienza, Harry J. (1995): Building commitment, attachment, and trust in strategic decision-making teams: The role of procedural justice, in: *Academy of Management Journal*, 38. Jg. (1995), Nr. 1, S. 60-84.
- Kotler, Philip/Fox, Karen F. A. (1995): *Strategic Marketing for Educational Institutions*, 2. Aufl., Englewood Cliffs 1995.
- Krappmann, Lothar (2000): *Soziologische Dimensionen der Identität: Strukturelle Bedingungen für die Teilnahme an Interaktionsprozessen*, 9. Aufl., Stuttgart 2000.
- Krauß, Jochen (2006): *Deutsche Hochschulen im Ausland. Organisatorische Gestaltung transnationaler Bildungsangebote*, Wiesbaden 2006.

- Krawietz, Marian/Heine, Christoph (2007): Wahlmotive und Bewertungen des Studienorts bei Studienanfängern im Vergleich der neuen und alten Länder, in: HIS Projektberichte, hrsg. v. HIS Hochschul-Informations-System GmbH, Hannover 2007.
- Kreiser, Patrick M. (2002): Creating corporate reputations (Book), in: Academy of Management Executive, 16. Jg. (2002), Nr. 1, S. 168-170.
- Kroeber-Riel, Werner/Weinberg, Peter (2003): Konsumentenverhalten, 8. Aufl., München 2003.
- Kromrey, Helmut (1980): Empirische Sozialforschung: Modelle und Methoden der Datenerhebung und Datenauswahl, Opladen 1980.
- Krücken, Georg (2002): Hinab in den Maelström: Drei Szenarien der Hochschulentwicklung, in: Die Hochschule, 1. Jg. (2002), Nr. 1, S. 16-28.
- Krücken, Georg (2006): Wandel - welcher Wandel? Überlegungen zum Strukturwandel der universitären Forschung in der Gegenwartsgesellschaft, in: Die Hochschule, 5. Jg. (2006), Nr. 1, S. 7-18.
- Kucher, Eckhard/Simon, Hermann (1988): Akademischer Wettbewerb, in: Absatzwirtschaft, 31. Jg. (1988), Nr. 4, S. 144-147.
- Küpper, Hans-Ulrich (2007): Neue Entwicklungen im Hochschulcontrolling, in: Controlling & Management, 51. Jg. (2007), Nr. Sonderheft 3, S. 82-90.
- Küpper, Hans-Ulrich/Sinz, Elmar J. (1998): Gestaltungskonzepte für Hochschulen. Effizienz, Effektivität, Evolution, Stuttgart 1998.
- Labianca, Giuseppe et al. (2001): Emulation in academia: Balancing structure and identity, in: Organization Science, 12. Jg. (2001), Nr. 3, S. 312-330.
- Lambert, A. (1989): Corporate identity and facilities management, in: Facilities, 7. Jg. (1989), Nr. 12, S. 7-12.
- Lamnek, Siegfried (1995): Qualitative Sozialforschung - Band 2. Methoden und Techniken, Weinheim 1995.
- Lamnek, Siegfried (2005): Qualitative Sozialforschung, 4. Aufl., Weinheim, Basel 2005.
- Lamparter, Dietmar H. (2001): Kulturrevolution auf schwäbische Art, http://zeus.zeit.de/text/2001/36/200136_bosch.xml, letzte Änderung am Sept. 2001 [Zugriff am 05.02.2007].
- Landtag des Freistaats Bayern (2006): Bayerisches Hochschulgesetz. Fassung vom 23.05.2006.
- Langer, Gerhard (1980): Das Image der Justus Liebig - Universität und der Stadt Gießen als Faktor für die Studienplatzwahl von Studenten, Working Paper, Geographisches Institut der Justus Liebig-Universität Gießen 1980.
- Langer, Markus F./Ziegele, Frank/Hennig-Thurau, Thorsten (2001): Hochschulbindung - Entwicklung eines theoretischen Modells, empirische Überprüfung und Ableitung von Handlungsempfehlungen für die Hochschulpraxis, in: Lehr- und Forschungsberichte des Lehrstuhls Markt und Konsum, hrsg. v. Lehrstuhl Marketing I, Universität Hannover/CHE, Centrum für Hochschulentwicklung, Hannover 2001.
- Langer, Susanne K. (1965): Philosophie auf neuem Wege. Das Symbol im Denken, im Ritus und in der Kunst, Frankfurt 1965.
- Langfield-Smith, Kim (1992): Exploring the need for a shared cognitive map, in: Journal of Management Studies, 29. Jg. (1992), Nr. 3, S. 349-368.
- Langtry, Bruce (1994): Stakeholders and the moral responsibilities of business, in: Business Ethics Quarterly, 4. Jg. (1994), Nr. 4, S. 431.
- Larsen, Dennis (2005): Managing corporate reputation and risk, in: Corporate Reputation Review, 8. Jg. (2005), Nr. 2, S. 164-168.
- Larson, Andrea L. /Freeman, R. E. (1997): Women's Studies and Business Ethics: Toward a New Conversation, New York 1997.

- Lassibille, Gérard/Navarro Gómez, Lucía (2008): Why do higher education students drop out? Evidence from Spain, in: *Education Economics*, 16. Jg. (2008), Nr. 1, S. 89-105.
- Lauer, C. (2002): Enrolments in higher education: Do economic incentives matter?, in: *Education and Training*, 44. Jg. (2002), Nr. 4/5, S. 179-186.
- Laux, Helmut/Liermann, Felix (2005): *Grundlagen der Organisation: Die Steuerung von Entscheidungen als Grundproblem der Betriebswirtschaftslehre*, 6. Aufl., Berlin, Heidelberg, New York 2005.
- Lee, Min-Dong Paul (2008): A review of the theories of corporate social responsibility: Its evolutionary path and the road ahead, in: *International Journal of Management Reviews*, 10. Jg. (2008), Nr. 1, S. 53-73.
- Lenzen, Dieter (2007): "Going Global" - Die Universitäten vor neuen nationalen und internationalen Herausforderungen; V. Symposium Hochschulreform, 28. Februar - 1. März 2007 in der Freien Universität Berlin und in der Berlin-Brandenburgischen Akademie der Wissenschaften, Köln 2007.
- Lessmann, Peter (2002): Kehraus bei Vodafone - die letzten Mannesmäner müssen gehen, <http://www.heise.de/newsticker/meldung/27961>, letzte Änderung am 05.06.2002 [Zugriff am 05.02.2007].
- Leuthesser, Lance/Kohli, Chiranjeev (1997): Corporate identity: The role of mission statements, in: *Business Horizons*, 40. Jg. (1997), Nr. 3, S. 59-66.
- Leven, Wilfried (1995): Imagery-Forschung, in: *Handwörterbuch des Marketing*, hrsg. v. R. Köhler/B. Tietz/J. Zentes, Stuttgart 1995, S. 928-938.
- Liveson, Lynne (2004): The things that count: Negative perceptions of the teaching environment among university academics, in: *The International Journal of Educational Management*, 18. Jg. (2004), Nr. 6, S. 368-373.
- Liebl, Franz/Rughase, Olaf G. (2002): Storylistening, in: *gdi impuls*, 20. Jg. (2002), Nr. 3, S. 34-39.
- Lievens, Filip/Van Hoye, Greet/Anseel, Frederik (2007): Organizational Identity and Employer Image: Towards a Unifying Framework, in: *British Journal of Management*, 18. Jg. (2007), Nr. S. 45-59.
- Liljander, Veronica/Strandvik, Tore (1995): The nature of customer relationships in services, in: *Advances in Services Marketing and Management*, hrsg. v. T. A. Swartz/D. E. Bowen/S. W. Brown, London 1995, S. 141-168.
- Liljander, Veronica/Strandvik, Tore (1997): Emotions in service satisfaction, in: *International Journal of Service Industry Management*, 8. Jg. (1997), Nr. 2, S. 148-169.
- List, Juliane (1997): Universitäten im internationalen Wettbewerb: Wie attraktiv sind deutsche Hochschulen für ausländische Studenten?, Köln 1997.
- Liu, Scott S./Johnson, Keith F. (2005): The Automatic Country-Of-Origin Effects On Brand Judgements, in: *Journal of Advertising*, 34. Jg. (2005), Nr. 1, S. 87-97.
- Longden, Bernard (2006): An Institutional Response to Changing Student Expectations and their Impact on Retention Rates, in: *Journal of Higher Education Policy & Management*, 28. Jg. (2006), Nr. 2, S. 173-187.
- Love, Mary/Macy, Granger/Dougherty, Thomas (2001): Barnard's cooperative systems and the power of the coworker effect, in: *International Journal of Organization Theory & Behavior* (Marcel Dekker), 4. Jg. (2001), Nr. 3/4, S. 389.
- Love, Tyron/Higgins, Colin (2007): Do We Know Enough about Corporate Philanthropy?, in: *Journal of Corporate Citizenship*, 4. Jg. (2007), Nr. Autumn, S. 18-21.
- Lovelock, Christopher (2001): *Service Marketing: People, Technology, Strategy*, 4. Aufl., Upper Saddle River 2001.

- Lung, M. (2000): Kommunikation und Kooperation im Unternehmen, in: Wissensmanagement: Informationszuwachs – Wissensschwund? Die strategische Bedeutung des Wissensmanagements, hrsg. v. H. Mandl/G. Reinmann-Rothmeier, München, Wien 2000, S. 93-98.
- Luo, Yadong (2005): Toward cooptation within a multinational enterprise: a perspective from foreign subsidiaries, in: *Journal of World Business*, 40. Jg. (2005), Nr. 1, S. 71-90.
- Luo, Yadong (2007): A cooptation perspective of global competition, in: *Journal of World Business*, 42. Jg. (2007), Nr. 2, S. 129-144.
- Lyotard, Jean-François (1999): Das postmoderne Wissen, 4. Aufl., Wien 1999.
- Maasen, Sabine/Weingard, Peter (2006): Unternehmerische Universität und neue Wissenschaftskultur, in: *Die Hochschule*, 5. Jg. (2006), Nr. 1, S. 19-45.
- MacMillan, Keith et al. (2005): Reputation in relationships: Measuring experiences, emotions and behaviors, in: *Corporate Reputation Review*, 8. Jg. (2005), Nr. 3, S. 214-232.
- Macrae, Chris (1999): Brand reality editorial, in: *Journal of Marketing Management*, 15. Jg. (1999), Nr. 1-3, S. 1-24.
- Maier, Matthias (1997): Institutionen der außeruniversitären Grundlagenforschung, Wiesbaden 1997.
- Maier, Matthias (2000): Medienmanagement als strategisches Management, in: *Grundlagen des Medienmanagements*, hrsg. v. M. Karmasin/C. Winter, München 2000, S. 59-92.
- Manz, Charles C./Sims, Henry P. (1993): *Business without Bosses: How Self-Managing Teams Are Building High- Performing Companies*, Chichester 1993.
- March, James G./Simon, Herbert A. (1958): *Organizations*, New York 1958.
- March, James G./Simon, Herbert A. (1976): *Organisation und Individuum: menschliches Verhalten in Organisationen*, dt. Übersetzung von March/Simon (1958), Wiesbaden 1976.
- Margulies, Walter P. (1977): Make the most of your corporate identity, in: *Harvard Business Review*, 55. Jg. (1977), Nr. 4, S. 66-72.
- Mariani, Marcello M. (2007): Cooptation as an Emergent Strategy, in: *International Studies of Management & Organization*, 37. Jg. (2007), Nr. 2, S. 97-126.
- Marin, Longinos/Ruiz, Salvador (2007): "I Need You Too!" Corporate identity attractiveness for consumers and the role of social responsibility, in: *Journal of Business Ethics*, 71. Jg. (2007), Nr. 3, S. 245-260.
- Maringe, Felix (2005): Interrogating the crisis in higher education marketing: The CORD model, in: *The International Journal of Educational Management*, 19. Jg. (2005), Nr. 7, S. 564-578.
- Maringe, Felix (2006): University and course choice: Implications for positioning, recruitment and marketing, in: *The International Journal of Educational Management*, 20. Jg. (2006), Nr. 6, S. 466-479.
- Markl, Hubert (1992): Warum soll der Staat heute die autonome Grundlagenforschung finanzieren?, in: *Forscher und Forschungspolitik: Der Beitrag der Forscher zur forschungspolitischen Diskussion*, hrsg. v. Max-Planck-Gesellschaft zur Förderung der Wissenschaften, München 1992, S. 19-36.
- Márquez, Antonio/Fombrun, Charles J. (2005): Measuring corporate social responsibility, in: *Corporate Reputation Review*, 7. Jg. (2005), Nr. 4, S. 304-308.
- Martínez, Eva/Pina, José M. (2005): Influence of corporate image on brand extensions: A model applied to the service sector, in: *Journal of Marketing Communications*, 11. Jg. (2005), Nr. 4, S. 263-281.
- Martins, Luis L. (2005): A Model of the Effects of Reputational Rankings on Organizational Change, in: *Organization Science*, 16. Jg. (2005), Nr. 6, S. 701-720.

- Marziliano, Nicola (1998): Managing the corporate image and identity: A borderline between fiction and reality, in: *International Studies of Management & Organization*, 28. Jg. (1998), Nr. 3, S. 3.
- Masso, Jaan/Eamets, Raul/Kanep, Hanna (2007): Estimating the need for PhDs in the academic sector via a survey of employers, in: *University of Tartu - Faculty of Economics & Business Administration Working Paper Series*, 5. Jg. (2007), Nr. 59, S. 3-77.
- Matten, Dirk/Crane, Andrew (2005): Corporate citizenship: Toward an extended theoretical conceptualization, in: *Academy of Management Review*, 30. Jg. (2005), Nr. 1, S. 166-179.
- Maxwell, Joseph A. (1996): *Qualitative Research Design: An Interactive Approach*, Thousand Oaks, London, New York 1996.
- Mayer, Horst O. (2002): *Interview und schriftliche Befragung. Entwicklung, Durchführung und Auswertung*, München 2002.
- Mayers, James (2005): Stakeholder power analysis, in: *Power Tools*, hrsg. v. International Institute for Environment and Development, London 2005.
- Mayring, Philipp (2002): *Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zum qualitativen Denken*, 5. Aufl., Weinheim, Basel 2002.
- Mazzarol, Tim/Soutar, Geoffrey Norman (1999): Sustainable competitive advantage for educational institutions: A suggested model, in: *The International Journal of Educational Management*, 13. Jg. (1999), Nr. 6, S. 287.
- McKnight, Cliff (2000): The Personal Construction of Information Space, in: *Journal of the American Society for Information Science*, 51. Jg. (2000), Nr. 8, S. 730-733.
- Meckel, Miriam/Fieseler, Christian/Hoffmann, Christian Pieter (2007): Stakeholder Interest Alignment, in: *Kommunikationsmanager*, 2007. Jg. (2007), Nr. 5, S. 54-57.
- Meffert, Heribert/Bruhn, Manfred (2003): *Dienstleistungsmarketing: Grundlagen, Konzepte, Methoden*, 4. Aufl., Wiesbaden 2003.
- Meffert, Heribert/Kirchgeorg, Manfred (1999): Betriebswirtschaftliche Hochschulausbildung an Universitäten und Business Schools - Koexistenz oder Wettbewerb, in: *Dienstleistungsorientierung in der universitären Ausbildung - Mehr Qualität im betriebswirtschaftlichen Studium*, hrsg. v. B. Stauss/I. Balderjahn/F. Wimmer, Stuttgart 1999, S. 81-99.
- Meier-Scherling, Philipp (1996): Shareholder Value Analyse vs. Stakeholder Management: Unternehmenspolitische Grundkonzeptionen als Ansätze zur Erweiterung der Theorie der Unternehmung, Darmstadt 1996.
- Melewar, T. C./Jenkins, Elizabeth (2002): Defining the corporate identity construct, in: *Corporate Reputation Review*, 5. Jg. (2002), Nr. 1, S. 76-90.
- Menzel, Stefanie/Patzak, Klaus (2004): Uni-Ranking – Teil Zwei – BWL, VWL, Jura – Bewertung: Elite für Wirtschaft und Recht in: *Focus*, 2004. Jg. (2004), Nr. 40, S. 104-109.
- Meyer, Anton (1998): *Dienstleistungs-Marketing: Erkenntnisse und praktische Beispiele*, München 1998.
- Michael, Steve O. (2005): The cost of excellence: The financial implications of institutional rankings, in: *The International Journal of Educational Management*, 19. Jg. (2005), Nr. 5, S. 365-382.
- Middleton, Stuart/Hanson, Dallas (2003): Corporate reputation and scientific reputation: The mysterious case of Girard and Agassiz, in: *Corporate Reputation Review*, 6. Jg. (2003), Nr. 2, S. 147.
- Milo, Katherine J./Edson, K. C./McEuen, Vivi S. (1989): The impact of negative publicity on institutional reputation and student college choice, in: *College and University*, 64. Jg. (1989), Nr. 3, S. 237-245.

- Mintzberg, Henry (2005): *Strategy Safari. Eine Reise durch die Wildnis des strategischen Managements*, 5. Aufl., Frankfurt, Wien 2005.
- Mitchell, Ronald K./Agle, Bradley R./Wood, Donna J. (1997): *Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts*, in: *Academy of Management Review*, 22. Jg. (1997), Nr. 4, S. 853-886.
- Mitchell, W./Dussauge, P./Garrette, B. (2002): *Alliances With Competitors: How to Combine and Protect Key Resources?*, in: *Creativity & Innovation Management*, 11. Jg. (2002), Nr. 3, S. 203-223.
- Moeran, Brian (2005): *Tricks of the Trade: The Performance and Interpretation of Authenticity*, in: *Journal of Management Studies*, 42. Jg. (2005), Nr. 5, S. 901-922.
- Moinjeon, Bertrand/Ramanantsoa, Bernard (1997): *Understanding corporate identity: The french school of thought*, in: *European Journal of Marketing*, 31. Jg. (1997), Nr. 5/6, S. 383-395.
- Monga, Alokparna Basu/Lau-Gesk, Loraine (2007): *Blending Cobrand Personalities: An Examination of the Complex Self*, in: *Journal of Marketing Research (JMR)*, 44. Jg. (2007), Nr. 3, S. 389-400.
- Moogan, Yvonne J./Baron, Steve/Harris, Kim (1999): *Decision-Making Behaviour of Potential Higher Education Students*, in: *Higher Education Quarterly*, 53. Jg. (1999), Nr. 3, S. 211-228.
- Mösllein, Kathrin Mareile Elsa Ottilie (2000): *Bilder in Organisationen: Wandel, Wissen und Visualisierung*, Wiesbaden 2000.
- Mösllein, Kathrin Mareile Elsa Ottilie (2005): *Der Markt für Managementwissen: Wissensgenerierung im Zusammenspiel von Wirtschaftswissenschaft und Wirtschaftspraxis*, Wiesbaden 2005.
- Mücke, Anja et al. (2006): *Balance: Teilzeitmodelle und Jobsharing für Dozierende*, Basel 2006.
- Müller-Böling, Detlef (1994): *Leistungsbemessung - Leistungstransparenz - Leistungsfolgen - 7 Thesen*, in: *Hochschulen im Wettbewerb, Jahresversammlung 1994 der Hochschulrektorenkonferenz Proceedings*, S. 49-63, Halle (Saale) 1994.
- Müller-Böling, Detlef (2000): *Die entfesselte Hochschule*, Gütersloh 2000.
- Müller-Böling, Detlef (2007): *Marketing von Hochschulen - Ein Rück- und Ausblick*, in: *Markt-orientierte Führung im wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Wandel*, hrsg. v. M. Bruhn/M. Kirchgeorg/J. Meier, Wiesbaden 2007, S. 261-281.
- Müller-Böling, Detlef/Buch, Florian (2006): *Hochschulentwicklung in Zeiten der Entgrenzung - Implikationen aktueller Makrotrends für die Hochschule als Lernort*, in: *Zeitschrift für Hochschulentwicklung*, 1. Jg. (2006), Nr. 1, S. 47-61.
- Müller-Stewens, Günter/Lechner, Christoph (2003): *Strategisches Management: Wie strategische Initiativen zum Wandel führen*, 2. Aufl., Stuttgart 2003.
- Muscio, Alessandro (2007): *The impact of absorptive capacity on SMEs' collaboration*, in: *Economics of Innovation & New Technology*, 16. Jg. (2007), Nr. 8, S. 653-668.
- Musgrave, Richard A. /Musgrave, Peggy B. (1989): *Public Finance in Theory and Practice*, New York 1989.
- Musselin, Christine (2007): *Are Universities Specific Organizations?*, in: *Towards a Multiversity? Universities between Global Trends and National Traditions*, hrsg. v. G. Krücken/A. Kosmützky/M. Torka, Bielefeld 2007, S. 63-86.
- Muthuri, Judy N. (2007): *Corporate Citizenship and Sustainable Community Development*, in: *Journal of Corporate Citizenship*, 4. Jg. (2007), Nr. 28, S. 73-84.
- Näsi, Juha (1995): *What is stakeholder thinking? A snapshot of a social theory of the firm*, in: *Understanding Stakeholder Thinking*, hrsg. v. J. Näsi, Jyväskylä 1995, S. 19-32.

- Naude, Pete/Ivy, Jonathan (1999): The marketing strategies of universities in the United Kingdom, in: *The International Journal of Educational Management*, 13. Jg. (1999), Nr. 3, S. 126-136.
- Netessine, Serguei/Shumsky, Robert A. (2005): Revenue Management Games: Horizontal and Vertical Competition, in: *Management Science*, 51. Jg. (2005), Nr. 5, S. 813-831.
- Neuvians, Klaus (1995): Globalhaushalte - ein Schritt auf dem Weg zu mehr Hochschulautonomie, in: *Arbeitspapiere des Centrums für Hochschulentwicklung*, hrsg. v. CHE, Centrum für Hochschulentwicklung, Gütersloh 1995.
- Neuweiler, Gerhard (1997): Masse oder Elite - zur Rolle der Universitäten, in: *Perspektiven für die Universität 2000*, hrsg. v. H. Hoebink, Neuwied (Rhein) 1997, S. 33-46.
- Nguyen, Nha/LeBlanc, Gaston (1998): The mediating role of corporate image on customers' retention decisions: An investigation in financial services, in: *International Journal of Bank Marketing*, 16. Jg. (1998), Nr. 2/3, S. 52-65.
- Nguyen, Nha/LeBlanc, Gaston (2001): Image and reputation of higher education institutions in students' retention decisions, in: *The International Journal of Educational Management*, 15. Jg. (2001), Nr. 6/7, S. 303-311.
- Nowotny, Helga/Scott, Peter/Gibbons, Michael (2001): *Re-Thinking Science: Knowledge and the Public in an Age of Uncertainty*, London 2001.
- o. V. (2005): *Imagemanagement von Hochschulen: 8 Thesen zur Bedeutung und Praxis des Imagemanagements*, in: hrsg. v. CHE-Marketing-Runde, Centrum für Hochschulentwicklung, Gütersloh 2005.
- o. V. (2008a): Good employer, good neighbor, in: *Pit & Quarry*, 101. Jg. (2008), Nr. 4, S. 11.
- o. V. (2008b): Disabled staff in education face institutional discrimination, in: *Equal Opportunities Review*, 12. Jg. (2008), Nr. 175, S. 4.
- Oechsler, Walter A./Reichwald, Ralf (1997): Managementstrukturen an deutschen Universitäten - Aus betriebswirtschaftlicher Perspektive, in: *Forschung und Lehre*, 4. Jg. (1997), Nr. 6, S. 282-285.
- Olins, Wally (1990): *Corporate Identity: Strategie und Gestaltung*, Frankfurt/Main 1990.
- Olins, Wally (2002): How brands are taking over the corporation, in: *The Expressive Organization: Linking Identity, Reputation and the Corporate Brand*, hrsg. v. M. Schultz/M. J. Hatch/M. H. Larsen, Oxford 2002, S. 49-65.
- Opoku, R. A./Pitt, L. F./Abratt, R. (2007): Positioning in cyberspace: Evaluating bestselling authors' online communicated brand personalities using computer-aided content analysis, in: *South African Journal of Business Management*, 38. Jg. (2007), Nr. 4, S. 21-32.
- Orth, Ulrich R./Malkewitz, Keven (2008): Holistic Package Design and Consumer Brand Impressions, in: *Journal of Marketing*, 72. Jg. (2008), Nr. 3, S. 64-81.
- Ouchi, William (1980): Markets, Bureaucracies, and Clans, in: *Administrative Science Quarterly*, 25. Jg. (1980), Nr. 1, S. 129-132.
- Özkanlı, Özlem/White, Kate (2008): Leadership and strategic choices: female professors in Australia and Turkey, in: *Journal of Higher Education Policy & Management*, 30. Jg. (2008), Nr. 1, S. 53-63.
- Padanyi, Paulette/Gainer, Brenda (2003): Peer reputation in the nonprofit sector: Its role in nonprofit sector management, in: *Corporate Reputation Review*, 6. Jg. (2003), Nr. 3, S. 252-265.
- Padula, Giovanna/Dagnino, Giovanni Battista (2007): Untangling the Rise of Coopetition, in: *International Studies of Management & Organization*, 37. Jg. (2007), Nr. 2, S. 32-52.
- Pausits, Attila (2007): Wettbewerbsstrategien in der wissenschaftlichen Weiterbildung, in: *Zeitschrift für Hochschulentwicklung*, 2. Jg. (2007), Nr. 2, S. 31-46.

- Peirce, Charles S. (1983): Phänomen und Logik der Zeichen, Frankfurt a. M. 1983.
- Perlit, Manfred (2004): Internationales Management, 5. Aufl., Stuttgart 2004.
- Pfeiffer, Peter (1990): Technologische Grundlage, Strategie und Organisation des Informationsmanagements, Berlin, New York 1990.
- Phillips, Robert A. (1997): Stakeholder theory and a principle of fairness, in: Business Ethics Quarterly, 7. Jg. (1997), Nr. 1, S. 51-66.
- Phillips, Robert A. (2003): Stakeholder legitimacy, in: Business Ethics Quarterly, 13. Jg. (2003), Nr. 1, S. 25-41.
- Picot, Arnold (1991): Ökonomische Theorien der Organisation. Ein Überblick über neuere Ansätze und deren betriebswirtschaftliches Anwendungspotenzial, in: Betriebswirtschaftslehre und Ökonomische Theorie, hrsg. v. D. Ordelheide/B. Rudolph/E. Büßelmann, Stuttgart 1991, S. 143-170.
- Picot, Arnold/Dietl, Helmut/Franck, Egon (1997): Organisation: Eine ökonomische Perspektive, Stuttgart 1997.
- Picot, Arnold/Reichwald, Ralf (1991): Informationswirtschaft, in: Industriebetriebslehre: Entscheidungen im Industriebetrieb, hrsg. v. E. Heinen, Wiesbaden 1991, S. 241-393.
- Picot, Arnold/Reichwald, Ralf/Wigand, Rolf T. (2003): Die grenzenlose Unternehmung, 5. Aufl., Wiesbaden 2003.
- Pieper, Joachim (2001): Vertrauen in Wertschöpfungspartnerschaften – Eine Analyse aus Sicht der Neuen Institutionenökonomie, Wiesbaden 2001.
- Piller, Frank T. (2004): Innovation und value co-creation: A theoretical approach for integrating customers in the innovation process, München 2004.
- Pinetzki, Katrin (1998): Arme Heinzelmännchen - Die Bedingungen für wissenschaftliche Mitarbeiter, in: InDopendent, Jg. (1998), Nr. 26.05.1998, S. 3.
- Podnar, Klement (2004): Is it all a question of reputation? The role of branch identity (The case of an oil company), in: Corporate Reputation Review, 6. Jg. (2004), Nr. 4, S. 376-387.
- Podsakoff, Philip M. et al. (2008): Scholarly Influence in the Field of Management: A Bibliometric Analysis of the Determinants of University and Author Impact in the Management Literature in the Past Quarter Century, in: Journal of Management, 34. Jg. (2008), Nr. 4, S. 641-720.
- Pompper, Donnalyn (2006): Toward a 'Relationship-Centered' Approach to Student Retention in Higher Education, in: Public Relations Quarterly, 51. Jg. (2006), Nr. 2, S. 29-36.
- Porac, Joseph F./Thomas, Howard (1990): Taxonomic mental models in competitor definition, in: Academy of Management Review, 15. Jg. (1990), Nr. 2, S. 224.
- Porter, Michael E. (1979): How competitive forces shape strategy, in: Harvard Business Review, 57. Jg. (1979), Nr. 2, S. 137-156.
- Porter, Michael E. (1992a): Wettbewerbsstrategie [Competitive Strategy], 7. Aufl., Frankfurt am Main 1992.
- Porter, Michael E. (1992b): Wettbewerbsvorteile [Competitive Advantage], 3. Aufl., Frankfurt 1992.
- Porter, Michael E. (2008): The Five Competitive Forces That Shape Strategy, in: Harvard Business Review, 86. Jg. (2008), Nr. 1, S. 78-93.
- Powell, Walter W. (1990): Neither market nor hierarchy: Network forms of organization, in: Research in Organizational Behavior, 12. Jg. (1990), Nr. 1, S. 295.
- Prahalad, Coimbatore K./Hamel, Gary (1990): The core competencies of the corporation, in: Harvard Business Review, 68. Jg. (1990), Nr. 3, S. 79-91.

- Pratt, Michael G./Foreman, Peter O. (2000a): The beauty of and barriers to organizational theories of identity, in: *Academy of Management Review*, 25. Jg. (2000), Nr. 1, S. 141-143.
- Pratt, Michael G./Foreman, Peter O. (2000b): Classifying managerial responses to multiple organizational identities, in: *Academy of Management Review*, 25. Jg. (2000), Nr. 1, S. 18-42.
- Pruzan, Peter (2001): Corporate reputation: Image and identity, in: *Corporate Reputation Review*, 4. Jg. (2001), Nr. 1 (Spring), S. 50-64.
- Rabin, Matthew (1993): Incorporating fairness into game theory and economics, in: *American Economic Review*, 83. Jg. (1993), Nr. 5, S. 1281.
- Ramaseshan, B./Tsao, Hsiu-Yuan (2007): Moderating effects of the brand concept on the relationship between brand personality and perceived quality, in: *Journal of Brand Management*, 14. Jg. (2007), Nr. 6, S. 458-466.
- Raposo, Mário Lino Barata/Alves, Helena Baptista (2005): Marketing Higher Education: Students' Service Expectations, in: *EconWPA*, 0511005, hrsg. v. University of Connecticut, Faculty of Economics, Connecticut 2005.
- Raposo, Mário Lino Barata/Alves, Helena Baptista (2007): A model of university choice: an exploratory approach, in: 5523, hrsg. v. University of Beira Interior, Munich 2007.
- Raub, W./Weesie, J. (1990): Reputation and the efficiency in social interactions: An example of network effects, in: *American Journal of Sociology*, 96. Jg. (1990), Nr. S. 626-654.
- Ravasi, Davide/van Rekom, Johan (2003): Key issues in organizational identity and identification theory, in: *Corporate Reputation Review*, 6. Jg. (2003), Nr. 2, S. 118-132.
- Rawls, John (1964): Legal Obligations and the Duty of Fair Play, in: *Law and Philosophy*, hrsg. v. S. Hook, New York 1964, S. 1-???
- Reger, Rhonda K./Huff, Anne Sigismund (1993): Strategic groups: A cognitive perspective, in: *Strategic Management Journal*, 14. Jg. (1993), Nr. 2, S. 103-123.
- Reichwald, Ralf (1997): Universitätsstrukturen und Führungsmechanismen für die Universität der Zukunft, in: *Arbeitsberichte des Lehrstuhls für Allgemeine und Industrielle Betriebswirtschaftslehre an der Technischen Universität München*, hrsg. v. R. Reichwald, Lehrstuhl für Allgemeine und Industrielle Betriebswirtschaftslehre an der Technischen Universität München, München 1997.
- Reichwald, Ralf (2005): Informationsmanagement, in: *Kompendium der Betriebswirtschaftslehre*, hrsg. v. M. Bitz et al., München 2005, S. 247-301.
- Reichwald, Ralf (2007a): Virtuelle Unternehmungen, in: *Handwörterbuch der Betriebswirtschaft (HWB)*, hrsg. v. R. Köhler/H.-U. Küpper/A. Pflingsten, Stuttgart 2007, S. Spalte 1955-1964.
- Reichwald, Ralf (2007b): Technologieorientierte Betriebswirtschaftslehre, in: *Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung*, 59. Jg. (2007), Nr. Sonderheft 56/07, S. 112-139.
- Reichwald, Ralf/Möslein, Kathrin (1995): Wertschöpfung und Produktivität von Dienstleistungen? Innovationsstrategien für die Standortsicherung, in: *Dienstleistung der Zukunft: Märkte, Unternehmen und Infrastrukturen im Wandel*, hrsg. v. H.-J. Bullinger, Wiesbaden 1995, S. 324-376.
- Reichwald, Ralf et al. (2000): Telekooperation: Verteilte Arbeits- und Organisationsformen, 2. Aufl., Berlin et al. 2000.
- Reichwald, Ralf/Piller, Frank Thomas (2006): Interaktive Wertschöpfung, Open Innovation und Produktindividualisierung: Neue Formen der Arbeitsteilung, Wiesbaden 2006.
- Reisberg, Leo (1999): Colleges Struggle to Keep Would-Be Dropouts Enrolled, in: *Chronicle of Higher Education*, 46. Jg. (1999), Nr. 7, S. A54-A56.
- Reynolds, MaryAnn/Yuthas, Kristi (2008): Moral Discourse and Corporate Social Responsibility Reporting, in: *Journal of Business Ethics*, 78. Jg. (2008), Nr. 1/2, S. 47-64.

- Reza Alavi, Hamid/Jahandari, Ramazan (2005): The Organizational Climate of Kerman Shahid Bahonar University, in: *Public Personnel Management*, 34. Jg. (2005), Nr. 3, S. 247-260.
- Rhenman, E. (1964): *Foeretagsdemokrati och foeretagsorganisation*, Stockholm 1964.
- Ring, Peter Smith/Van De Ven, Andrew H. (1994): Developmental processes of cooperative interorganizational relationships, in: *Academy of Management Review*, 19. Jg. (1994), Nr. 1, S. 90-118.
- Ripperger, Tanja (1998): *Ökonomik des Vertrauens: Analyse eines Organisationsprinzips*, Tübingen 1998.
- Roberts, Laura Morgan (2005): Changing faces: Professional image construction in diverse organizational settings, in: *Academy of Management Review*, 30. Jg. (2005), Nr. 4, S. 685-711.
- Roberts, Laura Morgan et al. (2005): Composing the reflected best-self portrait: Building pathways for becoming extraordinary in work organizations, in: *Academy of Management Review*, 30. Jg. (2005), Nr. 4, S. 712-736.
- Roberts, Peter W./Dowling, Grahame R. (2002): Corporate reputation and sustained superior financial performance, in: *Strategic Management Journal*, 23. Jg. (2002), Nr. 12, S. 1077-1093.
- Roberts, Robin W./Mahoney, Lois (2004): Stakeholder conceptions of the corporation: Their meaning and influence in accounting research, in: *Business Ethics Quarterly*, 14. Jg. (2004), Nr. 3, S. 399-431.
- Rodhain, Florence (1999): Tacit to explicit: Transforming knowledge through cognitive mapping - an experiment, Paper vorgestellt auf der Proceedings of the 1999 ACM SIGCPR conference on Computer personnel research, ACM Press, New Orleans, USA 1999.
- Ross, William T./Robertson, Diana C. (2007): Compound Relationships Between Firms, in: *Journal of Marketing*, 71. Jg. (2007), Nr. 3, S. 108-123.
- Rowley, Jennifer (2003): Retention: Rhetoric or realistic agendas for the future of higher education, in: *The International Journal of Educational Management*, 17. Jg. (2003), Nr. 6, S. 248-253.
- Rughase, Olaf G. (1999): *Jenseits der Balanced Scorecard: Strategische Wettbewerbsvorteile messen*, Berlin 1999.
- Rughase, Olaf G. (2002): Linking content to process: How mental models of the customer enhance creative strategy processes, in: *Mapping Strategic Knowledge*, hrsg. v. A. S. Huff/M. Jenkins, London 2002, S. 46-62.
- Rusli, Ahmad/Noor Azman, Ali (2003): The use of cognitive mapping technique in management research: Theory and practice, in: *Management Research News*, 26. Jg. (2003), Nr. 7, S. 1-16.
- Rürthing, Heinrich (1973): *Die mittelalterliche Universität*, Göttingen 1973.
- Ryan, Richard M./Deci, Edward L. (2000): Intrinsic and extrinsic motivations: Classic definitions and new directions, in: *Contemporary Educational Psychology*, 25. Jg. (2000), Nr. 1, S. 54-67.
- Sattler, Henrik (1998): Das Image macht die Marke wertvoll, in: *Lebensmittel Zeitung*, Jg. (1998), Nr. 23.Okt.1998, S. 55.
- Sattler, Henrik/Schrader, Stephan/Lüthje, Christian (2005): Informal Cooperation in the US and Germany: Cooperative Managerial Capitalism vs. Competitive Managerial Capitalism in Interfirm Information Trading, in: *Research Papers on Marketing and Retailing Nr. 005*, hrsg. v. H. Sattler, University of Hamburg, Hamburg 2005.
- Saunders, M./Lewis, P./Thornhill, A. (2003): *Research methods for business students*, Harlow 2003.

- Savage, Grant T. et al. (1991): Strategies for assessing and managing organizational stakeholders, in: *Academy of Management Executive*, 5. Jg. (1991), Nr. 2, S. 61-75.
- Scales, Marilyn (2005): How to be a good neighbour in Latin America, in: *Canadian Mining Journal*, 126. Jg. (2005), Nr. 4, S. 8-11.
- Schäfer, Katharina (2006): *Das Branchenimage als Determinante des Unternehmensmarkenimages*, Wiesbaden 2006.
- Schimank, Uwe (1995): *Hochschulforschung im Schatten der Lehre*, Frankfurt (M), New York 1995.
- Schmidtchen, Gerhard (1962): *Der Anwendungsbereich betriebssoziologischer Umfragen*, Bern 1962.
- Schmitt, Bernd H./Simonson, Alex/Marcus, Joshua (1995): Managing corporate image and identity, in: *Long Range Planning*, 28. Jg. (1995), Nr. 5, S. 82-92.
- Schmoll, Heike (2007): Auf dem Weg zur Eliteuniversität: Heidelberg und Freiburg unternehmen einen zweiten Versuch, in: *Frankfurter Allgemeinen Zeitung*, 59. Jg. (2007), Nr. 166, 20. Juli 2007, S. 4.
- Schnabel, Ulrich (2005): Abbruchstimmung, in: *DIE ZEIT*, 60. Jg. (2005), Nr. 47, 17.11.2005, S. 48.
- Schnietz, Karen E./Epstein, Marc J. (2005): Exploring the financial value of a reputation for corporate social responsibility during a crisis, in: *Corporate Reputation Review*, 7. Jg. (2005), Nr. 4, S. 327-345.
- Schober, Kai-Stephan (2001): *Strategisches Fakultätsmarketing: Problematik, Konzeptualisierung und Implementierung am Beispiel der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät Nürnberg*, Nürnberg 2001.
- Scholz, Christian (1987): *Strategisches Management: Ein integrativer Ansatz*, Berlin, New York 1987.
- Schrader, Stephan/Sattler, Henrik (1993): Zwischenbetriebliche Kooperation: Informaler Informationsaustausch in den USA und Deutschland, in: *Die Betriebswirtschaft*, 53. Jg. (1993), Nr. 5, S. 589-608.
- Schuler, Maria (2004): Management of the organizational image: A method for organizational image configuration, in: *Corporate Reputation Review*, 7. Jg. (2004), Nr. 1, S. 37-53.
- Schulte-Zurhausen, Manfred (2005): *Organisation*, 4. Aufl., München 2005.
- Schultz, Don E./Kitchen, Philip J. (2004): Managing the changes in corporate branding and communication: Closing and re-opening the corporate umbrella, in: *Corporate Reputation Review*, 6. Jg. (2004), Nr. 4, S. 347-366.
- Schultz, Majken/Chernatony, Leslie de (2002): Introduction: The challenges of corporate branding, in: *Corporate Reputation Review*, 5. Jg. (2002), Nr. 2/3, S. 105-112.
- Schultz, Majken/Hatch, Mary Jo/Larsen, Mogens Holten (2002a): Managing the corporate story, in: *The Expressive Organization: Linking Identity, Reputation and the Corporate Brand*, hrsg. v. M. Schultz/M. J. Hatch/M. H. Larsen, Oxford 2002, S. 196-207.
- Schultz, Majken/Hatch, Mary Jo/Larsen, Mogens Holten (2002b): Scaling the tower of babel: Relational differences between identity, image, and culture in organizations, in: *The Expressive Organization: Linking Identity, Reputation and the Corporate Brand*, hrsg. v. M. Schultz/M. J. Hatch/M. H. Larsen, Oxford 2002, S. 9-35.
- Schultz, Majken/Hatch, Mary Jo/Larsen, Mogens Holten (2002c): *The expressive organization: Linking identity, reputation and the corporate brand*, Oxford 2002.
- Schultz, Majken/Mouritsen, Jan/Gabrielsen, Gorm (2001): Sticky reputation: Analyzing a ranking system, in: *Corporate Reputation Review*, 4. Jg. (2001), Nr. 1, S. 24-41.

- Schumann, Matthias/Hess, Thomas (2000): Grundfragen der Medienwirtschaft, Berlin, Heidelberg, New York 2000.
- Schumpeter, Joseph Alois (1952): Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung, 5. Aufl., Berlin 1952.
- Schütte, Reinhard/Kenning, Peter/Peters, Malte L. (2003): Analyse der Beziehungsarten, in: Motiwidi-Projektbericht, Nr. 6, hrsg. v. D. Ahlert/S. Zelewski, Institut für Produktion und Industrielles Informationsmanagement der Universität Duisburg-Essen, Essen / Münster 2003.
- Schütte, Reinhard/Kenning, Peter/Peters, Malte L. (2004): State-of-the-art der Bewertung von Kooperationspartnerbeziehungen, in: Motiwidi-Projektbericht, Nr. 8, hrsg. v. D. Ahlert/S. Zelewski, Institut für Produktion und Industrielles Informationsmanagement der Universität Duisburg-Essen, Essen, Münster 2004.
- Schütze, Fritz (1977): Die Technik des narrativen Interviews in Interaktionsfeldstudien - dargestellt an einem Projekt zur Erforschung kommunaler Machtstrukturen, Universität Bielefeld 1977.
- Schütze, Fritz (1987): Das narrative Interview in Interaktionsfeldstudien I. Erzähltheoretische Grundlagen., Working Paper, Studienbriefe der Fernuniversität Hagen 1987.
- Schütze, Tobias/Rennhak, Carsten (2005): Die Wirkung der Unternehmensreputation auf Anlageentscheidungen, Working Paper, Munich Business School 2005.
- Schwab, Klaus (2008): Global Corporate Citizenship, in: Foreign Affairs, 87. Jg. (2008), Nr. 1, S. 107-118.
- Schwaiger, Manfred (2004): Components and parameters of corporate reputation - An empirical study, in: Schmalenbach Business Review, 56. Jg. (2004), Nr. 1, S. 46-71.
- Schwalbach, Joachim (2000): Image, Reputation und Unternehmenswert, in: Information und Kommunikation in Europa – Forschung und Praxis. Transnational Communication in Europe – Practice and Research, hrsg. v. B. Baerns/J. Raupp, Berlin 2000, S. 285-297.
- Scott, Susanne G./Lane, Vicki R. (2000a): A Stakeholder Approach to Organizational Identity, in: Academy of Management Review, 25. Jg. (2000), Nr. 1, S. 43-62.
- Scott, Susanne G./Lane, Vicki R. (2000b): Fluid, fractured, and distinctive? In search of a definition of organizational identity, in: Academy of Management Review, 25. Jg. (2000), Nr. 1, S. 143-144.
- Sethi, S. Prakash (1979): Institutional image advertising and idea issue advertising as marketing tools: Some public policy issues, in: Journal of Marketing, 43. Jg. (1979), Nr. 1, S. 68-78.
- Simon, Herbert A. (1947): Administrative Behavior, New York 1947.
- Simon, Herbert A. (1971): Administrative behavior: A study of decision-making processes in administrative organization, 2. Aufl., New York 1971.
- Sims, David/Eden, Colin/Jones, Sue (1981): Facilitating problem definition in teams, in: European Journal of Operational Research, 6. Jg. (1981), Nr. 4, S. 360-366.
- Sinz, Elmar J. (1998a): Konzepte zur Gestaltung universitärer Geschäftsprozesse und Anwendungssystem-Architektur, in: Gestaltungskonzepte für Hochschulen: Effizienz, Effektivität, Evolution, hrsg. v. H.-U. Küpper/E. J. Sinz, Stuttgart 1998, S. 11-69.
- Sinz, Elmar J. (1998b): Konzeption der Untersuchungsmethodik, in: Gestaltungskonzepte für Hochschulen: Effizienz, Effektivität, Evolution, hrsg. v. H.-U. Küpper/E. J. Sinz, Stuttgart 1998, S. 1-9.
- Siren, Anu/Hakamies-Blomqvist, Liisa (2005): Sense and sensibility. A narrative study of older women's car driving, in: Transportation Research: Part F, 8. Jg. (2005), Nr. 3, S. 213-228.
- Sjovall, Andrea M./Talk, Andrew C. (2004): From actions to impressions: Cognitive attribution theory and the formation of corporate reputation, in: Corporate Reputation Review, 7. Jg. (2004), Nr. 3, S. 269-281.

- Smidts, A./Pruyn, Ad Th. H./Van Riel, Cees B. M. (2001): The impact of employee communication and perceived external prestige on organizational identification, in: *Academy of Management Journal*, 44. Jg. (2001), Nr. 5, S. 1051-1062.
- Smith, Adam (1789 [1999]): *Der Wohlstand der Nationen*, nach der 5. Aufl., München 1789 [1999].
- Smith, Ken G./Carroll, Stephen J./Ashford, Susan J. (1995): Intra- and interorganizational cooperation: Toward a research agenda, in: *Academy of Management Journal*, 38. Jg. (1995), Nr. 1, S. 7-23.
- Solomon, Esther (2001): The dynamics of corporate change: management's evaluation of stakeholder characteristics, in: *Human Systems Management*, 20. Jg. (2001), Nr. 3, S. 257.
- Soukhanov, Anne H. (1984): *Webster's II New Riverside Dictionary*, Boston, MA 1984.
- Soutar, Geoffrey N./Turner, Julia P. (2002): Students' preferences for university: a conjoint analysis, in: *International Journal of Educational Management*, 16. Jg. (2002), Nr. 1, S. 40-45.
- Spehl, Harald (1998): Stakeholder und Kooperation – Selbstverwaltete Betriebe in einer kooperativen Wirtschaft, in: *Ökonomie der Betroffenen und Mitwirkenden: Erweiterte Stakeholder-Prozesse*, hrsg. v. A. Biesecker/W. Elsner/K. Grenzdörffer, Pfaffenweiler 1998, S. 43-57.
- Stallmann, Freia (2002): A Student's Perspective On The Introduction Of The Bachelor's And Master's Degree In German Higher Education, in: *German Policy Studies/Politikfeldanalyse*, 2. Jg. (2002), Nr. 3, S. 1-28.
- Standifird, Stephen S. (2005): Reputation among peer academic institutions: An investigation of the US news and World Report's rankings, in: *Corporate Reputation Review*, 8. Jg. (2005), Nr. 3, S. 233-244.
- Starik, Mark (1994): Essay by Mark Starik, in: *Business & Society*, 33. Jg. (1994), Nr. 1, S. 82-131.
- Statistisches Bundesamt (2006): *Bevölkerung Deutschlands bis 2050: Übersicht der Ergebnisse der 11. koordinierten Bevölkerungsvorausberechnung - Varianten und zusätzliche Modellrechnungen*, in: *Publikationen des Statistischen Bundesamts*, hrsg. v. Statistisches Bundesamt, Wiesbaden 2006.
- Statistisches Bundesamt (2007): *Bevölkerung und Erwerbstätigkeit: Bevölkerungsfortschreibung*, in: *Publikationen des Statistischen Bundesamts*, hrsg. v. Statistisches Bundesamt, Wiesbaden 2007.
- Stauss, Bernd (2000): Perspektivenwandel - Vom Produkt-Lebenszyklus zum Kundenbeziehungs-Lebenszyklus, in: *Thesis*, 17. Jg. (2000), Nr. 2, S. 15-18.
- Steur, Jessica/Wittek, Rafael (2005): The governance of transition processes in an organization: A cognitive mapping approach, in: *Academy of Management Proceedings*, S. C1-C6, Honolulu 2005.
- Stewart, H. (1991): Corporate image: A strategic marketing issue international, in: *Journal of Bank Marketing*, 9. Jg. (1991), Nr. 1, S. 32-39.
- Stonehouse, George/Snowdon, Brian (2007): Competitive Advantage Revisited: Michael Porter on Strategy and Competitiveness, in: *Journal of Management Inquiry*, 16. Jg. (2007), Nr. 3, S. 256-273.
- Streit, Oliver (1997): *Strategische Planung an deutschen Universitäten*, Darmstadt 1997.
- Stryker, Sheldon (1976): Die Theorie des Symbolischen Interaktionismus, in: *Seminar: Kommunikation, Interaktion, Identität*, hrsg. v. M. Auwärter/E. Kirsch/K. Schröter, Frankfurt (M) 1976, S. 257-274.
- Stuart, Helen/Jones, Colin (2004): Corporate branding in marketspace, in: *Corporate Reputation Review*, 7. Jg. (2004), Nr. 1, S. 84-93.

- Stump, Rodney L. (1995): Antecedents of Purchasing Concentration: A Transaction Cost Explanation, in: *Journal of Business Research*, 34. Jg. (1995), Nr. 2, S. 145-157.
- Suchman, Mark C. (1995): Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches, in: *Academy of Management Review*, 20. Jg. (1995), Nr. 3, S. 571-610.
- Süß, Stefan (2006): Wandel der Forschung und dysfunktionale Effekte des zunehmenden Wettbewerbs um wissenschaftliche Reputation: Eine Fallstudie aus der Betriebswirtschaftslehre, in: *Die Hochschule*, 5. Jg. (2006), Nr. 1, S. 84-97.
- Sutter, Matthias (2007): Outcomes versus intentions: On the nature of fair behavior and its development with age, in: *Journal of Economic Psychology*, 28. Jg. (2007), Nr. 1, S. 69-78.
- Svensson, Göran/Wood, Greg (2007): Are university students really customers? When illusion may lead to delusion for all, in: *The International Journal of Educational Management*, 21. Jg. (2007), Nr. 1, S. 17-28.
- Swenson-Lepper, Tammy (2005): Ethical sensitivity for organizational communication issues: Examining individual and organizational differences, in: *Journal of Business Ethics*, 59. Jg. (2005), Nr. 3, S. 205-231.
- Sydow, Jörg (1992): Strategische Netzwerke und Transaktionskosten: Über die Grenzen einer transaktionskostentheoretischen Erklärung der Evolution strategischer Netzwerke, in: *Managementforschung 2*, hrsg. v. W. H. Stachle/P. Conrad, Berlin, New York 1992, S. 239-311.
- Sydow, Jörg (2001): Zwischenbetriebliche Kooperationen, in: *Der Transaktionskostenansatz in der Betriebswirtschaftslehre*, hrsg. v. P.-J. Jost, Stuttgart 2001, S. 241-271.
- Tallman, Stephen et al. (2004): Knowledge, clusters, and competitive advantage, in: *Academy of Management Review*, 29. Jg. (2004), Nr. 2, S. 258-271.
- Tanaka, Shiro (2005): Good neighbour, in: *Asian Chemical News*, 11. Jg. (2005), Nr. 7, S. 9.
- Taris, Toon W./Schreurs, Paul J. G./Van Iersel-Van Silfhout, Ingrid J. (2001): Job stress, job strain, and psychological withdrawal among Dutch university staff: towards a dualprocess model for the effects of occupational stress, in: *Work & Stress*, 15. Jg. (2001), Nr. 4, S. 283-296.
- Teece, David J. (1984): Economic analysis and strategic management, in: *California Management Review*, 26. Jg. (1984), Nr. 3, S. 87-110.
- Teece, David J./Pisano, G./Shuen, A. (1997): Dynamic capabilities and strategic management, in: *Strategic Management Journal*, 18. Jg. (1997), Nr. 7, S. 509-533.
- Tegarden, David P./Sheetz, Steven D. (2003): Group cognitive mapping: A methodology and system for capturing and evaluating managerial and organizational cognition, in: *Omega*, 31. Jg. (2003), Nr. 2, S. 113.
- Teichler, Ulrich (2002): Die Zukunft der Hochschulen in Deutschland, in: *Die Hochschule*, 1. Jg. (2002), Nr. 1, S. 29-45.
- Teichler, Ulrich (2003): Hochschule und Arbeitswelt: Konzeptionen, Diskussionen, Trends, Frankfurt am Main 2003.
- Teuscher, Wolfgang (1959): Die Einbeziehung des Forschers in die Untersuchungsgruppe durch Status- und Rollenzuweisung als Problem der empirischen Forschung, in: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 11. Jg. (1959), Nr. 1, S. 250-256.
- Thommen, Jean-Paul (1996): Glaubwürdigkeit als Grundlage unternehmerischen Denkens und Handelns: Formulierung und Implementierung einer Glaubwürdigkeitsstrategie, Zürich 1996.
- Thommen, Jean-Paul (2003): Glaubwürdigkeit und Corporate Governance, 2. Aufl, Zürich 2003.
- Thompson, Grahame F. (2005): Global Corporate Citizenship: What Does it Mean?, in: *Competition & Change*, 9. Jg. (2005), Nr. 2, S. 131-152.

- Thompson, J. K./Wartick, S. L./Smith, H. L. (1991): Integrating corporate social performance and stakeholder management: Implications for research agenda in small business, in: *Research in Corporate Social Performance & Policy*, 12. Jg. (1991), Nr. S. 207-230.
- Thomson, Alan (2002): Lack of support kills dreams, in: *Times higher education supplement*, 32. Jg. (2002), Nr. 24. Mai 2002, S. 3.
- Tietzel, M. (1981): Die Ökonomie der Property Rights: ein Überblick, in: *Zeitschrift für Wirtschaftspolitik*, 30. Jg. (1981), Nr. 3, S. 207-243.
- Tinto, Vincent (1975): Dropout from Higher Education: A Theoretical Synthesis of Recent Research, in: *Review of Educational Research*, 45. Jg. (1975), Nr. Winter, S. 89-125.
- Tinto, Vincent (1993): *Leaving College: Rethinking the Causes and Cures of Student Attrition*, 2. Aufl., Chicago 1993.
- Tolman, E. C. (1948): Cognitive maps in rats and men, in: *Psychological Review*, 55. Jg. (1948), Nr. 4, S. 189-208.
- Treibel, Annette (2006): *Einführung in soziologische Theorien der Gegenwart*, 7. Aufl., Wiesbaden 2006.
- Trevino, Linda Klebe/Weaver, Gary R. (1999): Trevino and Weaver's Reply to Jones and Wicks, in: *Academy of Management Review*, 24. Jg. (1999), Nr. 4, S. 623-624.
- Triandis, H. C. (1975): *Einstellungen und Einstellungsänderungen*, Weinheim u. a. 1975.
- Tsai, Wenpin (2002): Social Structure of "Coopetition" Within a Multiunit Organization: Coordination, Competition, and Intraorganizational Knowledge Sharing, in: *Organization Science*, 13. Jg. (2002), Nr. 2, S. 179-190.
- Tucker, Laura/Melewar, T. C. (2005): Corporate reputation and crisis management: The threat and manageability of anti-corporatism, in: *Corporate Reputation Review*, 7. Jg. (2005), Nr. 4, S. 377-387.
- Turner, George (1986): *Universitäten in der Konkurrenz: Möglichkeiten und Grenzen von Wettbewerb im Hochschulbereich*, Stuttgart 1986.
- Tytherleigh, M. Y. et al. (2007): Gender, Health and Stress in English University Staff - Exposure or Vulnerability?, in: *Applied Psychology: An International Review*, 56. Jg. (2007), Nr. 2, S. 267-287.
- Ulhøi, J. P. (2005): Postgraduate education in Europe: An intersection of conflicting paradigms and goals, in: *The International Journal of Educational Management*, 19. Jg. (2005), Nr. 4, S. 347-358.
- Ulrich, Peter (2001): *Integrative Wirtschaftsethik: Grundlagen einer lebensdienlichen Ökonomie*, 3. Aufl., Bern, Stuttgart, Wien 2001.
- Urde, Mats (1999): Brand Orientation: A Mindset for Building Brands into Strategic Resources, in: *Journal of Marketing Management*, 15. Jg. (1999), Nr. 1-3, S. 117-133.
- Ursery, Stephen (2006): Image Making, in: *Waste Age*, 37. Jg. (2006), Nr. 5, S. 3.
- Van den Bosch, Annette L. M./De Jong, Menno D. T./Elving, Wim J. L. (2004): Managing corporate visual identity: Use and effects of organizational measures to support a consistent self-presentation, in: *Public Relations Review*, 30. Jg. (2004), Nr. 2, June 2004, S. 225-234.
- Van den Bosch, Annette L. M./De Jong, Menno D. T./Elving, Wim J. L. (2006): Managing corporate visual identity: Exploring the differences between manufacturing and service, and profit-making and non-profit organizations, in: *Journal of Business Communication*, 43. Jg. (2006), Nr. 2, S. 138-157.
- Van den Bosch, Annette L.M. /De Jong, Menno D.T. /J.L., Elving Wim (2005): How corporate visual identity supports reputation in: *Corporate Communications: An International Journal*, 10. Jg. (2005), Nr. 2, S. 108-116.

- Van Rekom, Johan (1997): Deriving an operational measure of corporate identity, in: *European Journal of Marketing*, 31. Jg. (1997), Nr. 5/6, S. 410.
- Van Rekom, Johan (2005): Revealing the corporation: Perspectives on identity, image, reputation, corporate branding and corporate-level marketing, in: *Corporate Reputation Review*, 7. Jg. (2005), Nr. 4, S. 388-391.
- Van Riel, Cees B. M. (2001): Corporate branding management, in: *Thexis*, 18. Jg. (2001), Nr. 4, S. 12-16.
- Van Riel, Cees B. M. (2002): Corporate communication orchestrated by a sustainable corporate story, in: *The Expressive Organization: Linking Identity, Reputation and the Corporate Brand*, hrsg. v. M. Schultz/M. J. Hatch/M. H. Larsen, Oxford 2002, S. 157-181.
- Van Riel, Cees B. M./Balmer, John M. T. (1997): Corporate identity: The concept, its measurement and management, in: *European Journal of Marketing*, 31. Jg. (1997), Nr. 5/6, S. 340-355.
- Varian, Hal R. (2000): Buying, sharing and renting information goods, in: *Journal of Industrial Economics*, 48. Jg. (2000), Nr. 4, S. 473-488.
- Veloutsou, Cleopatra/Lewis, John W./Paton, Robert A. (2004): University selection: Information requirements and importance, in: *The International Journal of Educational Management*, 18. Jg. (2004), Nr. 3, S. 160-171.
- Voeth, Markus/Herbst, Uta (2008): The Concept of Brand Personality as an Instrument for Advanced Non-Profit Branding - An Empirical Analysis, in: *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 19. Jg. (2008), Nr. 1, S. 71-97.
- Von Hippel, Eric/Von Krogh, Georg (2006): Free revealing and the private-collective model for innovation incentives, in: *R&D Management*, 36. Jg. (2006), Nr. 3, S. 295-306.
- Vukelic, Sascha (2000): Unternehmensidentität als Ressource: Zur Bedeutung eines Identitätsorientierten Ressourcenmanagements für die Luxusgüterindustrie, Dissertation, Fakultät für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, Wiesbaden 2000.
- Wagner, Eckhard (2001): Universitäten im Wettbewerb: Strategisches Management von Qualifizierungsdienstleistungen, Wiesbaden 2001.
- Wagner III, John A. (1995): Studies of individualism-collectivism: Effects on cooperating in groups, in: *Academy of Management Journal*, 38. Jg. (1995), Nr. 1, S. 152-172.
- Walcher, Peter-Dominik (2007): Der Ideenwettbewerb als Methode der aktiven Kundenintegration. Theorie, empirische Analyse und Implikationen für den Innovationsprozess, Wiesbaden 2007.
- Walger, Gerd (2000): Die Universität in der Wissensgesellschaft, in: *Universität im 21. Jahrhundert: Zur Interdependenz von Begriff und Organisation der Wissenschaft*, hrsg. v. S. Laske et al., München 2000.
- Wallas, G. (1926): *The art of thought*, New York 1926.
- Walley, Keith (2007): Coopetition, in: *International Studies of Management & Organization*, 37. Jg. (2007), Nr. 2, S. 11-31.
- Wang, Sy-Feng/Chang, Wen-hsien/Yang, Jen-shou (1999): Dynamic Modeling of Corporate Reputation Management Process, in: *17th International Conference of The System Dynamics Society and the 5th Australian & New Zealand Systems Conference Proceedings*, S. 11, Wellington, New Zealand 1999.
- Warnaby, Gary (2001): *Creating Corporate Reputations (Book)*, in: *Marketing Review*, 1. Jg. (2001), Nr. 4, S. 532.
- Watzlawick, P./Beavin, J. H./Jackson, D. D. (1969): *Menschliche Kommunikation: Formen, Störungen, Paradoxien*, Bern, Stuttgart 1969.

- Wayne, Sandy J./Liden, Robert C. (1995): Effects of impression management on performance ratings: A longitudinal study, in: *Academy of Management Journal*, 38. Jg. (1995), Nr. 1, S. 232-260.
- Weick, Karl E. (1995): *Sensemaking in Organizations*, Thousand Oaks, CA. 1995.
- Weiss, Allen M./Anderson, Erin/MacInnis, Deborah J. (1999): Reputation management as a motivation for sales structure decisions, in: *Journal of Marketing*, 63. Jg. (1999), Nr. 4, S. 74-89.
- Werner, Klaus/Weiss, Hans (2006): *Das neue Schwarzbuch Markenfirmen: Die Machenschaften der Weltkonzerne*, Berlin 2006.
- Wernerfelt, Birger (1984): A resource-based view of the firm, in: *Strategic Management Journal*, 5. Jg. (1984), Nr. 2, S. 171-180.
- Westcott Alessandri, Sue (2001): Modeling corporate identity: A concept explication and theoretical explanation, in: *Corporate Communications: An International Journal*, 6. Jg. (2001), Nr. 4, S. 173-182.
- Wiarda, Jan-Martin (2006): Freiheit! Universitäten in Sachsen fordern mehr Autonomie, in: *DIE ZEIT*, 61. Jg. (2006), Nr. 01.02.2006, S. 80.
- Wicks, Andrew C./Gilbert, D. R. Jr./Freeman, R. E. (1994): A feminist reinterpretation of the stakeholder concept, in: *Business Ethics Quarterly*, 4. Jg. (1994), Nr. 4, S. 475-498.
- Wiedemann, Peter Michael (1986): *Erzählte Wirklichkeit. Zur Theorie und Auswertung narrativer Interviews*, Weinheim 1986.
- Wiedemann, Peter Michael (1995): Gegenstandsnahe Theoriebildung, in: *Handbuch Qualitative Sozialforschung: Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen*, hrsg. v. U. Flick et al., Weinheim 1995, S. 440-445.
- Wiedmann, Klaus-Peter (2006a): RQ-Messkonzept als Basis einer differenzierten Erfassung der Unternehmensreputation, in: *WiSt (Wirtschaftswissenschaftliches Studium)*, 35. Jg. (2006), Nr. 3, S. 147-154.
- Wiedmann, Klaus-Peter (2006b): *Corporate Social Responsibility, Stakeholder Alignment, and Corporate Success – Research Questions, Basic Framework, and Empirical Evidence*, Paper vorgestellt auf der 10th RI Conference on Reputation, Image, Identity & Competitiveness, New York, USA. 2006.
- Wiedmann, Klaus-Peter/Buxel, Holger (2005): Corporate reputation management in Germany: Results of an empirical study, in: *Corporate Reputation Review*, 8. Jg. (2005), Nr. 2, S. 145-163.
- Wiedmann, Klaus-Peter/Meissner, Sabine/Wegner, Ariane-Simone (2003): Reputationsmanagement als strategische Chance für die pharmazeutische Industrie, in: *Schriftenreihe Marketing Management*, hrsg. v. Universität Hannover, Hannover 2003.
- Wildemann, Horst (2004): *Entwicklungspartnerschaften in der Automobil- und Zuliefererindustrie*, München 2004.
- Wildemann, Horst (2008a): *Strategische Führung in Unternehmen - auf dem Weg zur Spitzenleistung*, München 2008.
- Wildemann, Horst (2008b): *Produkte und Services entwickeln und managen: Strategien, Konzepte, Methoden*, München 2008.
- Willand, Ilka (2005): Hochschulstandort Deutschland 2005, in: *Publikationen des Statistischen Bundesamts*, hrsg. v. Statistisches Bundesamt, Wiesbaden 2005.
- Williams, Robert J./Schnake, Mel E./Fredenberger, William (2005): The impact of corporate strategy on a firm's reputation, in: *Corporate Reputation Review*, 8. Jg. (2005), Nr. 3, S. 187-197.

- Williams, Sheryl L./Moffitt, Mary Anne (1997): Corporate image as an impression formation process: Prioritizing personal, organizational, and environmental audience factors, in: *Journal of Public Relations Research*, 9. Jg. (1997), Nr. 4, S. 237-258.
- Williamson, Oliver E. (1990): *Die ökonomischen Institutionen des Kapitalismus: Unternehmen, Märkte, Kooperation*, Tübingen 1990.
- Winter, Martin (2008): Studienwerbung und Marketingaktivitäten der ostdeutschen Hochschulen, in: *Publikationen des Instituts für Hochschulforschung HoF Wittenberg*, hrsg. v. Institut für Hochschulforschung HoF Wittenberg, Wittenberg 2008.
- Wissenschaftsrat (1985): *Empfehlungen zum Wettbewerb im deutschen Hochschulsystem*, in: *Empfehlungen des Wissenschaftsrats*, hrsg. v. Wissenschaftsrat, Wissenschaftsrat, Köln 1985.
- Wissenschaftsrat (2004): *Empfehlungen zur Reform des Hochschulzugangs*, in: *Empfehlungen des Wissenschaftsrats*, Nr. 5920/04, hrsg. v. Wissenschaftsrat, Wissenschaftsrat, Berlin 2004.
- Wissenschaftsrat (2005): *Empfehlungen zur Ausgestaltung von Berufungsverfahren*, in: *Jahresbände und Sonderdrucke des Wissenschaftsrats*, hrsg. v. Wissenschaftsrat, Wissenschaftsrat, Köln 2005.
- Wolverton, Mimi (2006): Three Georgias in Atlanta: Lessons from business schools about finding your identity, in: *The International Journal of Educational Management*, 20. Jg. (2006), Nr. 7, S. 507-519.
- Woratschek, Heribert (2001): Zum Stand einer "Theorie des Dienstleistungsmarketing", in: *Die Unternehmung*, 55. Jg. (2001), Nr. 4/5, S. 261-278.
- Wright, Peter et al. (1995): Competitiveness through management of diversity: Effects on stock price valuation, in: *Academy of Management Journal*, 38. Jg. (1995), Nr. 1, S. 272-287.
- Wright, Robert P. (2004): Mapping cognitions to better understand attitudinal and behavioral responses in appraisal research, in: *Journal of Organizational Behavior*, 25. Jg. (2004), Nr. 3, S. 339-374.
- Xirogiannis, George/Glykas, Michael (2004): Fuzzy cognitive maps in business analysis and performance-driven change, in: *IEEE Transactions on Engineering Management*, 51. Jg. (2004), Nr. 3, S. 334-351.
- Zentes, Joachim/Morschett, Dirk/Schramm-Klein, Hanna (2008): Brand personality of retailers - an analysis of its applicability and its effect on store loyalty, in: *International Review of Retail, Distribution & Consumer Research*, 18. Jg. (2008), Nr. 2, S. 167-184.
- Ziegele, Frank/Langer, Markus (2000): *Alumni-Arbeit beginnt im Studium*, in: *Alumni Netzwerke. Strategien der Absolventenarbeit an Hochschulen*, hrsg. v. A. Oetker, Essen 2000, S. 46-51.
- Zinn, Jens O. (2005): The biographical approach: A better way to understand behaviour in health and illness, in: *Health, Risk & Society*, 7. Jg. (2005), Nr. 1, S. 1-9.

Stichwortverzeichnis

- 3-Komponenten-Theorie* 82, 99, 311
- Aggregation* 209f., 216ff., 220, 228, 231f., 235f., 280ff., 284ff., 290, 292, 294, 313
- Anspruch* 4, 15, 17ff., 21ff., 40ff., 46, 50, 53ff., 72, 79, 81
- Anspruchsgruppe* 4f., 7, 11, 14, 17f., 20ff., 38f., 45ff., 66, 74, 87f.
- Authentizität* 97f., 178f., 188, 209, 238, 260, 289, 295f., 302
- Beziehung* 4f., 7, 14f., 22ff., 27ff., 34ff., 51, 53f., 59ff., 65, 67, 71, 80, 82, 86f., 90, 95f., 99, 101f., 111, 117, 124, 126, 133, 145f., 151, 153ff., 159, 169, 175, 177, 188, 201, 232, 259ff., 313
- simple B.* 36ff., 44
- zusammengesetzte B.* 36f., 44, 260, 262, 264, 266, 280, 290
- Cognitive Map* 187, 205ff., 220, 227, 235f., 262
- Cognitive Mapping* 9, 205ff., 211, 285, 292, 312
- Dissonanztheorie* 74, 87
- Einflussgruppe* (↗ *derivativ legitimer Stakeholder*)
- Episode* 27, 186f., 200, 212, 221, 223ff., 228, 235
- Episodisches Interview* 9, 183, 185ff., 198ff., 203, 205, 207, 212, 214, 259, 262, 288ff., 312, 315
- Erzählung* 94, 179, 185ff., 199ff., 205, 212f., 218f., 221ff., 227f., 235f., 241f., 250f., 253, 258ff., 267, 269f., 273, 275ff., 284ff., 310ff.
- Fairness* 16, 24, 31, 40f., 149
- Gegenstandsbegründete Theoriebildung* 180, 189, 192, 196
- Identität* 52, 64ff., 88ff., 98, 94, 100f., 103, 105, 177, 210f., 229, 234f., 256, 258, 302
- Corporate Identity* 64, 70, 72ff., 84f., 98, 100ff., 224, 288f., 302, 310
- Organizational Identity* 66, 70ff.
- Identitätsbildung* 71, 79, 100, 206, 235, 256, 302
- Image* 3ff., 11, 13, 46f., 52, 63ff., 79, 81ff., 94, 101, 103ff., 127, 132, 135, 146f., 151, 155, 157, 160, 175., 177f., 202, 204f., 212, 220, 278, 301, 303ff. 311
- Corporate Image* 11f., 46f., 79, 82, 84ff., 93, 96f., 100ff., 132, 146f., 153, 175, 177ff., 190ff., 196, 202, 204, 212, 216, 220ff., 235f., 238, 251ff., 256ff., 274, 281f., 284ff., 308ff.
- Institutional Image* 82ff., 310
- Organizational Image* 72, 78, 82ff., 290, 310, 315
- Imageanalyse* 4, 9, 11, 105
- Imagebildung* 1, 4, 6ff., 10f., 17, 61, 63ff., 75, 82f., 85ff., 90f., 100ff., 114, 125f., 132, 138f., 143, 151, 157ff., 166, 174, 178, 202, 212, 216f., 220, 224, 227, 234f., 238, 283ff., 289, 292, 296ff., 309ff.
- Image-Dimension* (↗ *Bewertende Ebene*)
- Imageforschung* 12, 73, 202, 283, 309ff., 315
- Imagemanagement* 4, 7f., 10, 12, 17, 87, 105, 219f., 224, 256, 283, 285f., 292, 295ff., 300, 313, 315
- Image-Struktur* 86, 88, 91, 98, 108, 183, 187, 196, 216, 220ff., 225, 227, 289, 292, 311
- Bewertende Ebene* 11, 194ff., 200f., 207, 218, 220, 222, 225, 227ff., 292f., 297, 302, 309ff.
- Erzählerische Ebene* 11, 222, 225, 228, 235, 310f.
- Imagewirkung* 10f., 63, 66ff., 89, 91, 100, 104, 106, 174, 289, 309f., 315
- Institution* 6, 16, 25, 30ff., 51f., 58, 64, 72, 107f., 110, 122f., 127, 152, 156, 158, 162, 166, 171, 173, 237, 287, 296, 300
- Institutionalisierung* 14, 32, 43, 51f., 60, 148, 154, 173, 302
- Interaktion* 4, 17, 23, 27, 31, 33, 38f., 60ff., 69, 71f., 84, 88, 92, 94, 98, 114, 117, 120, 134, 147, 154, 177, 182f., 212, 224, 260, 273f., 278, 288
- Interaktionslogik* 27f., 30, 34, 38f., 42, 44, 59, 62, 177, 264, 271, 290
- Interaktionsnetzwerke* 62, 133, 220, 259ff., 279ff., 285, 290f., 294

- Interaktionspartner* 37, 58ff., 94, 100, 112, 144, 153, 159, 174, 178, 194ff., 203, 224f., 252, 259ff., 268, 270, 275ff., 284ff., 290, 296f.
- Kongregation* 210f., 216f.
- Konkurrenz* 2, 27ff., 34ff., 64, 107, 122ff., 144, 146, 158f., 171f., 260f., 265f., 276, 280, 287, 290
- Konsistenz* 5, 7, 36f., 63, 73f., 82, 87, 97, 99, 101, 178, 229f., 232, 236, 256, 302, 309f., 313
- Konsistenztheorie* 74, 87, 223
- Kooperation* 14, 27, 30ff., 47, 51, 59, 111, 125, 130, 140, 153, 159, 163, 244, 260f., 264ff., 268ff., 278, 280f., 290f., 304
- Kooperation* 28, 34ff.
- Narration* (↗ *Erzählung*)
- Narratives Interview* 9, 183, 185f., 199, 201f.
- Neue Institutionenökonomik* 15, 32, 93
- Organisationsbegriff* 64f., 69
- Reputation* 24, 47, 66ff., 79f., 88, 91ff., 121, 129, 136ff., 141ff., 146ff., 175, 177, 204f., 303ff.
- Corporate Reputation* 46f., 67, 92f., 95ff., 102ff., 121, 130, 137ff., 143f., 146ff., 151ff., 158ff., 167, 169, 229, 238f., 258, 278ff., 293, 303ff., 308, 310
- Persönliche Reputation* 92ff., 158, 167, 172
- Reputationsmechanismus* 93ff., 103ff., 125, 127, 133, 138f., 158, 160, 166, 225, 274, 289, 297, 299f.
- Ruf* (↗ *Reputation*)
- Spieltheorie* 16, 35, 93
- Stakeholder* 4ff., 13ff., 38ff., 42ff., 47ff., 65, 67, 69, 71, 75, 79ff., 90, 95ff., 107, 112f., 121, 134, 139, 143, 158ff., 177ff., 192, 212, 216, 220, 224, 227, 229, 232ff., 256, 259ff., 275, 280ff., 284ff., 301f., 310, 313ff.
- derivativ legitime* S. 20, 48ff., 59, 61f., 63, 90, 95, 112, 158, 260f., 265, 269, 275, 279, 281f., 285, 287, 290f.
- normativ legitime* S. 20, 48ff., 59, 61, 279
- Stakeholderanalyse* 6f., 9, 60f., 134, 259, 294
- diskursive* S. 7, 11, 61f., 134, 259ff., 281, 284f., 287, 290f., 294
- Stakeholderbeziehung* 5ff., 14, 16ff., 20ff., 38ff., 48ff., 62, 65, 79, 86, 96, 100, 107, 111, 151, 177, 186, 220, 222, 224, 227, 229, 235, 260, 283, 287, 292, 297, 300
- Stakeholdergruppe* (↗ *Stakeholder*)
- Stakeholderidentifikation* 7f., 17, 25, 42, 60ff., 259, 284ff., 288, 290f.
- Methoden der* S. 60f.
- Stakeholderklassifikation* 45ff.
- Stakeholdernetzwerk* 18, 39f., 42ff., 48, 50f., 57, 59, 62, 173, 197, 280, 284ff., 294
- Stakeholderorganisation* 27f., 42ff. 107, 259
- Stakeholderstatus* 16ff., 22ff., 38ff., 48, 50, 60
- Stakeholdertheorie* 6, 10f., 13ff., 21ff., 26f., 38, 40, 42ff., 46, 48, 53, 107, 111, 177, 288
- Stereotyp* 90f., 136f., 156, 178, 222, 225, 236, 238, 258f., 264, 307, 310ff.
- Transaktion* 22, 24f., 27, 29, 51
- Transaktionskosten* 33
- Transaktionskostentheorie* 27, 29
- Universität* 1ff., 17f., 47, 59ff., 84f., 87, 94f., 100, 102ff., 107ff., 177f., 190f., 193, 202, 204f., 212, 224ff., 283ff., 309ff.
- universitäre Aufgaben* 112f.
- universitäre Leistungen* 113ff.
- universitäre Märkte* 59, 61, 112, 117f., 120ff., 177, 287, 309
- Wahrnehmung* 3ff., 10, 13, 55f., 63ff., 69, 74, 79, 81, 84, 99ff., 104, 106f., 121, 126, 143, 147, 151, 155, 160, 170, 173ff., 177f., 212, 217, 220f., 229ff., 236ff., 241, 246f., 250ff., 260, 272f., 276ff., 292, 296f., 301, 304, 310, 313
- Wahrnehmungsbild* 3, 81
- Wahrnehmungsgegenstand* 63ff., 69
- Wahrnehmungssubjekt* (↗ *Wahrnehmungsgegenstand*)
- Wahrnehmungsprozess* 11, 13, 64f., 69, 174, 177
- Wettbewerb* 11, 28ff., 34f., 52, 65, 107ff.
- universitärer W.* 2, 10, 64, 107ff.
- Bildungswettbewerb* 2, 121, 124ff., 130, 132ff., 143f., 152f., 158, 174, 309
- Forschungswettbewerb* 2, 121, 123, 158ff., 163, 167, 174
- W. um Humankapital* 164, 166ff., 174
- W. um Finanzmittel* 2, 121, 164, 168, 171ff.
- Wettbewerbsbeziehung* (↗ *Konkurrenz*)

-
- Wettbewerber* 17, 29, 35, 50, 95, 122f., 159
- Wettbewerbsfaktor* 27, 124, 132f., 135, 139, 144, 151, 167, 174
- Wettbewerbsformen* 29ff.
- Wettbewerbsfeld*, 2, 10f., 59, 107, 115, 121, 124, 158, 160, 163, 174f., 177
- Wettbewerbsstrategie* 52
- Wettbewerbsvorteil* 28, 34, 64, 70, 97, 167
- Wissen* 31, 82, 84, 107, 118f., 121, 193, 200, 207, 252
- Episodisches Wissen* 186f., 199f.
- Semantisches Wissen* 186, 199ff.
- Wissensmarkt* 118, 122, 287
- Wissensproduktion* 119f., 123, 161
- Wissenstransfer* 119f., 123, 128