

**Name: Prof. Dr. Jochen Strähle**

**Forschungsgebiete:**

- International Fashion Management
- Emotions in Fashion Buying Behavior
- Fashion Chain Management
- Strategic Alliances, Mergers & Acquisitions
- International and Intercultural Marketing
- Direct Marketing
- Omnichannel-Management and E-Commerce

**Leistungsangebot:**

- Forschungsleistung und wissenschaftliche Publikationen
- Projektunterstützung im Bereich der Forschungsthemen
- Beratungsleistung
- Nationale und internationale Projektbeteiligung

**Aktuelle Projekte:**

- Retail Laboratory - Eye-Tracking Research
- Online Neuromarketing (ONEM)
- European Journal of Fashion Management
- Mysteryshopping-Analysis for Direct Mailing Companies
- Fashion Nano Store

**Labore/Technika:**

- Retail Laboratory

**Aktuelle Publikationen:**

- Strähle, J. (2014). Effektives Rekrutierung an Hochschulen durch Kooperationen, in: Personal im Fokus, (5), 14, accepted and to be issued
- Strähle, J. (2014). Quo Vadis Online-Commerce?, X-Change (07), 14, (S. 42)
- Strähle, J. (2014). Offener Brief, TextilWirtschaft (01), 14, (S.93)
- Strähle, J. (2014). Auswirkung der Produktdarstellung auf das Kaufverhalten bei Mode, in: RRI Forschungsmagazin 2014
- Strähle, J. (2013). Online fashion shopping: mystery shopping-based evaluation of online German fashion stores. Journal of Global Fashion Marketing, 1–18. doi:10.1080/20932685.2013.790706



- Strähle, J. (2012). Modehändler offenbaren viele Schwächen. Versandhandelsberater Spezial, (5), 12.
- Strähle, J. (2011). Strategische Herausforderungen im Online-Handel: Entwicklungspotenziale am Beispiel Mode. In Online gewinnen: Shop und Marketing strategisch optimieren (S. 42–57). Frankfurt, M.: Dt. Fachverl.
- Strähle, J. (2011). Strategische Herausforderungen im E-Commerce: Dynamisierung und Personalisierung. In Online gewinnen: Shop und Marketing strategisch optimieren (S. 11–20). Frankfurt, M.: Dt. Fachverl., mit Funder, J., Ehlbeck, M., & Natkowski, T.
- Strähle, J. (2010). Was ist Unternehmenskultur? In J. Bolten (Hrsg.), Interkulturelle Personal- und Organisationsentwicklung : Methoden, Instrumente und Anwendungsfälle (S. 57–64). [Sternenfels]: Wissenschaft & Praxis.
- Strähle, J. (2010). Erklärungsansätze zur Entstehung von Unternehmenskultur. In A. F. Schwolgin & E. H. Trump (Hrsg.), Corporate Social Responsibility in der Logistik (S. 155–162). Lörrach.

### **Beruflicher Werdegang:**

Professor Jochen Strähle is an international fashion retail specialist trained at Friedrich-Schiller-University Jena (G), Universidade de Coimbra (PT), and the University of London (UK/F). He holds a Master and a Ph.D. in Business Administration/ Intercultural Management.

Strähle is a Full-Professor for International Fashion Management at Reutlingen University in Germany. Prior to his current position he was Full-Professor for Retail Management at the University of Cooperative Education in Germany. He is Visiting Professor at the University of Southampton (UK) and the Haaga Helia University in Helsinki (FI), has been appointed Guest-Professor at the Xi'an Polytechnic University Xi'an (PRC) and has been guest-lecturer at the ITC of the Hong Kong Polytechnic University (HKG).

Prior to joining Reutlingen University, Jochen Strähle was CEO of the biggest fashion online retailer in Central Eastern Europe. He attended several management positions in the fashion industry in Germany, Austria, Slovakia, and has been working and living in more than eight different countries.

Professor Strähle has authored courses on international marketing, fashion chain management, strategic co-operations, and international trade. He has published three books and numerous articles on international Management and Online Business and is a well-known speaker on conferences.

### **Kontakt:**

Prof. Dr. Jochen Strähle

[Jochen.straehle@reutlingen-university.de](mailto:Jochen.straehle@reutlingen-university.de)

Tel: +49-7121-271-8073

Reutlingen University  
Faculty of Textile & Design  
Alteburgstrasse 150  
72762 Reutlingen  
Germany

