

Press release**HHL Leipzig Graduate School of Management**
MBA Volker Stößel

01/21/2015

<http://idw-online.de/en/news621478>Scientific Publications, Transfer of Science or Research
Economics / business administration, Environment / ecology, Social studies, Traffic / transport
transregional, national**Neues Sammelwerk zum nachhaltigen Marketing veröffentlicht**

„Sustainable Marketing Management – Grundlagen und Cases“ ist der Titel eines neuen Buchs, das Prof. Dr. Manfred Kirchgeorg von der HHL Leipzig Graduate School of Management zusammen mit renommierten Wissenschaftlern herausgegeben hat. Es stellt eine integrierte Betrachtung der nachhaltigen Unternehmensführung im Gebiet des Marketingmanagement aus Wissenschafts- und Praxisperspektive dar. Relevanz erlangt das Werk aufgrund der seit geraumer Zeit diskutierten gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen. Ursächlich dafür sind die sich verändernden Rahmenbedingungen der globalisierten Wirtschaftssysteme und der damit verstärkte nationale und internationale Wettbewerb auf den Beschaffungs- und Absatzmärkten, der klimatische und demographische Wandel, die verstärkte Umweltbelastung, die Verknappung der natürlichen Ressourcen, die steigende Digitalisierung und nicht zuletzt die leeren Staatskassen und die damit einhergehenden Streichungen sozialer staatlicher Leistungen.

Das gemeinsam von Prof. Dr. Manfred Kirchgeorg (HHL), Prof. Dr. Heribert Meffert (Westfälische Wilhelms-Universität Münster/HHL) sowie Prof. Dr. Peter Kenning (Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf) herausgegebene Sammelwerk hat zum Ziel, zunächst den Begriff des Sustainable Marketing Management wissenschaftlich-konzeptionell zu erläutern, um der gegenwärtigen Inhaltsentleerung dieses und ähnlicher Begrifflichkeiten entgegenzuwirken. Ferner soll dem Leser entlang der Stufen des entscheidungsorientierten Managementansatzes (Ziele, Strategien, Umsetzung, Kontrolle) aus Wissenschaft und Praxis aufgearbeitete Best-Practice-Praxisbeispiele präsentiert werden. Die Praxisbeispiele kommen u.a. aus dem Bankensektor sowie der Kommunikations-, der Automobil- und der Konsumgüterindustrie. Sie regen den Leser dazu an, das eigene (unternehmerische) Handeln zu vergleichen und ggfs. entsprechend anzupassen bzw. neu auszurichten.

Das im Springer Gabler Verlag erschienene Werk richtet sich neben Studenten und Dozenten der Betriebswirtschaftslehre, insbesondere des Marketings, besonders auch an Fach- und Führungskräfte im Marketingmanagement.

Die Herausgeber, die drei Forschergenerationen repräsentieren, verfolgen eine systematische Zusammenführung der Ergebnisse aus Wissenschaft und Praxis. Ihr Ziel ist es, einen Impuls für den Wissenstransfer zwischen Wissenschaft und Praxis zu geben, damit die innovative und wirkungsvolle Umsetzung eines Sustainable Marketing im Unternehmensalltag weiter voranschreitet.

Prof. Dr. Manfred Kirchgeorg ist Inhaber des SVI-Lehrstuhls für Marketing, insbesondere E-Commerce und crossmediales Management an der HHL Leipzig Graduate School of Management. Er bereits in den 80er Jahren pionierhaft Forschungsprojekte zum marktorientierten Umweltmanagement initiiert und seither kontinuierlich Forschungsfragen zum Sustainable Marketing aufgegriffen.

Meffert, Heribert, Kenning, Peter, Kirchgeorg, Manfred (Hrsg.)
Sustainable Marketing Management - Grundlagen und Cases

Springer Gabler 2014, XVI, 467 S. 143 Abb.

ISBN: 978-3-658-02436-9 (Print), 978-3-658-02437-6 (Online)

Der SVI-Lehrstuhl für Marketing, insbesondere E-Commerce und crossmediales Management an der HHL Leipzig Graduate School of Management

Das Team um Prof. Dr. Manfred Kirchgeorg am SVI-Lehrstuhl für Marketing, insbesondere E-Commerce und crossmediales Management an der HHL Leipzig Graduate School of Management hat seine Forschung auf vier Kompetenzfelder ausgerichtet: Crossmediales Management, E-Commerce, Sustainability Marketing und Holistic Branding. Die Forschungsphilosophie des Lehrstuhls ist durch die wechselseitige Verknüpfung dieser Kompetenzfelder gekennzeichnet, woraus einzigartige und in hohem Maße für die Unternehmenspraxis relevante Forschungsprojekte resultieren. www.hhl.de/marketingmanagement

Die HHL Leipzig Graduate School of Management

Die HHL ist eine universitäre Einrichtung und zählt zu den führenden internationalen Business Schools. Ziel der ältesten betriebswirtschaftlichen Hochschule im deutschsprachigen Raum ist die Ausbildung leistungsfähiger, verantwortungsbewusster und unternehmerisch denkender Führungspersönlichkeiten. Die HHL zeichnet sich aus durch exzellente Lehre, klare Forschungsorientierung und praxisnahen Transfer sowie hervorragenden Service für ihre Studierenden. Das Studienangebot umfasst Voll- und Teilzeit-Master in Management- sowie MBA-Programme, ein Promotionsstudium sowie Executive Education. Im Masters in Management-Ranking 2014 der Financial Times steht das Vollzeit-M.Sc.-Programm der HHL europaweit unter den Top 10. 2013 und auch 2014 errang die HHL einen der drei ersten Plätze für die besten Gründerhochschulen in Deutschland innerhalb des vom Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft und dem Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) herausgegebenen Rankings „Gründungsradar“. Laut der Financial Times liegt die HHL im Bereich Entrepreneurship innerhalb des M.Sc.- sowie des EMBA-Programms national auf Platz 1 bzw. global unter den Top 5. Die HHL ist akkreditiert durch AACSB International. www.hhl.de

URL for press release: <http://www.hhl.de/marketingmanagement>

URL for press release: <http://www.hhl.de>



Meffert, Heribert; Kenning, Peter; Kirchgeorg, Manfred (Hrsg.): Sustainable Marketing Management - Grundlagen und Cases. Springer Gabler 2014.