



INSTITUTE OF CULINARY ART®
ACADEMY

Prof. Dr. Torsten Olderog

geboren 02.12.1970



Bildungsweg und Berufstätigkeit

Studium

- 1992 bis 1999 Studium der Betriebswirtschaftslehre mit quantitativer Ausrichtung an der Christian-Albrecht-Universität zu Kiel. Schwerpunktfächer: Marketing und Rechnungswesen; Abschluss als Diplom-Kaufmann mit Prädikatsexamen
- 1999 bis 2003 Promotion an der Privaten Universität Witten/Herdecke mit einer marketingorientierten Arbeit zu den Erfolgsfaktoren im Online-Handel; Note: Summa cum Laude und Auszeichnung mit dem POCO-Preis für Handelsforschung

Lehrtätigkeit

- 2003 bis 2005 BWL-Grundlagen für Studenten des Fachbereichs Elektrotechnik und Informatik an der Fachhochschule Bremen
- Seit 2004 Professor für Marketing und Dienstleistungsmanagement an der AKAD University Stuttgart – AKAD Hochschule Stuttgart
- Seit 2007 Dozent für die Academy des Institute of Culinary Art.

Berufstätigkeit

- 2000 bis 2003 Geschäftsführer der EuroLab for Electronic Commerce & Internet Economics e. V., Witten (Forschungsgruppe im Bereich E-Commerce)
- März 2007 bis Dezember 2010 Prorektor der AKAD-Hochschule Pinneberg
- seit 2007 Direktor der Academy des Institute of Culinary Art und verantwortlich für die Programmentwicklung
- seit 2010 geschäftsführender Gesellschafter Context Data Innovative Managementsysteme und IT-Lösungen GmbH & Co. KG



Publikationen / Produktionen

Wissenschaftliche Publikationen

Olderog, Torsten/Skiera, Bernd (2000): The Benefits of Bundling Strategies, Schmalenbach Business Review, 52. Jahrgang, Nr. 2, 2000

Olderog, Torsten/Wirtz, Bernd (2001): Kundenbindungsmanagement für elektronische Dienstleistungen, Bruhn, M./Stauss, B. (Hrsg.), Dienstleistungsmanagement – Interaktionen im Dienstleistungsbereich - Jahrbuch 2001, Wiesbaden 2001.

Olderog, Torsten/Wirtz, Bernd (2001): E-Pricing: Die neue Herausforderung für das Preismangement, Hutter, M. (Hrsg.), E-Economy 2.0, Münster 2001.

Olderog, Torsten/Wirtz, Bernd (2001): Methoden der Markenbewertung, Financial Times Deutschland, 5. März 2001.

Olderog, Torsten/Wirtz, Bernd/Mathieu, Alexander (2002): Preis-Management für B2B-Marktplätze im Internet Kurzdarstellung: Charakterisierung von B2B-Märkten im Internet und Entwicklung eines Modells zur Vorteilhaftigkeit verschiedener Preismodelle, Marketing – Zeitschrift für Forschung und Praxis (ZFP), Sonderheft E-Marketing, 27. Jahrgang, 2002.

Olderog, Torsten (2003): Faktoren des Markterfolges im Online-Handel, Gabler Verlag, Wiesbaden, 2003.

Olderog, Torsten/Wirtz, Bernd/Schwarz, Joachim (2003): Strategische Erfolgsfaktoren in der Internetökonomie - eine empirische Analyse, Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung (ZfbF), 55. Jahrgang, 2003, Nr. 2.

Olderog, Torsten/Wirtz, Bernd/ Heidecker, Stefan (2003): Präferenzen und Zahlungsbereitschaften für Anwendungen und Dienste im Mobilen Internet und deren Implikationen für die Diffusion, Zeitschrift für Betriebswirtschaft (ZfB), 73. Jahrgang, 2003, Nr. 1.

Olderog, Torsten/Wirtz, Bernd (2004): Kundenmanagement im Elektronischen Einzelhandel, Bauer, H. H./Röske, J./Neumann, M. (Hrsg.), Das Verhalten von Konsumenten im Internet, München 2004.

Olderog, Torsten/Meier, Fabian (2006): Markenwerte und wertorientierte Markenführung für gesetzliche Krankenversicherungen, marketing journal, 39. Jahrgang, 2006, Nr. 12.

Olderog, Torsten (2006): Marken als Qualitätsbotschafter, Deutsche Marke [Verlag: B&L MedienGesellschaft], 2006.

Olderog, Torsten/Westermann, Andree (2006): Wertschöpfungsmanagement und Zeitarbeit in der Hotellerie, Cyanus-Verlag, Osnabrück, 2006.



Olderog, Torsten (2006): Eine Marke ist wie ein guter Freund, Allgemeine Hotel- und Gaststätten-Zeitung (AHGZ), 106. Jahrgang, 2006, Nr. 15, S. 18.

Olderog, Torsten (2006): Kostenvorteile durch klare Positionierung in der Hotellerie, hottelling – Zeitschrift für Hotellerie, Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung, 3. Jahrgang, 2006, Nr. 1, S. 4-5.

Olderog, Torsten/Wirtz, Bernd (2006): Strategien zur Reduktion des Einkaufsrisikos als Determinanten des Erfolgs im Online-Handel, Jahrbuch für Absatz- und Verbrauchsforschung, 52. Jahrgang, 2006, Nr. 1, S. 19-41.

Olderog, Torsten/Westermann, Andree (2006): Potentielle Markenwechsler identifizieren und effizient binden, Planung und Analyse, 2006, Nr. 1, S. 48-51.

Olderog, Torsten/Heide, Gerd (2007): Prüfsiegel auf dem Prüfstand, Deutsche Marke [Verlag: B&L MedienGesellschaft] 2007

Olderog, Torsten/Wirtz, Bernd (2007): Strategies for successful online retailing, Yearbook of Marketing and Consumer Research, 2007

Olderog, Torsten/Seeger, Thorsten (2007): Mehr Zeit für die Kunden, auf die es ankommt, Versicherungswirtschaft, 62. Jahrgang, Nr. 2, 2007, S. 95-98.

Lehrmittel

Olderog, Torsten/Hermenau, Alexander (2009): Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten. Wissenschaftliches Arbeiten. SQL301, Stuttgart.

Olderog, Torsten/Hermenau, Alexander (2010): Kochkunst und Gerätemanagement. Produktionsverfahren und Technologien in der gastronomischen Produktion.

Olderog, Torsten/Hermenau, Alexander (2010): Kochkunst und Gerätemanagement. Rahmenbedingungen und Ansätze für das Gerätemanagement.

Olderog, Torsten/Hermenau, Alexander (2010): Hygienemanagement mit Spül- und Reinigungstechnik. Grundlagen, Lebensmittelhygiene, GHP und HACCP.

Olderog, Torsten/Hermenau, Alexander (2010): Hygienemanagement mit Spül- und Reinigungstechnik. Spültechnik, Reinigungstechnik und Ansätze für das Management der Hygiene.

Olderog, Torsten/Hermenau, Alexander (2011): Workflowmanagement in Küche und Ausgabe. Herausforderungen und Ausrichtung.



Olderog, Torsten/Hermenau, Alexander (2011): Workflowmanagement in Küche und Ausgabe. Instrumente und Lösungen.

Olderog, Torsten/Hermenau, Alexander (2011): Kalt- und Heißgetränke. Verständnis von Getränkekonzepten und Grundlagen zu Kaltgetränken.

Olderog, Torsten/Hermenau, Alexander (2011): Kalt- und Heißgetränke. Grundlagen zu Heißgetränken und Management von Getränkekonzepten.

Olderog, Torsten/Hermenau, Alexander (2011): Fertigungstechnik und Conveniencestufen. Grundlagen zu Convenienceprodukten.

Olderog, Torsten/Hermenau, Alexander (2011): Fertigungstechnik und Conveniencestufen. Einsatz, Bewertung und Management von Convenienceprodukten.

Olderog, Torsten/Hermenau, Alexander (2011): Caregastronomie Assistant. Rahmenbedingungen und Wirtschaftlichkeit.

Olderog, Torsten/Hermenau, Alexander (2011): Caregastronomie Assistant. Management von Produktions- und Hygieneprozessen.

Olderog, Torsten/Hermenau, Alexander (2011): Caregastronomie. Rahmenbedingungen und Wirtschaftlichkeit.

Olderog, Torsten/Hermenau, Alexander (2011): Caregastronomie. Verpflegung in Krankenhäusern.

Olderog, Torsten/Hermenau, Alexander (2011): Caregastronomie. Verpflegung in Heimen, Pflege- und Reha-Einrichtungen.

Olderog, Torsten/Hermenau, Alexander (2011): Caregastronomie. Mitarbeiterverpflegung und angeschlossene Verpflegungsleistungen.

Olderog, Torsten/Hermenau, Alexander (2012): Grundlagen der Betriebsgastronomie. Rahmenbedingungen und Beschaffung.

Olderog, Torsten/Hermenau, Alexander (2012): Grundlagen der Betriebsgastronomie. Produktion und Ausgabe.

Olderog, Torsten/Hermenau, Alexander (2012): Systemgastronomie Assistant. Grundlagen und Aufbau.

Olderog, Torsten/Hermenau, Alexander (2012): Systemgastronomie Assistant. Operative Umsetzung und Interaktion.



Olderog, Torsten/Hermenau, Alexander (2012): Grundlagen zur Systemgastronomie.

Olderog, Torsten/Hermenau, Alexander (2012): Organisation in systemgastronomischen Konzepten.

Olderog, Torsten/Hermenau, Alexander (2012): Operatives Management in der Systemgastronomie.

Olderog, Torsten/Hermenau, Alexander (2012): Ausrichtung und Steuerung in der Systemgastronomie.

Olderog, Torsten/Hermenau, Alexander (2013): Management in der Betriebsgastronomie. Marketing, Führung und Budgetrechnung.

Olderog, Torsten/Hermenau, Alexander (2013): Management in der Betriebsgastronomie. Prozesse, Produktion und Speisenausgabe.

Olderog, Torsten/Hermenau, Alexander (2013): Management in der Betriebsgastronomie. Beschaffung und Fertigungsstufen.

Olderog, Torsten/Hermenau, Alexander (2013): Management in der Betriebsgastronomie. Rahmenbedingungen und Leistungsziele.



Lehr- und Forschungstätigkeit (Schwerpunkte)

Lehre

- Allgemeine Betriebswirtschaftslehre
- Marketingmanagement
- Dienstleistungsmanagement
- Wertschöpfungsmanagement für die Foodservice-Branche
- Statistische Methoden & Differenzialrechnung für Wirtschaftswissenschaftler
- Wissenschaftliches Arbeiten

Forschung

- Geschäftsmodelle im Internet und in digitalen Netzwerken
- Methoden der wertorientierten Markenführung
- Management in Gastronomie und Hotellerie