

**An die  
Ausbildungsunternehmen  
des Studiengangs BWL-Dienleistungsmarketing**

**Prof. Dr. Hans-Joachim von Scheidt**  
**Prof. Dr. Lothar Weinland**  
**Prof. Dr. Christian Führer**  
Käfertaler Str. 258 • 68167 Mannheim  
☎ (0621) 4105 - 2106  
☎ (0621) 4105 - 2100  
✉ [scheidt@dhbw-mannheim.de](mailto:scheidt@dhbw-mannheim.de)  
☎ 0171 - 345 505 7  
Unser Zeichen: Sch/Akz. 13 08 50  
[www.dhbw-mannheim.de](http://www.dhbw-mannheim.de)  
[www.dienstleistungsmarketing.de](http://www.dienstleistungsmarketing.de)

**Datum: 15. August 2017**

## **Neues Curriculum und Namensgebung zum 1. Oktober 2018**

Sehr geehrte Damen und Herren,

zum 1. Oktober 2018 wird die Duale Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) landesweit eine Reform ihrer Studiengänge umsetzen, um ihr bestehendes Studienangebot an aktuelle Entwicklungen anzupassen. Mit dieser - durch das Präsidium angeregten - Reform reagiert die DHBW auf Verbesserungsvorschläge seitens der Unternehmen, Studenten und Professoren.

Mit dem 1997 von uns gegründeten Studiengang BWL-Dienstleistungsmarketing (DLM) haben wir insbesondere für die Dienstleistungsbranchen einen bildungspolitischen Beitrag geleistet. In diesen beiden Jahrzehnten konnten wir über 1.700 Absolventen verabschieden.

In den Märkten und innerhalb der wissenschaftlichen Marketingdiskurse zeichnen sich zunehmend Trends ab, die uns dazu veranlassen haben, das Curriculum neu zu gestalten und in der Namensgebung eine Veränderung vorzunehmen. **Aus Dienleistungsmarketing wird im Rahmen dieser Veränderungen zum 1. Oktober 2018 Marketing Management werden.**

Diese Entscheidung gründet sich insbesondere auf folgende Entwicklungen:

- Die klassische Unterteilung in Produkt- und Dienstleistungsmarketing wird zunehmend durch „hybride Leistungsbündel“ ersetzt und hat eine Verschmelzung der Marketinggebiete, Produkte und Leistungen zur Folge. Ein schon seit vielen Jahren zu beobachtender Trend besteht in

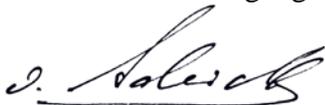
der Ergänzung der konsumtiven und investiven Sachgüterproduktion mit Dienstleistungs- und Servicekomponenten. An wirtschaftlicher Bedeutung gewinnen zunehmend die Angebote, welche sowohl Sach- als auch Dienstleistungen integrieren und als Leistungsbündel am Markt anbieten.

- Die lange Zeit unterschätzte Auswirkung von technologischen Innovationen und Produkten auf traditionelle Dienstleistungen rückt für Dienstleistungsunternehmen deren materielle Infrastruktur („Physicals“) als Wettbewerbsfaktor verstärkt in den Fokus. „Smart Service“ für Konsumenten und Unternehmen basiert zudem immer mehr auf dem Prinzip „Internet der Dinge“ und hat entsprechende Auswirkungen auf Geschäftsmodelle und der konzeptionellen Umsetzung des Marketing.
- Die Digitalisierung des Marketing schreitet weiter voran. Hiervon sind alle Themengebiete und Methoden betroffen. Marketingmanager sind zukünftig Customer-Relationship-Analysten, Social-Media-Profis, Omnichannel-Players und Big-Data-Scientists in einem.

Die Professoren des Studiengangs DLM sind der Überzeugung, dass das neue Studienmodell Marketing Management 2018 eine sinnvolle inhaltliche Weiterentwicklung darstellt, von der Ihr Unternehmen und die Studierenden profitieren werden. In diesem Zusammenhang sollen bewährte Inhalte erhalten und teilweise sogar ausgebaut werden – hervorzugeben sind u.a. das Kunden- und Vertriebsmanagement, Produkt- und Servicemanagement sowie die angewandte Marketingforschung.

Wir würden uns freuen, wenn Sie uns auch für den „neuen“ Studiengang Marketing Management Ihr Vertrauen schenken. Für Rückfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Der nächste Firmenarbeitskreis (bereits im Dezember 2017) wird schwerpunktmäßig diese inhaltlichen und strukturellen Neuerungen zum Gegenstand haben.

Mit freundlichen Grüßen  
Ihre DLM-Studiengangsleiter



i.A. Prof. Dr. von Scheidt