

Zukunft der Marketingdisziplin

Die wissenschaftliche Gesellschaft für Marketing und Unternehmensführung und der MTP – Marketing zwischen Theorie und Praxis e.V. stellen im Rahmen der Marketing Horizonte 2015 in Frankfurt die Ergebnisse einer Spiegelbefragung von Studenten, Führungskräften und CEOs vor.

Frankfurt – Als Impulsgeber für den Marketingfachkongress „Marketing Horizonte 2015“ diente eine Befragung von 560 Führungskräften, Studenten und CEOs. Gleichstellungsbeauftragte werden aufgrund der Geschlechterverteilung in den Befragungsgruppen aufhorchen. Die inhaltlichen Ergebnisse zeigen deutlich, wie sich die Zukunft der Marketingdisziplin in den kommenden Jahren verändern wird.

- Alle Führungskräfte, Studenten und CEOs waren sich einig, dass die Bereiche Big Data / Data Mining und Mobile Marketing bis 2020 eine höhere Relevanz der marktorientierten Unternehmensführung einnehmen werden; gefolgt von CRM und Social Media Management. Als Verlierer der kommenden Jahre wird die klassische offline Werbung angesehen.
- Während Praxisvertreter Studieninhalten im Bereich des digitalen Wandels höhere Priorität einräumen, wünschen sich Marketingstudenten verstärkt Angebote im Bereich des Social bzw. Non-Profit Marketing.
- CEOs, Führungskräfte und Studenten unterstreichen die zunehmende Bedeutung der Koordinationsfunktion des Marketings. Die Begründung scheint in der zunehmenden Fragmentierung der kundenbezogenen Instrumente und Kanäle zu liegen.
- Angesichts des digitalen Transformationsprozesses wird dem Marketing ein hohes Problemlösungspotential bezüglich folgender Aufgaben zugeschrieben: Verhaltensänderung beim Kunden, Überwindung fehlender Akzeptanz gegenüber neuer Technologien und fehlender Innovation im Unternehmen und der Digitalisierung von Wertschöpfungsprozessen.
- Die Branchenpräferenzen der befragten Studierenden konzentrieren sich auf Konsumgüter- und Industrieunternehmen. Dienstleistungs- und Handelsunternehmen (incl. E-Commerce) üben eine weitaus geringere Anziehungskraft auf Marketingtalente aus.

Am 06. Oktober 2015 kamen 300 Top-Führungskräfte der deutschen Wirtschaft, wie der Chief Marketing Officer Lead von Microsoft Robert Kämper, und die renommiertesten Wissenschaftler, wie Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Heribert Meffert, in Frankfurt zusammen, um auf den 10. Marketing Horizonten, ein studentisch organisierter Marketing-Fachkongress, zum Thema **„Lead or Die: Führt Marketing in Zukunft“** die Studienergebnisse zu reflektieren; mit folgendem Ergebnis:

Marketing führt definitiv in Zukunft! Allerdings ist es durch die Digitalisierung mehr denn je auf die Unterstützung anderer Unternehmensbereiche angewiesen, was eine ganzheitliche Unternehmensbetrachtung voraussetzt. Alle Speaker waren sich einig, dass die Fokussierung auf den Konsumenten und ihren Bedürfnissen eine Grundvoraussetzung für erfolgreiches Marketing der Zukunft ist.

Über MTP – Marketing zwischen Theorie und Praxis e. V.

Ein Verein. Eine Idee. Viele Facetten.

Der gemeinnützige MTP – Marketing zwischen Theorie und Praxis e. V. wurde 1981 als Studenteninitiative gegründet, um die Marketingausbildung an Universitäten praxisnäher zu gestalten. Heute verstehen wir uns als das größte generationsübergreifende Netzwerk aus Studenten, Professionals, Unternehmen und Wissenschaft. Dafür engagieren sich an 17 Hochschulstandorten und in 14 Alumni-Clubs etwa 3400 Mitglieder ehrenamtlich. Unterstützt werden wir dabei von 97 Professoren der renommiertesten Marketinglehrstühle sowie von 76 regionalen Partnerunternehmen. Zu den 19 nationalen Förderern gehören unter anderem Henkel, L'Oréal, Unilever, RB, MLP und die Deutsche Bildung. Zahlreiche Veranstaltungen und Beratungsprojekte, die regelmäßig stattfindenden Fachkongresse „Marketing Horizonte“ und „Digital Marketing Congress“ sowie unser vereinseigenes Marketing-Fachmagazin „Mehrwert“ zeigen die Leistungsstärke des Vereins. Um diese auszubauen, investieren wir in eine umfangreiche Weiterbildung unserer Mitglieder. Seit nunmehr 30 Jahren steht MTP für „Marketing leben“.

Kontakt für weitere Informationen (Studie, Fotos, Interviews mit den Speakern):

Lasse Walter

Lasse.walter@mtp.org

www.marketing-horizonte.de