

Dr. Reinhard Grohs

Geburtsdatum: 14/10/1974 Adresse: Doktor Eduard Heigl Gasse 5/5/10
Familienstand: ledig 1190 Wien, Österreich
Nationalität: Österreich Email: reinhard.grohs@univie.ac.at



AUSBILDUNG

10/99 – 09/04 **Doktoratsstudium** an der **Universität Wien**

Titel der Dissertation: *Die Wirkung von Sponsoring und Eventmarketing auf den Rezipienten – Konzeptionelles Modell und empirische Analyse*

10/93 – 06/99 **Diplomstudium** „Internationale Betriebswirtschaft“ an der **Universität Wien**

Titel der Diplomarbeit: *Die Untersuchung von Zufriedenheit mit Hilfe von multivariaten Analysemethoden bei der Lauda Air*

Im Zusammenhang mit der Diplomarbeit Durchführung eines Kundenzufriedenheitsprojekts mit der Lauda Air, 11/96 – 01/98

Monash University, 02/98 – 09/98
Auslandssemester in Melbourne, Australien

09/85 – 06/93 **Bundesgymnasium Wien 19**, Gymnasiumstraße 83

Matura mit ausgezeichnetem Erfolg (humanistischer Zweig)

BERUFLICHER WERDEGANG

Seit 07/99 **Universität Wien**

Zuerst Vertragsassistent, dann Universitätsassistent am Institut für Betriebswirtschaftslehre, Lehrstuhl für Marketing, o.Univ.-Prof. Dipl.-Ing. Dr. Dr. h.c. Udo Wagner

Seit 10/98 **Fachhochschule Eisenstadt**

Lehrbeauftragter für das Fach *Modellgestützte Unternehmensführung*

02/05 – 01/06 **University of Otago** (Neuseeland)

Lecturer am Department of Marketing

03/96 – 07/97 **Universität Wien**

Tutor für das Fach *Modellgestützte Unternehmensführung*

UNIVERSITÄRE TÄTIGKEITEN

Eigenständige Entwicklung von Lehrkonzepten

Eigenverantwortliche Durchführung von Lehrveranstaltungen in den Themengebieten Marketingkommunikation, Eventmarketing, Marktforschung, Segmentierung, Grundlagen des Marketing, Modellgestützte Unternehmensführung, Consumer Behaviour, Sports Marketing, Sponsoring, Advanced Marketing Analysis, Research Methods, Research and Methodology

Mitbetreuung von Diplomarbeiten an der Universität Wien

Betreuung von Diplomarbeiten an der FH Eisenstadt sowie von je einer Master of Business und Honours Thesis an der University of Otago

Durchführung von Forschungsprojekten, Publikationen und Präsentationen der Forschungsergebnisse auf internationalen Konferenzen

Konzeption und Durchführung von Projekten in Kooperation mit Unternehmen (Liebherr Verkehrstechnik, Life Ball, etc.), Supervision von Business Projects (University of Otago)

Diverse Prüfungs- und Verwaltungsagenden, Organisation der Feierlichkeiten zum Jubiläum „10 Jahre BWZ der Universität Wien“

Reviewer für Australasian Marketing Journal, Journal of Business Research, Journal of the Global Academy of Marketing Science, Social Sciences and Humanities Research Council of Canada, Spectrum der Sportwissenschaften, ANZAM 2004, ANZMAC 2005-2008, EMAC 2007

Jubiläumsfondsprojekt Nr. 8568 der Österreichischen Nationalbank

Habilitationskommission Dr. Claus Ebster

Studienberatung für die Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Informatik auf der Berufsinformationsmesse

TÄTIGKEITEN FÜR ANDERE INSTITUTIONEN UND DIE GESELLSCHAFT

Lektor am Fachhochschul-Studiengang für Internationale Wirtschaftsbeziehungen in Eisenstadt, am Fachbereich für Kommunikationswissenschaften der Universität Salzburg, und für den Master in Tourismusmanagement an der FH Krems

Executive Teaching: Schmid&Diamant, Marktforschung systematisch, 10. Oktober 2008
MBA Uni Wien, November 2008

Lehrveranstaltungen „Was ist Sponsoring?“ (13. Juli 2004) und „Was hat Iglo mit Schifahren, McDonalds mit Fußball und Mobilkom Austria mit der KinderUniWien zu tun?“ (18. Juli 2006, <http://www.dieuniversitaet-online.at/beitraege/news/von-logos-fussball-und-mcdonalds/10.html>, 17. Juli 2007) im Rahmen der Kinderuni der Universität Wien (gemeinsam mit Katharina Srnka)

Humanistischer Tag BG 19 Döbling: Vortrag und Podiumsdiskussion zum Thema „Die Euro 2008 naht: Wirkungen von Sportsponsoring auf den Rezipienten“ am 2. Februar 2008

University Meets Public: Vortrag zum Thema „Sponsoring im Sport: Was bringt's (Ziele der Unternehmen, Effekte für den Sport, Wirkungen auf die Konsumenten)“ am 27. Mai 2008 (mit Katharina Srnka)

Kommentare zu den Themen Sportmarketing, Sponsoring und Ambush Marketing in Rundfunk, Zeitungen und Magazinen (etwa Bestseller, Der Standard, Die Presse, Format, Forschen in Wien, Kronen Zeitung, Kurier, Salzburger Nachrichten)

ZUSÄTZLICHE QUALIFIKATIONEN

Computerkenntnisse: sehr gute Kenntnisse in MSOffice, SPSS, AMOS, LISREL

Eventmarketing: Besuch von Seminaren der Ueberreuter Managerakademie zur Weiterbildung im Bereich Eventmarketing (Referenten: Hannes Jagerhofer, Karl Altenhuber, Univ.-Prof. Dr. Cornelia Zanger)

Forschungsmethodologie: Besuch des EDEN Doctoral Seminar on Research Methods in Marketing, Brüssel, 17.-21. November 2002

10/92 – 04/99 Ausbildung zum Österreichischen Landesschullehrer (3 Kurse)
Unterrichtstätigkeit in St. Anton/Arlberg, Obertauern, Gastein, Chamonix, etc.

Seit 10/91 Ausbildung zum Pfadfinderführer (7 Kurse)
Inhalte: Teamarbeit, Projektmanagement, Entwicklungspsychologie, etc.

FREMDSPRACHEN

Englisch: fließend

Russisch: Grundkenntnisse

PERSÖNLICHE INTERESSEN

Schifahren und Schitouren, Lesen, Reisen, Fußball, Mountainbiking, Volleyball

PUBLIKATIONEN (SEIT 2000)

Working Papers (tlw. in Begutachtung)

Grohs, R., Reisinger, H. (2008): Sponsorship Effects on Brand Image: Examining the Moderating Role of Activity Involvement and Sponsorship Exposure, revise and resubmit, Journal of the Academy of Marketing Science

Grohs, R. (2008): A Structural Model of Sponsorship Effects in Televised Sports Events, Working Paper

Reisinger, H., Grohs, R., Woisetschläger, D. (2008): Adverse Sponsorship Effects: Observations and Remedies, Working Paper

Bücher

Grohs, R. (2008): Sponsoring und Eventmarketing: Wirkungen auf den Konsumenten, VDM Verlag: Saarbrücken

Beiträge in Sammelbänden

Wagner, U., Grohs, R., Leisch, M. (2003): Zur Entwicklung der Beziehungen zwischen Hersteller und Handel auf dem Neuwagenmarkt, in: Ahlert, D., Olbrich, R., Schröder, H. (Hrsg.) (2003): *Jahrbuch Vertriebs- und Handelsmanagement 2003* – Marktstrategische Veränderungen in der Hersteller-Handels-Dyade, Deutscher Fachverlag, Frankfurt am Main, S. 252-261

Referierte Zeitschriftenaufsätze

Grohs, R., Ebster, C., Kummer, C. (2009): „An meinen Fähigkeiten als Liebhaber habe ich schon gelegentlich gezweifelt“ – Die Messung sozial erwünschten Antwortverhaltens, *Marketing ZFP*, 31 (2), S. 87-100

Fam, K.-S., Grohs, R. (2007): Cultural Values and Effective Executional Techniques in Advertising: A Cross-country and Product Category Study of Urban Young Adults in Asia, *International Marketing Review*, 24 (5), S. 519-538, Paper was nominated by Emerald as the Top 10 article out of 450 for the month of November 2007

Grohs, R., Reisinger, H., Kappler, S. (2006): Wirksamkeit von Sozio-Sponsorings: Die Bedeutung der Höhe der Sponsoring-Ausgaben und der Auffälligkeit der Inszenierung, *der markt*, 45 (2), S. 77-87

Grohs, R., Reisinger, H. (2005): Image Transfer in Sports Sponsorships – An Assessment of Moderating Effects, *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 7 (1), S. 42-48

Grohs, R., Wagner, U., Vsetecka, S. (2004): Assessing the Effectiveness of Sport Sponsorships – An Empirical Examination, *Schmalenbach Business Review*, 56 (2), S. 119-138

Srnka, K. J., Grohs, R., Eckler, I. (2003): Increasing Fundraising Efficiency by Segmenting Donors, *Australasian Marketing Journal*, 11 (1), S. 70-86

Wagner, U., Grohs, R., Stadler, E. (2001): Einige Überlegungen zur Preisbildung im österreichischen Lebensmitteleinzelhandel im Zuge der Umstellung auf den Euro, *der markt*, 40 (2+3), S. 110-120

Referierte Konferenzbeiträge und Vorträge

Reisinger, H., Grohs, R., Woisetschläger, D. (2008): Adverse Sponsorship Effects: Observations and Remedies, *Proceedings of the ANZMAC Conference 2008*, The University of Western Sydney, Sydney, Australia, December 1-3 2008

Srnka, K. J., Grohs, R., Schnessl, N. (2008): The Impact of Perceived Retail Environment on Customer Satisfaction and Buying Behavior: Developing a Comprehensive Conceptual Model, *Global Marketing Conference 2008*, Jiao Tong University, Shanghai, China, March 20-23 2008

Reisinger, H., Grohs, R., Eder, M. (2007): Adverse Effects of Sponsorship, *Proceedings of the 36th EMAC Conference*, Reykjavik University, Reykjavik, Iceland, May 22-25 2007

Grohs, R., Steffen, M. (2005): Correct Sponsor Memorisation: Drivers and Moderators, *Proceedings of the ANZMAC Conference 2005*, The University of Western Australia, Perth, Australia, December 5-7 2005

Grohs, R., Reisinger, H. (2005): Image Transfer in Sponsorships – An Assessment of Moderating Effects, *Proceedings of the 34th EMAC Conference 2005*, Bocconi University, Milan, Italy, May 24-27 2005

Grohs, R., Reisinger, H. (2004): Assessing the Effectiveness of Sponsorships: The Impact of Event Related Factors, *Proceedings of the 33rd EMAC Conference*, University of Murcia, Murcia, Spain, May 18-21 2004

Grohs, R., Reisinger, H. (2004): An Assessment of Factors Driving the Strength of Image Transfer in Sports Sponsorships – Conceptual Analysis and Empirical Study, *1st French International Research Day on Marketing Communications*, Université Nancy 2, Nancy, France, March 26 2004

Grohs, R., Wagner, U., Vsetecka, S. (2003): Assessing the Effectiveness of Sport Sponsorships – An Empirical Examination, *2nd International Conference on Research in Advertising*, University of Amsterdam, Amsterdam, The Netherlands, June 16-17 2003

Grohs, R., Srnka, K. J., Eckler, I. (2002): Increasing the Efficiency of Fundraising by Better Understanding the Donor – Results of an Empirical Study on the Impact of Socio-demographics on Individual Charitable Giving, *Proceedings of the 31st EMAC Conference*, University of Minho, Braga, Portugal, May 28-31 2002

Fallstudien

Grohs, R. (2009): Kaffeeeküche – Coffee-to-go auf Wienerisch, in: Wagner, U., Reisinger, H., Schwand, C. (Hrsg.) (2009): *Fallstudien aus der Österreichischen Marketingpraxis 5*, Facultas, Wien, S. 199-206

Grohs, R., Burscha, M. (2009): mission2beach – der sommer deines lebens, in: Wagner, U., Reisinger, H., Schwand, C. (Hrsg.) (2009): *Fallstudien aus der Österreichischen Marketingpraxis 5*, Facultas, Wien, S. 182-189

Grohs, R. (2002): Der Schimarkt in Österreich. Fallstudie zum strategischen Marketingmanagement, in: Wagner, U., Reisinger, H., Baldauf, A. (Hrsg.) (2003): *Fallstudien aus der Österreichischen Marketingpraxis 3*, WUV, Wien, S. 39-48

Grohs, R., Krampera, K. (2002): Nike – Preisgestaltung im Sportartikelmarkt. Fallstudie zur Preispolitik, in: Wagner, U., Reisinger, H., Baldauf, A. (Hrsg.) (2003): *Fallstudien aus der Österreichischen Marketingpraxis 3*, WUV, Wien, S. 227-237

Sonstige Veröffentlichungen

Interview "Fußball WM schon im Mai", Regal 3/2006

Grohs, R., Heindler, M. (Hrsg.) (2004): *Musterlösungen zu den Problemstellungen aus dem Buch „Fallstudien aus der österreichischen Marketingpraxis 3“*, Skriptum, Wien

Grohs, R. (2001): *10 Jahre BetriebsWirtschaftsZentrum der Universität Wien*, dieUniversitaet.at, 26.09.2001

Weitere Vorträge

Grohs, R. (2009): Adverse Sponsorship Effects: Observations and Remedies, Michigan Center of Sport Management, University of Michigan, Ann Arbor, February 24-25 2009

Grohs, R. (2005): Theory Construction and Empirical Testing, Presentation for PhD students at the Otago University Marketing PhD Colloquium, University of Otago, Dunedin, New Zealand, October 17-18 2005

Grohs, R. (2002): Measuring the Success of Sponsorships and Eventmarketing Activities, Vortrag am *15th EMAC Doctoral Colloquium*, University of Minho, Braga, Portugal, May 26-28 2002

ABGEHALTENE LEHRVERANSTALTUNGEN

WS 2006-2008	FK Marketingmanagement A (STP) (zweistündig)
WS 2007	FK Modellgestützte Unternehmensführung (zweistündig)
SS 2006, 2007	VK KFK Marketing: Marketingkommunikation (zweistündig)
ST 2005 (University of Otago)	MART 433 Advanced Marketing Analysis (quantitative part) MART 432 Research Methods (quantitative part) MART 355 Business Project (supervision)
FT 2005 (University of Otago)	MART 102 Consumer Behaviour (mit Dr. Alexandra Ganglmair) MART 207 Sports Marketing (mit Dr. John Guthrie)
SS 2002-2004	VK KFK Marketing: Marktforschung A (zweistündig)
WS 2003, SS 2003, 2004, 2006-2009	FK ABWL Marketing (zweistündig)
WS 2002	SE KFK Marketing: Segmentierung (zweistündig; Seminarleitung ao.Prof. Dr. Heribert Reisinger)
WS 2000	PS Eventmarketing (zweistündig)
WS 1999-2001, SS 2000, 2001	UE Grundzüge der BWL III Marketing (einstündig)
WS 2008 (FH Krems)	SE Research and Methodology (Master Tourismusmanagement) (zweistündig)
WS 2007 (Universität Salzburg)	SE Sponsoring (Master Kommunikationswissenschaft) (zweistündig)
WS 2007, 2008 (FH Eisenstadt)	VO Modellgestützte Unternehmensplanung (einstündig)
WS 1999-2003 (FH Eisenstadt)	UE Modellgestützte Unternehmensführung (einstündig)
WS 1998-2003 (FH Eisenstadt)	PR Modellgestützte Unternehmensführung (einstündig)

MITBETREUTE DIPLOMARBEITEN

Regina Steiner	Die Wirkung von Sponsoring auf Kinder am Beispiel Minopolis (2009)
Silvia Spreitzer	Industrial Market Segmentation – A Literature Review (2004)
Sabine Kappler	Public Relations und Sponsoring: Gegenüberstellung, Interaktion und Evaluierung am Beispiel des Life Balls (2003)
Sabine Vsetecka	Die Bedeutung von Sponsoringzielen und deren Einflussgrößen am Beispiel der Alpinen Ski WM 2001 in St. Anton am Arlberg (2002)
Matthias Hauer	Positionierungsstrategien von Wintertourismusregionen am Beispiel von Kitzbühel (2002)
Sonja Fahrner	Marktsegmentierung als Grundlage zur Einführung neuer Betriebstypen bei der Österreichischen Post AG (2002)
Siegfried Weger	Wahrgenommenes Risiko und Risikoreduzierungsstrategien von österreichischen Weinkonsumenten (2002)
Michaela Leisch	Nachfragemacht im österreichischen Elektrohandel (2002)
Erik Stadler	Preispsychologische Effekte der Währungsumstellung zum Euro am Beispiel des österreichischen Lebensmitteleinzelhandels (2000)

BETREUTE DIPLOMARBEITEN (EISENSTADT)

Dragana Kramar	Der Einfluss von Sponsor Prominence, Event-Sponsor Fit, Sponsorship Exposure und Event Involvement auf die Erinnerung und Wiedererkennung von Sponsoren durch den Rezipienten (2007)
Miriam Pfister	Der Einfluss von Event-Sponsor Fit, Glaubwürdigkeit des Sponsorings und Sponsorship Exposure auf die Einstellung der Konsumenten im Sozio- und Umweltsponsoring (2007)

BETREUTE MBUS AND HONOURS THESES (NEUSEELAND)

Joseph Makisi	An Investigation into Sport Involvement, Fan Involvement, and Event Involvement in Sponsorship Research: A Conceptualisation and Empirical Measurement (2005) (MART 480)
Anne-Kathrin Hegner	Image Transfer in Sponsorship (2005) PART 1: Conceptualisation and Mechanisms at Work (Mbus 590) PART 2: Empirical Study (Mbus 591)

REFERENZEN

o.Univ.-Prof. Dr. Udo Wagner
Marketing Department
Institute for Business Administration at the University of Vienna
Brünner Straße 72, A-1210 Wien, Austria
Tel.: +43 1 4277 38012, Email: udo.wagner@univie.ac.at

Prof. Rob Lawson
Department of Marketing
School of Business, University of Otago
PO Box 56, Dunedin, New Zealand
Tel.: +64 3 479 8158, Email: rlawson@business.otago.ac.nz

Prof. David Buisson
Faculty of Built Environment and Engineering
Queensland University of Technology
G.P.O. Box 2434, Brisbane, Queensland 4001, Australia
Tel: +61 7 3138 8097, Email: d.buisson@qut.edu.au