

Stifterverband lobt hervorragende Ausstattung der Hans Strothoff-Stiftungsprofessur

Beste Voraussetzungen für vierte Marketing-Professur



Der 54-jährige Unternehmer Hans Strothoff (rechts) fördert die Marketing-Aktivitäten des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften – gemeinsam mit dem Universitätspräsidenten Prof. Dr. Rudolf Steinberg nach der Vertragsunterzeichnung.

Ich will mich aktiv einbringen und eine lebendige Partnerschaft, auf Vertrauen gegründete Partnerschaft gestalten«, so Hans Strothoff, Vorstandsvorsitzender der MHK Verbundgruppe AG in Dreieich, als er den Vertrag für Professur der Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt Handelsmarketing im Fachbereich Wirtschaftswissenschaften unterzeichnete. Die Hans Strothoff-Stiftungsprofessur soll bis Mitte des Jahres besetzt sein; dabei wird der Stifter beratend mitwirken. Zur langfristigen Finanzierung der Professur gründete Strothoff zugleich

eine Stiftung im Rahmen der Universitätsstiftung. Die Erträge des Stiftungskapitals in Höhe von 300 000 Euro werden nach Ablauf der »Anschubfinanzierung« in Höhe von 235 000 Euro jährlich für fünf Jahre zur Weiterfinanzierung genutzt. Hinzu kommt ein einmaliger Betrag von 50 000 Euro für die Grundausrüstung. Der Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft steuert weitere 15 000 Euro pro Jahr für den gleichen Zeitraum bei. Begleitet wurde die Einrichtung der Stiftung vom Stifterverband. Deren Repräsentanten würdigten bei der Übergabe des Stiftungsvertrags die Bereitschaft des Stifters, die Finanzierung der Professur über den üblichen Zeitraum von fünf Jahren sicher zu stellen, als außergewöhnlich und ordneten sie als eine der best ausgestatteten im mittlerweile annähernd 100 Stiftungsprofessuren umfassenden Portfolio der vom Stifterverband betreuten Professuren ein.

Präsident Prof. Dr. Rudolf Steinberg dankte Strothoff für sein bemerkenswertes Engagement im Bereich der Forschung und Lehre: »Mit dieser Professur können wir einen unserer wichtigsten und profiliertesten Fachbereiche nachhaltig

stärken. Gleichzeitig begrüßen wir es, dass Hans Strothoff sich und seine Unternehmensgruppe auch zur Förderung der Studierenden durch die Bereitstellung von Praktikumsplätzen einbringen will.« Prof. Dr. Bernd Skiera, Fachbereich Wirtschaftswissenschaften, wies darauf hin, dass sich mit künftig vier Professuren der größte Schwerpunkt Marketing an einer deutschen Universität in Frankfurt befinde. Mit Blick auf das angekündigte aktive Engagement des Stifters sagte Skiera, dass der Fachbereich für Impulse aus der Praxis immer aufgeschlossen sei.

Hans Strothoff setzt sich seit Jahren für die Förderung des Nachwuchses und die Stärkung des Mittelstands ein. Mit der Einrichtung von Stiftung und Stiftungsprofessur wolle er hierfür ein sichtbares Zeichen setzen. Im Jahr 2000 gründete der 54-jährige Unternehmer die MHK-Stiftung und wurde dafür mit der Verdienstmedaille der Bundesrepublik Deutschland ausgezeichnet. In der MHK Verbundgruppe sind in Europa über 1400 mittelständische Unternehmen des Möbelhandels zusammengeschlossen, die einen Umsatz von rund zwei Milliarden Euro repräsentieren. ◆

Prognosen mit virtuellen Börsen

Teilnehmer der »Nobelpreisbörse« mit guter Voraussage:
Ökonom Edward C. Prescott rangierte auf Platz 1

Der Nobelpreis ist die renommierteste Auszeichnung, die einem Wissenschaftler verliehen werden kann. Alle Jahre wieder gibt es Spekulationen und Vermutungen, wer wohl zu den Laureaten gehören könnte, bevor die Nobelpreis-Kommission Anfang Oktober die tatsächlichen Preisträger verkündet. Besonders aufmerksam verfolgten 2004 die Teilnehmer der »Nobelpreisbörse« dieses Ereignis – und trafen zumindest einmal mit

dem Ökonomen Edward C. Prescott voll ins Schwarze. Mit dem Experiment, das zwischen dem 1. September und dem 15. Oktober 2004 am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Universität Frankfurt durchgeführt wurde, versuchte ein Forschungsteam um Prof. Dr. Bernd Skiera, die Preisträger mit Hilfe einer virtuellen Börse zu prognostizieren [siehe auch »Virtuelle Börsen im Marketing«, Forschung Frankfurt 3–4/2004].

Die Teilnehmer konnten sich auf der Website des Projekts registrieren und die von ihnen als aussichtsreich eingeschätzten Kandidatinnen und Kandidaten für einen der begehrten Preise selbst vorschlagen. Aktien der Auserwählten, die nach einwöchiger Vorverkaufsphase genügend Unterstützer fanden, wurden wie an einer realen Börse gehandelt. Der Kandidat mit dem höchsten Kurs am Ende der Handelsperiode – jeweils am Vorabend