

## Veranstaltungen und Aktivitäten

### Vom „MEP“ zum „MBA in Marketing“: Münsteraner Weiterbildungsstudiengang zum 20. Jubiläum neu aufgestellt

Einer der traditionsreichsten deutschen Weiterbildungsstudiengänge im Marketing feiert in diesem Jahr sein 20-jähriges Bestehen: Was einst als „Marketing Executive Program“ von den Professoren Heribert Meffert, Klaus Backhaus und Dieter Ahlert ins Leben gerufen wurde, hat nun den Rang eines „MBA in Marketing“. Im Hörsaal stehen heute alle Münsteraner Marketing Professorinnen und Professoren und weitere Spitzenforscher. Wir schauen zurück auf die Anfänge des ersten Weiterbildungsstudiengangs in NRW – und werfen einen Blick in die Gegenwart und Zukunft des MBA in Marketing, der anlässlich seines Jubiläums grundüberholt worden ist.

Das, was heute den stolzen Titel des „MBA in Marketing“ trägt und von der WWU Weiterbildung gGmbH (unter der Leitung von MCM-Alumni Dr. Kristin Große-Bölting) professionell gemanagt wird, hat eine jahrzehntelange Geschichte. Der Studiengang geht zurück auf die Einrichtung des ersten Marketing-Lehrstuhls an einer deutschen Universität durch Professor Heribert Meffert vor mehr als fünfzig Jahren. Meffert war es dann auch, der gemeinsam mit seinen Kollegen Klaus Backhaus und Dieter Ahlert die Kräfte bündelte und das Marketing Center Münster ins Leben rief. Im Jahre 2000 war es schließlich soweit – das renommierte Münsteraner Professoren-Dreigestirn griff die vielfältigen Anfragen aus der Unternehmenspraxis auf und initiierte mit Unter-

stützung von Wolfgang Clement, dem damaligen Ministerpräsidenten von NRW, das „Marketing Executive Program“ als ersten Weiterbildungsstudiengang im Bundesland.

Der erste Jahrgang wurde im Parkhotel Schloß Hohentfeld begrüßt. Wegweisend waren die „drei I“: Der Studiengang musste innovativ (Vermittlung neuester Marketing-Tools), integrativ (unterschiedliche Blickwinkel) und international (Auslandsaufenthalt als Bestandteil des Moduls „Internationales Marketing“) sein – Elemente, die bis heute ihren festen Platz im Studiengang haben. War es zu Anfang ein kleiner elitärer Kreis, baute sich das Programm schnell einen guten Ruf auf und zog Managerinnen und Manager aus dem gesamten Bundesgebiet an. Insgesamt haben inzwischen rund 240 Studierende den Studiengang erfolgreich abgeschlossen.

Nicht nur die personelle Besetzung des MCM wandelte sich im Laufe der Jahrzehnte, sondern auch die Erwartungen der Studierenden: die Megatrends Globalisierung, aber zunehmend auch die Digitalisierung haben neue Anforderungen an das Tätigkeitsfeld von Marketingmanagerinnen und -manager und eine immense Dynamik mit sich gebracht. Nach zahlreichen kontinuierlichen Veränderungen und Anpassungen des Curriculums war das 20. Jubiläum genau der richtige Anlass, um den Studiengang grundlegend neu aufzustellen.



Die Gründer des „MEP“, dem Vorgänger des Münsteraner „MBA in Marketing“



### Professor Raoul Kübler

„ Marketing Analytics ist das konzeptionelle und methodische Upgrade der Marktforschung, das notwendig ist, um Marken mittels künstlicher Intelligenz in einem datenreichen Umfeld erfolgreich führen zu können.

Die 2020er-Version des MBA-Curriculums verbindet Münsteraner Klassiker wie „Strategisches Marketing“, in dem das Verständnis von Marketing als marktorientierte Unternehmensführung gelehrt wird, mit Inhalten, auf die Marketer heute mindestens ebenso angewiesen sind: „Digital Management“, in dem die Studierenden lernen, was Flipperspielen in Zeiten von Social Media und YouTube mit gutem Marketing zu tun hat, oder „Marketing Analytics“, in dem sie kodieren und rechnen müssen.

Professor Thorsten Hennig-Thurau, der am MCM den Lehrstuhl für Marketing & Medien innehat und selbst über umfangreiche Erfahrung in der Weiterbildung verfügt, übernahm die wissenschaftliche Leitung des Studiengangs, Birte Geue von der WWU Weiterbildung die organisatorische Betreuung. Der Studiengang ist nach der Generalüberholung als „MBA in Marketing“ akkreditiert und – nun ganz dem MCM-Leitprinzip „Münster ist Marketing!“ folgend – um drei zentrale Werteversprechen aufgebaut:

(1) Lernen von den führenden Marketingexperten: Seit dem altersbedingten Ausscheiden der drei Gründerväter in den Jahren 2015 bis 2018 hat sich das Team nicht nur verjüngt, sondern auch erheblich vergrößert. Zum Kern des Studiengangs im Jahre 2020 zählt neben Thorsten Hennig-Thurau das komplette Ensemble der Münsteraner Marketingprofessorinnen und -professoren: Manfred Krafft vom Institut für Marketing, Sonja Gensler und Thorsten Wiesel vom Institut für Wertbasiertes Marketing sowie Raoul Kübler (JP Marketing Analytics). Sie werden verstärkt durch zwei renommierte Kollegen mit Münsteraner Wurzeln: die Professoren Christoph Burmann, Vordenker in Sachen Markenmanagement und Ko-Autor von Heribert Mefferts Marketing-Klassiker, und B2B-Experte Maik Eisenbeiß. Sie alle sind es auch, die das Kursangebot erbringen und die Teilnehmenden persönlich unterrichten und inspirieren. Die Gründergeneration bleibt dem Programm dabei weiter verbunden: Sie bereichern das Programm des Studiengangs im Rahmen von speziellen Events wie Abendveranstaltungen. ▶



Professor Meffert im März 2018 als Ehrengast beim Kaminabend des Münsteraner „MBA in Marketing“

# Veranstaltungen und Aktivitäten

## Professorin Sonja Gensler



Gutes Marketing muss immer strategisch sein, damit man seinen Kurs nicht verliert.



(2) Marketingforschung trifft auf Marketingpraxis: Alle Dozierenden des Studiengangs sind nicht nur Experten in Sachen Lehre und werden regelmäßig sehr gut von den Teilnehmenden evaluiert. Sie sind zudem ausgewiesene Spitzenforschende auf ihren jeweiligen Spezialgebieten des Marketing. Und das ist kein Zufall, sondern System beim MBA à la Münster: Das Zusammenspiel von internationaler Forschungsexpertise und Praxisnähe kann kaum ein anderer Standort in Deutschland bieten. Die Teilnehmenden erlernen auf diesem Wege die neuesten Konzepte, Modelle und Ergebnisse, die in der Forschung diskutiert werden. Zugleich werden sie intensiv eingebunden: Die ursprünglichen drei „I“s des Studiengangs sind heute um ein viertes „I“ ergänzt: das für Interaktivität.

(3) Marketing in großer Breite und Vielfalt: Schließlich bleibt das Verständnis von Marketing als marktorien-

tierte Führung natürlich ein Wesenselement für jeden Münsteraner Marketingstudierenden. Entsprechend umfasst das Studienangebot auch alles, was Entscheidungsträgern und -innen in Unternehmen in Bezug auf den Umgang mit Kunden und Konkurrenten heute wissen müssen: vom Management der drei grundlegenden Werttreiber Marke, Produkt und Kundenbeziehung über den Umgang mit digitalen und internationalen Herausforderungen bis hin zu zeitgemäßen Schlüsselqualifikationen wie Marketing Analytics. Ausschlaggebend für die Programmaktualisierung und -erweiterung waren übrigens nicht zuletzt die Wünsche der Studierenden: Denn Marktorientierung wird beim Münsteraner MBA nicht nur unterrichtet, sondern auch gelebt. Abgerundet wird das Angebot mit Selbstmanagement-Seminaren und einem Kurs zum wissenschaftlichen Arbeiten, da Studieren in Münster mehr sein will als die Vermittlung von Fachwissen.



Das heutige Team des Münsteraner „MBA in Marketing“





### Professor Maik Eisenbeiß

„ Gutes B2B-Marketing erfordert besondere Qualifikationen: Organisationen kaufen anders als Konsumenten!

Schließlich hat die Modernisierung des Studiengangs auch die Räumlichkeiten nicht ausgelassen: Das Programm hat ein „Zuhause“ gefunden. Und zwar eines, dass sich sehen lassen kann – im Heereman'schen Hof, ganz im Herzen von Münster. Dort werden die meisten Kurse als Präsenzveranstaltungen angeboten. Aber auch digitale Kanäle stehen zur Verfügung und werden professionell genutzt – als Teil des regulären Studienangebotes (im Fall des Seminars zum wissenschaftlichen Arbeiten), aber falls nötig auch als mediales Back-up. Als in Deutschland im März 2020 wegen des Coronavirus kaum noch etwas ging, stieg Professor Raoul Kübler mit seinem Marketing Analytics-Kurs kurzfristig und sehr erfolgreich auf Zoom um!

Zwanzig Jahre nach seiner Gründung ist der Münsteraner MBA heute eines der wenigen deutschen MBA-Angebote, das die AACSB-Akkreditierung als Gütesiegel für exzellente Qualität in der Lehre tragen darf. Je nach Vorerfahrung können die Studierenden nach 18 oder 24 Monaten diesen Universitätsabschluss erwerben. Das Team des Marketing MBA schaut zuversichtlich in die Zukunft seines Weiterbildungsangebotes und freut sich auf die nächsten zwei Jahrzehnte „MBA“.

Wer mehr wissen will über die Inhalte des Studiengangs und seine Professorinnen und Professoren: unter [www.wwu-weiterbildung.de/marketing](http://www.wwu-weiterbildung.de/marketing) steht für jedes Modul ein Video bereit.



Wo Professoren sich mit Studierenden freuen: Momentaufnahme von der #Abschlussfeier (Foto: Tatjana Jentsch).

## Veranstaltungen und Aktivitäten

### Wir feiern unsere Marketing-MBAs, Corona zum Trotz!

Die diesjährigen Absolventinnen und Absolventen des Marketing-MBA bei der Absolventenfeier



Am 18. September 2020 erhielten in einem kleinen, aber trotzdem sehr feinen Rahmen fünfzehn Studierende des „MBA in Marketing“ ihre Masterurkunden. Coronabedingt musste die Abschlussfeier in diesem Jahr – erstmalig in der Geschichte des Studiengangs – ohne Begleitpersonen der Absolventinnen und Absolventen stattfinden. Um Familie und Freunde dennoch teilnehmen lassen zu können, wurde die Veranstaltung per Videokonferenz gestreamt. Auch manch ein Absolvent freute sich über diese hybride Lösung: So konnte etwa auch ein ehemaliger Studierender in Taiwan dabei sein und zumindest virtuell seinen Absolventenhut aufsetzen!

Professor Thorsten Hennig-Thurau, Wissenschaftlicher Leiter des Studiengangs, begrüßte die Anwesenden. Er gratulierte den Alumni herzlich und hob die besondere Leistung hervor, den Masterabschluss berufsbegleitend erfolgreich absolviert zu haben. In diesem Jahr hielt Professor Manfred Krafft, Modulbeauftragter und Dozent im Marketing MBA, die Festrede mit dem zeitgemäßen Thema „Was macht Corona mit unserer Wirtschaft – und mit uns?“ Professor Krafft gab interessante und kurzweilige Antworten aus „Sicht eines Nicht-Virologen und Nicht-Epidemiologen zu Corona-Folgen“. Im Fokus seiner Rede standen Krisengewinner oder -verlie-



Professor Krafft hielt die Festrede über Gewinner und Verlierer der Coronakrise.

rer, wie sich die Pandemie auf uns Menschen – im Umgang miteinander, im beruflichen und privaten Umfeld – auswirkt und was Entscheider in Politik und Wirtschaft tun bzw. daraus lernen sollten.

Musikalisch wurde die Feierlichkeit durch das Duo Lisa Dellman und Felix Wunderer begleitet. Die gelungene und amüsante Absolventenrede von Felix Zühlke über die „Risiken und Nebenwirkungen“ eines MBA-Studiums an der WWU rundete die Feier ab.



Mit Masken und Abstand: Professor Hennig-Thurau bei der Urkundenübergabe

Abschließend überreichte Professor Hennig-Thurau mit Abstand die Abschlussurkunden und die obligatorischen Graduierten-Hüte. Farblich passende Mund-Nasen-Bedeckung waren bereits bei Einlass von Studiengangskordinatorin Birte Geue an alle Teilnehmenden überreicht worden und wurden von ihnen bei der Entgegennahme der Masterurkunde getragen. Statt Handschlag gab es einen (nicht minder herzlichen) „Ellbogencheck“ – besondere Zeiten erfordern besondere Gesten!

Die Anwesenden waren glücklich darüber, trotz der widrigen Umstände feiern zu können. Diese besondere Abschlussfeier wird vermutlich allen Beteiligten noch lange in Erinnerung bleiben.



# MCM-News

Herbst 2020



Lehre in Zeiten von Corona:  
Als das MCM plötzlich digital wurde



20 Jahre  
„MBA in Marketing“



Universitätsübergreifendes  
Doktorandenseminar  
am markstones Institut



Mit dem MCM ins Museum:  
ALLE JAHRE WIEDER in Münster

