



Presseinformation
18. Oktober 2011

Rück- und Ausblick auf die Dividende des Dialogs zwischen Wissenschaft und Praxis

Hochkarätig besetzte Jubiläumsveranstaltung zum 30-jährigen Bestehen der Wissenschaftlichen Gesellschaft in Münster

Anlässlich des 30-jährigen Bestehens richtete die Wissenschaftliche Gesellschaft für Marketing und Unternehmensführung e. V. am 13. und 14. Oktober 2011 in Münster ihre Jubiläumsveranstaltung aus. Viele Führungskräfte der Mitgliedsunternehmen waren erschienen, um mit Referenten und Gästen aus Wissenschaft und Praxis zum Thema „Leadership im Wandel der Märkte“ zu diskutieren.

Die Jubiläumsveranstaltung begann am Donnerstagabend im altherwürdigen Erbdrostenhof. Im Anschluss an Empfang und musikalische Eröffnung fand im Festsaal das Kamingespräch mit Carl-Ludwig Thiele, Mitglied des Vorstandes der Deutschen Bundesbank, statt. Er referierte über „Die Rolle Deutschlands in einer sich wandelnden Weltwirtschaft“ und diskutierte anschließend mit den Gästen über aktuelle, die Politik bewegende Themen wie Staatsschuldenkrise, Umsetzung des ESFS und die zukünftige Ausrichtung Europas.

Das am Freitag ausgerichtete Symposium wurde zunächst von Klaus Backhaus eröffnet. Im Anschluss an einige Grußworte von Ursula Nelles zog Heribert Meffert, Nestor der Wissenschaftlichen Gesellschaft, gemeinsam mit Richard Köhler, Helmut Sihler und Rolf Kunisch Bilanz über den Dialog zwischen Wissenschaft und Praxis der letzten 30 Jahre. Moderiert von Andreas Pinkwart kamen die Diskutanten überein, dass sich durch die Veranstaltungen der Wissenschaftlichen Gesellschaft über die Jahre hinweg ein persönlich getragenes Beziehungsgeflecht basierend auf einer echten Dialogkultur entwickelt hat. Dieses Netzwerk gewährleistet bis heute, dass Marketing als angewandte Wissenschaft nicht ausschließlich aus dem Elfenbeinturm heraus betrieben wird, sondern eine ständige Überprüfung in der Praxis erfährt.

Im Anschluss daran wurden zukünftige Herausforderungen der marktorientierten Unternehmensführung beleuchtet. Dabei nahmen in einer ersten Podiumsrunde Burkhard Schwenker und Andreas Bierwirth zu aktuellen global-ökonomischen Herausforderungen Stellung. Neben den Auswirkungen der Globalisierung in Europa und der Volatilität der Märkte kamen sie auf die neuen Anforderungen an Manager zu sprechen, die sich aus den veränderten Rahmenbedingungen ergeben. Hierzu zählen u. a. Flexibilität in der Unternehmensführung, kritische Reflexion getroffener Entscheidungen sowie die Fähigkeit den Mitarbeitern Sicherheit, Heimat und Stabilität zu vermitteln. In der zweiten Podiumsrunde zu sozial-ethischen Herausforderungen berichtete Heinrich O. Deichmann über die Grundsätze seiner Unternehmensführung, die sich aus dem christlichen Menschenbild ableiten. Er betonte, dass der Mensch „Urheber, Mittelpunkt und Ziel des unternehmeri-

schen Wirtschaftens“ sei und ein Unternehmen in erster Linie dem Menschen dienen sollte. Er fügte hinzu, dass mittelfristig jedoch auch ökonomische Kennzahlen Berücksichtigung finden müssen. Der zweite Podiumsteilnehmer, Pater Justinus, unterstrich in seinen Ausführungen, dass der langfristige Erfolg der Unternehmensführung „eine dauerhafte Integration des humanitären Faktors in das Wirtschaften“ erfordert. Dies muss nicht zwangsläufig in einem schriftlichen Code of Conduct fixiert, sondern vielmehr durch die Unternehmensspitze glaubhaft vorgelebt werden.

Anknüpfend daran stellte Manfred Kirchgeorg dar, welche Konsequenzen sich aus den vorangegangenen Diskussionen für Forschung und Lehre in der Marketingwissenschaft bis zum Jahr 2015 ergeben. Während sich einerseits Forschungsergebnisse in der Praxis bewähren müssen, sind andererseits die Unternehmen angehalten, für sie relevante Fragestellungen in die Wissenschaft zurückzuspielen. Beobachtungen zeigen, dass sich die Praxis in den vergangenen Jahren wesentlich dynamischer fortentwickelte als die Forschungslandschaft. Ziel der Wissenschaftlichen Gesellschaft für Marketing und Unternehmensführung e.V. ist es deshalb, diese aufgezeigte Diskrepanz zwischen Wissenschaft und Praxis durch einen regelmäßigen Austausch beider Disziplinen zu minimieren.

Gemeinsam mit der Heribert Meffert Stiftung nahm Manfred Kirchgeorg schließlich die Auszeichnung der Preisträger des studentischen Ideenwettbewerbs zum Thema „Leadership im Wandel“ vor. Der Wettbewerb war anlässlich der Jubiläumsveranstaltung an deutschen Universitäten ausgeschrieben worden und forderte Studenten auf, ihre Sichtweise zum genannten Thema in Form eines Aufsatzes darzulegen.

Abschließend reflektierte Winfried Wortmann zentrale Erkenntnisse des Symposiums. Sich daraus ableitende Themenstellungen gab er der Wissenschaftlichen Gesellschaft zur Berücksichtigung bei zukünftigen Veranstaltungen mit auf den Weg.

Wissenschaftliche Gesellschaft für Marketing und Unternehmensführung e. V.

Die Wissenschaftliche Gesellschaft für Marketing und Unternehmensführung e. V. wurde am 6. Februar 1981 von einer Gruppe namhafter Unternehmer, Manager und Wissenschaftler gegründet. Ziel dieser Gründung war die Belebung und Intensivierung der Kontakte sowie des Erfahrungsaustausches zwischen Wissenschaft und Praxis auf dem Gebiet des Marketing und der Unternehmensführung. Dieser Maxime folgend unterstützt die Wissenschaftliche Gesellschaft seither Forschungsvorhaben zu ausgewählten Problemen der Unternehmenspraxis und fördert die Verbreitung der Forschungsergebnisse. Den Schwerpunkt ihrer Aufgaben legt die Wissenschaftliche Gesellschaft vor allem auf die

- Initiierung, fachliche Unterstützung und Finanzierung von Forschungsprojekten im Bereich des Marketing und der Managementwissenschaft,
- Nutzbarmachung der Veröffentlichung von aktuellen Erkenntnissen der Forschung für die Lösung praxisrelevanter Herausforderungen,
- Organisation und Durchführung wissenschaftlicher Tagungen und Arbeitskreise,
- Intensivierung des Erfahrungsaustausches mit nationalen und internationalen Forschungsinstitutionen, die den gleichen Zweck verfolgen.

Kontakt:

Wissenschaftliche Gesellschaft für Marketing und Unternehmensführung e. V.

Prof. Dr. Manfred Kirchgeorg

Geschäftsführender Vorstand

Telefon: 0341/3085-379

Telefax: 0341/3085-284

E-Mail: info@wissenschaftliche-gesellschaft.de