



DR. NADINE WALTER LEHRT UND FORSCHT IM BEREICH INTERNATIONALES MARKETING

Seit 1. März 2008 bin ich nun Professorin in Pforzheim – und mache genau das, was mir Spaß macht: Marketing im internationalen Umfeld!

>> Fangen wir ganz von vorne an:

ULM

Aufgewachsen bin ich im (bayerischen) Schwaben, ganz in der Nähe von Ulm.

MANNHEIM

Nach dem Abitur habe ich an der Universität Mannheim Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt Industriebetriebslehre und Wirtschaftsprüfung studiert, mit dem Ziel, in der Automobil- oder Maschinenbauindustrie zu arbeiten. Am Ende meines Studiums machte ich bei Porsche ein Praktikum – doch statt in die Produktion schickte mich der Personalverantwortliche direkt in die Marketingabteilung! Dort entdeckte ich meine Begeisterung für das Marketing, die mich seitdem nicht mehr losgelassen hat.

BOSTON

Ich ging in die USA, machte dort meinen MBA und lernte die US-amerikanische Schule des Marketing kennen, die damals wesentlich weiter war als wir in Europa. Und: ich lernte erstmals, dass das Vermitteln von Wissen an einer Universität nicht nur bedeutet, im Hörsaal mit 1000 anderen Studenten einem Monolog zuzuhören, sondern dass dies auch mittels Fallstudien und Diskussionen in kleinen Gruppen erfolgen kann.

MÜNCHEN (aber auch LONDON, PARIS, BARCELONA, PRAG, ISTANBUL, CHICAGO, SAO PAULO, SHANGHAI)

Nach meinem Studium begann ich bei der Unternehmensberatung McKinsey&Company in Frankfurt und München, bei der ich sechs Jahre lang tätig war. In den Jahren beriet ich Unternehmen im Bereich Konsumgüter, Handel, Pharma und Telekommunikation – vor allem im Bereich Marketing/Vertrieb, aber auch in Strategie und Organisation: Ich analysierte die Rasiergewohnheiten von türkischen Männern, entwickelte eine Markteintrittsstrategie in den Handel mit Vitaminpillen in

China, bereitete einen Schokoladenhersteller auf die harten Konditionenverhandlungen mit Aldi und Lidl vor, optimierte das Pricing von Zahnbürsten und, und, und... Dabei verschlug es mich sehr häufig in die ganze Welt und ich habe lange Perioden in den unterschiedlichsten Ländern verbracht und da die Tücken des internationalen Marketing in der Praxis kennengelernt.

HAMBURG

An der Universität in Hamburg promovierte ich schließlich über Marketingstandardisierung von Konsumgütern in Europa. Ich ging Fragen auf den Grund wie: Macht es Sinn, den Schokoriegel Raider in Twix umzubenennen? Erkennen die Briten das Langnese-Herz, auch wenn die Eiscreme Wall's heißt? Kann man für die Flasche Evian in Deutschland 20% mehr als in Frankreich verlangen? Warum kann man in England mit lila Kühen keine Schokolade verkaufen?

MAINZ

Die Zeit der Promotion, das Halten von Vorlesungen und das Veröffentlichen machten mir soviel Spaß, dass ich 2006 McKinsey verließ und einen Ruf an die FH Mainz für Unternehmensführung und Marketing annahm.

PFORZHEIM

Knapp zwei Jahre später nun der Wechsel Pforzheim. Die Kombination – Marketing in einem internationalen Umfeld – lockte mich hierher. Ich freue mich sehr auf meine neue Aufgabe und mein neues Umfeld ■