Sehr geehrte Parlamentarische Staatssekretärin Connemann
sehr geehrter Herr Präsident Dr. Jandura,
sehr geehrter Herr Vorsitzender Blässinger,
sehr geehrte Vertreterinnen und Vertreter der Mitgliedsverbände des BGA,
sehr geehrte Damen und Herren,

es ist mir eine große Ehre, heute die Laudatio auf den 1. ForveG-Forschungspreis halten zu dürfen. Ich vertrete dabei die Jury, bestehend aus Frau Dr. Julia Arlinghaus – Professorin für Logistik & Supply Chain Management an der Universität St. Gallen – sowie Herrn Dr. Dirk Morschett, Professor für Internationales Management an der Universität Fribourg in der Schweiz.

Mein Name ist Michael Krupp. Ich lehre an der Technischen Hochschule Augsburg Logistik und Supply Chain Management und leite dort die Forschungsgruppe für optimierte Wertschöpfung THA_ops.

Bevor ich zur eigentlichen Preisvergabe komme, möchte ich ein paar Worte über den Preis selbst verlieren – über seine Bedeutung und seine Absicht.

Nach meiner Kenntnis ist dieser Preis der erste seiner Art und es ist wichtig, dass es ihn gibt. Er wurde mit dem Ziel ausgelobt, Forschung und Forschungsergebnisse sowie die dahinterstehenden Forscherinnen und Forscher, die Forschungsinstitute, Universitäten und Hochschulen sichtbarer zu machen und ihre Arbeit entsprechend zu würdigen. Ein weiteres Anliegen, das bei jedem Preis mitschwingt, ist die Motivation für andere Forschungseinrichtungen und Forschende, sich ebenfalls einem Thema im selben Rahmen zu widmen. Für uns hier und heute ist der Rahmen klar: Es handelt sich um Forschung im Bereich des Großhandels – ein Bereich, der bisher nicht so ausgeprägt erforscht ist, wie es nötig wäre.

Der Scope dieser ersten Ausgabe des ForveG-Preises war daher bewusst gewählt. Eingeladen, sich zu bewerben, waren Masterabreiten und Dissertationen, die sich im Kern mit dem Großhandel beschäftigen oder deren Ergebnisse, wichtige und nutzbare Erkenntnisse für den Großhandel bereitstellen.
Es fällt auf, dass alle der eingereichten Arbeiten, trotz interessanter und wertvoller Ansätze, aus dem zweiten Bereich stammen. Das zeigt, dass im direkten Umfeld des Großhandels vergleichsweise wenig Forschungsaktivität stattfindet. Der Großhandel spielt hier unter seinen Möglichkeiten und das muss sich ändern!

Der Forschungspreis der ForveG ist daher wichtig. Wir brauchen die Aufmerksamkeit in der in der Forschung und Forschung in den Unternehmen. Es ist wichtig, dass mit der Nortal AG und der vobapay GmbH zwei Sponsoren gefunden wurden, welche die Attraktivität des Preises erhöhen. Die Jury möchte den BGA explizit ermutigen über die ForveG in diese Richtung weiterzuarbeiten.

Vorstandsvorsitzender: Till Blässinger
Geschäftsführer: Michael Nitsche

Forschungsvereinigung Großhandel e.V.
(ForveG)
Am Weidendamm 1 a
10117 Berlin
Telefon: 030 / 590099588
E-Mail: info@forveg.de

Bankverbindung: Berliner Sparkasse
IBAN: DE30 1005 0000 0191 1082 35 BIC: BELADEBEXXX
Vereinsregister: AG Charlottenburg, VR 39267 B
Steuernummer: 27/640/61720

Der Appell lautet also nach wie vor: Die Forschung im Großhandel stärken!
Und dieser Appell richtet sich zum einen an die Forschungseinrichtungen und Forschenden, zum anderen an die Unternehmen und Verbände, sich im Bereich der (Großhandels-) Forschung stärker zu engagieren. Das umfasst einerseits finanzielles Engagement, aber auch personelle Ressourcen; denn nur die Verzahnung zwischen Wissenschaft und Praxis liefert anwendungsnahe Ergebnisse.

Mit Blick auf die nächste Vergaberunde möchte ich gerne auch nochmals die Bewertung der Jury verdeutlichen:
Als Bewertungskriterien für die eingereichten Arbeiten wurden Wissenschaftlichkeit, Neuartigkeit beziehungsweise Innovationsstärke sowie die praktische Relevanz der Ergebnisse für den Bereich des Großhandels herangezogen – mit einer deutlichen Priorisierung der Praxisrelevanz. Vor dem Hintergrund dieser Kriterien haben wir in der Jury entschieden, neben dem eigentlichen Preis auch eine weitere Arbeit zu erwähnen. Warum das der Fall ist, darauf komme ich gleich.

Vorab aber eine kleine Anekdote rund um die Preisvergabe:
Kurz vor der finalen Sitzung der Jury hat Michael Nitsche in seiner Funktion als Geschäftsführer der ForveG, die morgige LOAD-Konferenz des BGA mit dem Slogan „It's the logistics, stupid" beworben. Sicher erkennen sie den abgewandelten Wahlslogan der Clinton-Kampagne von 1992. Als Logistiker hat mir der Slogan sehr gut gefallen – natürlich fokussiert er die Themen der Konferenz, aber er hebt auch die Bedeutung der Logistik für den Großhandel deutlich hervor. Und genau aus dem Blickwinkel der Logistik möchten wir eine Arbeit explizit erwähnen: die Master-Arbeit „Unsplittable Transshipments von Frau Srinwanti Debgupta, betreut von Prof. Dr. Skutella und Prof. Dr. Klimm an der TU Berlin. In der Arbeit wird ein Algorithmus entwickelt, der ein mathematisches Problem bei der Routenoptimierung löst und so zu besseren Optimierungsergebnissen führt. Die Arbeit soll Erwähnung finden, da wir als Jury explizit verdeutlichen möchten, dass logistische Arbeiten interessant und ausdrücklich erwünscht sind – insbesondere dann, wenn der klare Bezug zu praktischen Fragestellungen aus dem Großhandel deutlich wird.

Aber zurück zum erwähnten Slogan: Wie gesagt, hat der Logistik-Fokus einen Nerv bei mir getroffen, aber das Beispiel verdeutlicht ein weiteres Phänomen: Der Slogan hat mich über LinkedIn erreicht! Ich glaube, mir wird niemand im Raum widersprechen bei der Einschätzung, dass soziale Medien – oder social media – auch im Businessumfeld eine immense Rolle spielen! Aber wird das Potenzial im Großhandel wirklich bereits ausgeschöpft?

Dr. Florian Gasser hat in seiner Dissertation mit dem Titel „Post it, Like it, Share it – and Profit?" – eingereicht an der Universität St. Gallen und betreut von Prof. Dr. Laesser und Prof. Dr. Dr. h.c. Tomczak – die Auswirkungen und Möglichkeiten von B2B-Influencer-Marketing beleuchtet und analysiert. Sein direkter Fokus liegt zwar nicht auf dem Großhandel. Aber seine Ergebnisse lassen sich auf den Großhandel übertragen, wie er aus unserer Sicht in seiner Bewerbung überzeugend argumentiert! Gasser untersucht die Wirkungsweise von Influencern auf die Kaufentscheidungen der jeweiligen Follower.

Er analysiert die Zusammenhänge von Follower-Anzahl, Authentizität, Glaubwürdigkeit und Kaufentscheidungen. In der Arbeit wird die grundsätzliche Wirkung der Influencer auf potenzielle Kunden nachgewiesen und mit bestimmten Voraussetzungen wie z. B. den Influencer-Typen in Verbindung gebracht.

Die Arbeit bietet eine Reihe von Anknüpfungspunkten und Vorarbeiten für weitere Forschungsaktivitäten im „Emerging Research Topic“ der Social-Media-Influencer. Indirekt damit auch den Hinweis darauf, dass die Wirkung von Influencer-Marketing im Großhandel ein interessantes Feld wäre.

Auch wenn Influencer aktuell wohl eher in Geschäftsfeldern mit direktem Endkundenkontakt eine Rolle spielen, so verdeutlicht die Arbeit doch, wie vielversprechend sein kann, auch als Großhandelsunternehmen diese Potenziale für sich zu analysieren und ggf. zu erschließen.

Wir danken Florian Gasser für die Einreichung und gratulieren dem frisch gebackenen Träger des 1. ForveG-Forschungspreises!

Herzlichen Glückwunsch und vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Beide Arbeiten werden jeweils in Zusammenfassung über die ForveG zugänglich gemacht.

Prof. Dr. Michael Krupp am 23. September 2025, Berlin

Vorstandsvorsitzender: Till Blässinger
Geschäftsführer: Michael Nitsche

Forschungsvereinigung Großhandel e.V. (ForveG)
Am Weidendamm 1 a
10117 Berlin
Telefon: 030 / 590099588
E-Mail: info@forveg.de

Bankverbindung: Berliner Sparkasse
IBAN: DE30 1005 0000 0191 1082 35 BIC: BELADEBEXXX
Vereinsregister: AG Charlottenburg, VR 39267 B
Steuernummer: 27/640/61720