

## **Professor Dr. Dr. h. c. mult. Christian Homburg**

UNIVERSITÄT Mannheim  
Lehrstuhl für ABWL und Marketing I  
Institut für Marktorientierte Unternehmensführung (IMU)  
L 5, 1  
68131 Mannheim

Stand Dezember 2020

### **LEBENS LAUF**

#### **Persönliche Daten**

Geburtsdatum: 13. Januar 1962  
Geburtsort: Gomadingen/Münsingen  
Staatsangehörigkeit: deutsch

#### **Werdegang**

6/1981 Abitur am Tulla-Gymnasium, Rastatt

10/1982-2/1986 Studium der Wirtschaftsmathematik an der Universität Karlsruhe (TH)

4/1986 Diplom in Wirtschaftsmathematik

5/1986-3/1989 Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Entscheidungstheorie und Unternehmensforschung der Universität Karlsruhe

11/1988 Promotion zum Doktor der Wirtschaftswissenschaften (Dr. rer. pol.)

4/1989-12/1992 KSB AG, Frankenthal, zuletzt Bereichsleiter mit Führungsverantwortung für 40 Mitarbeiter

1/1993-8/1993 Habilitationsstipendiat der Deutschen Forschungsgemeinschaft am Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre und Marketing der Universität Mainz

1/1993-3/1993 Visiting Scholar am ISBM (Institute for the Study of Business Markets), Pennsylvania State University

9/1993-2/1995 Lehrstuhlvertretung, Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing, Wissenschaftliche Hochschule für Unternehmensführung (Otto-Beisheim-Hochschule), Koblenz

2/1995 Habilitation und Erteilung der *venia legendi* für Betriebswirtschaftslehre am Fachbereich Rechts- und Wirtschaftswissenschaften der Universität Mainz

- 3/1995 Ruf an die Wissenschaftliche Hochschule für Unternehmensführung (Otto-Beisheim-Hochschule), Koblenz
- 3/1995-12/1998 Inhaber des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing, Wissenschaftliche Hochschule für Unternehmensführung (Otto-Beisheim-Hochschule), Koblenz
- 4/1995 Ruf an die Handelshochschule Leipzig (abgelehnt 6/1995)
- 6/1995 Ruf an die Ludwig-Maximilians-Universität, München (abgelehnt 11/1995)
- seit 1/1997 Gründer und Vorsitzender des Wissenschaftlichen Beirats der Prof. Homburg GmbH
- 8/1998 Ruf an die Universität Mannheim (angenommen 9/1998)
- seit 1/1999 Inhaber des Lehrstuhls für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Marketing I, Universität Mannheim
- seit 1/1999 Direktor des **Instituts für Marktorientierte Unternehmensführung (IMU)**, Universität Mannheim
- 10/2001-09/2004 Academic Director des European MBA Program der Fakultät für Betriebswirtschaftslehre der Universität Mannheim in Kooperation mit der Ecole Supérieure des Sciences Economiques et Commerciales (ESSEC) in Frankreich und der Warwick Business School in Großbritannien.
- 4/2002 Ruf an die Westfälische Wilhelms-Universität Münster, Nachfolge Prof. Dr. Dr. h. c. mult. Heribert Meffert (abgelehnt 6/2002)
- 3/2003 Ruf an die Case Western Reserve University, Weatherhead School of Management, Cleveland, USA (abgelehnt 7/2003)
- 3/2006 Verleihung der Ehrendoktorwürde (Dr. h.c.), Copenhagen Business School
- 4/2006-3/2008 Prodekan der Fakultät für Betriebswirtschaftslehre, Universität Mannheim
- 11/2006-10/2010 Präsident und Geschäftsführer der Mannheim Business School
- 12/2007-12/2014 Professorial Fellow am Department of Management and Marketing, University of Melbourne
- 7/2008 Verleihung der Ehrendoktorwürde (Dr. h.c.), Technische Universität Bergakademie Freiberg

### **Mitgliedschaften**

- Verband der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft e. V.

### **Gutachtertätigkeiten**

- Journal of Marketing  
(Area Editor)
- Journal of Marketing Research
- Journal of the Academy of Marketing Science  
(Mitglied des Herausgeberbeirats)
- International Journal of Research in Marketing  
(Senior Editor)
- Journal of Product Innovation Management

### **Ranking-Ergebnisse**

- Zitationsanalyse für die Jahre 1979-2004 (Voeth/Gawantka/Chatzopoulou 2006, Marketing ZFP)  
Rang 1 und 4 in der Kategorie „meistzitierte Zeitschriftenartikel“
- Handelsblatt (2005)  
1. Platz im Forschungsranking zur Publikationsleistung aller deutschen Betriebswirte in international angesehenen Fachzeitschriften
- AMA (2008)  
3. Platz im weltweiten Publikationsvergleich der renommiertesten und bedeutendsten Marketingzeitschriften (JM, JMR, JCR, MS, JAMS, JR)
- Handelsblatt (2009)  
1. Platz im Forschungsranking zur aktuellen Publikationsleistung aller deutschsprachigen Betriebswirte in wissenschaftlichen Fachzeitschriften
- Handelsblatt (2012)  
3. Platz im Forschungsranking zur aktuellen Publikationsleistung aller deutschsprachigen Betriebswirte in wissenschaftlichen Fachzeitschriften
- AMA (2012)  
1. Platz im weltweiten Publikationsvergleich der renommiertesten und bedeutendsten Marketingzeitschriften (JM, JMR)
- Handelsblatt (2014)

2. Platz im Forschungsranking Lebenswerk aller deutschsprachigen Betriebswirte in wissenschaftlichen Fachzeitschriften

- AMA (2015)  
1. Platz im weltweiten Publikationsvergleich der renommiertesten und bedeutendsten Marketingzeitschriften (JM, JMR)
- Wirtschaftswoche (2019)  
1. Platz im Ranking des wissenschaftlichen Lebenswerkes von Betriebswirten (Deutschland, Österreich, Schweiz)
- Wirtschaftswoche (2020)  
1. Platz im Ranking des wissenschaftlichen Lebenswerkes von Betriebswirten (Deutschland, Österreich, Schweiz)

### **Akademische Auszeichnungen**

- Auszeichnung der Diplomarbeit mit dem Hermann-Billing-Preis (1989).
- Auszeichnung der Arbeit “Dimensions and Determinants of Retaliatory Behavior to New Product Entry” durch die American Marketing Association mit dem Best Paper Award, Marketing Strategy Track (1997 AMA Winter Marketing Educators’ Conference, St. Petersburg, USA).
- Auszeichnung der Arbeit “Governance Mechanisms in Transnational Business Relationships” durch die American Marketing Association mit dem Overall Best Conference Paper Award (1997 AMA Winter Marketing Educators’ Conference, St. Petersburg, USA).
- Auszeichnung der Arbeit “Exploring the Interorganizational Power of the Marketing Function” durch die American Marketing Association mit dem Best Paper Award, Marketing Strategy Track (1997 AMA Summer Marketing Educators’ Conference, Chicago, USA).
- Auszeichnung der Arbeit “Customer Interaction as a Key to New Product Success” durch die American Marketing Association mit dem Best Paper Award, Product and Pricing Track (1998 AMA Winter Marketing Educators’ Conference, Austin, USA).
- Auszeichnung der Arbeit “Managing Customer Loyalty in Buyer-Seller Relationships: The Influence of Relationship and Market Characteristics” durch die American Marketing Association mit dem Overall Best Conference Paper Award (1999 AMA Summer Marketing Educators’ Conference, San Francisco, USA).
- Auszeichnung der Arbeit “The Link Between Employee Satisfaction and Customer Satisfaction: A Dyadic Analysis” durch die American Marketing Association mit dem Overall Best Conference Paper Award (2000 AMA Summer Marketing Educators’ Conference, Chicago, USA).

- Auszeichnung der Arbeit “Fundamental Changes in Marketing Organization: The Movement Toward a Customer-Focused Organizational Structure” mit dem Best Paper Award für das Jahr 2000 durch das Journal of the Academy of Marketing Science.
- Auszeichnung der Arbeit “The Role of Soft Factors in Implementing a Service-Oriented Strategy in Industrial Marketing Companies” mit dem Outstanding Article of the Year Award 2003 durch das Journal of Business-to-Business Marketing.
- Auszeichnung der Arbeit “Customers are from Venus, Competitors are from Mars – A Study of the Differential Mechanisms Driving Customer and Competitor Orientation” mit dem Best Paper Award im Marketing Strategy Track 2005 durch die American Marketing Association (Summer Marketing Educators’ Conference).
- Auszeichnung der Arbeit “Determinants of Customer Benefits in Business-to-Business Markets: A Cross-Cultural Comparison” mit dem Best Paper Award 2005 durch das Journal of International Marketing.
- Auszeichnung der Arbeit “Understanding Customer Value in Business-to-Business Relationships“ mit dem Outstanding Article of the Year Award 2006 durch das Journal of Business-to-Business Marketing.
- Auszeichnung der Arbeit “The Symbiosis of Marketing and Sales: A Taxonomy” mit dem Best Paper Award im Marketing Strategy and Marketing Management Track 2006 durch die American Marketing Association (Summer Marketing Educators’ Conference).
- Auszeichnung der Arbeit “Should Firms Prioritize their Customers?” mit dem Overall Best Paper Award and Best Paper Award im Marketing Strategy Track 2007 durch die American Marketing Association (Winter Marketing Educators’ Conference).
- Auszeichnung der Arbeit “If One Steps out of the Phalanx – Analyzing Leaders’ Influence on Sales Force Automation Adoption with a Quadratic Dataset” mit dem Best Paper Award im Sales & Relationship Marketing Track 2009 durch die American Marketing Association (Winter Marketing Educators’ Conference).
- Auszeichnung der Arbeit “Triangulation of Survey Data in Marketing and Management Research: Concepts, Findings, and Guidelines” mit dem Best Paper Award im Research Methods Track 2009 durch die American Marketing Association (Winter Marketing Educators’ Conference).
- Auszeichnung der Arbeit “Buyer-Supplier Relationships and Customer Firm Costs” mit dem Louis W. Stern Award 2009 durch die American Marketing Association.
- Auszeichnung der Arbeit “Why Do Managers Give Price Concessions? The Role of Organizational Price Perceptions” mit dem Best Paper Award im Business-to-Business-Marketing Track 2010 durch die American Marketing Association (Winter Marketing Educators’ Conference).

- Auszeichnung der Arbeit “From a Distance We All Have Enough: Temporal Perspective and the Dual Role of Price” mit dem Best Paper Award im Consumer Behavior Track 2010 durch die American Marketing Association (Winter Marketing Educators’ Conference).
- The Journal of the Academy of Marketing Science: Best Reviewer Award 2011 by the Academy of Marketing Science.
- 2014: American Marketing Association, Winter Marketing Educators' Conference, Best Paper Award in the Consumer Behavior Track: “How Music Touches: Investigating the Influence of Sounds on Haptics”.
- 2016: American Marketing Association and Journal of Marketing, 2015 Hunt/Maynard Award “New Product Design: Concept, Measurement, and Consequences”.
- 2018: International Journal of Research in Marketing “IJRM Outstanding Senior Editors”.
- 2018: GAMMA Lifetime Achievement: Award für das Lebenswerk in der Marketing- und Management-Forschung von der Global Alliance of Marketing and Management Associations und der Korean Scholars of Marketing Science.