Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing
Univ.-Prof. Dr. Peter Kenning

Übersicht MW36 Kurs 1

Customer Relationship Management

WiSe 2025/2026

Liebe Studierende,

zunächst einmal möchten wir Sie sehr herzlich zum Semesterstart begrüßen! Wir hoffen, dass Sie gut gestartet sind und freuen uns bereits sehr auf die Vorlesungstermine mit Ihnen.

Die Vorlesungen finden **donnerstags von 16:30 bis 18:00 Uhr im Hörsaal 5M** statt. Der erste Vorlesungstermin ist der **16.10.2025**. Der Termin am **29.01.2026** ist ein **Repetitorium**, in dem noch offene Fragen beantwortet werden. Das Repetitorium findet als Webex-Termin statt. Zu den einzelnen Terminen und Inhalten verweisen wir auf die Tabelle auf Seite 3.

Über die Vorlesungsinhalte hinaus werden **E-Learning-Videos** zu ausgewählten Konzepten zur Verfügung gestellt. Sie können über **ILIAS** (**www.ilias.hhu.de**) darauf zugreifen.

Wir weisen darauf hin, dass Sie Ihre **HHU-E-Mails regelmäßig abrufen** sollten. Dies ist wichtig, weil oft kurzfristig Informationen des Lehrstuhls an die Studierenden gesendet werden müssen.

Sollten Sie darüber hinaus noch offene Fragen haben, kommen Sie gerne unter den genannten Kontaktdaten auf uns zu.

Mit freundlichen Grüßen

Ihr Lehrstuhl für BWL, insb. Marketing

Kontaktdaten:

Tobias Marx, M.Sc.

E-Mail: tobias.marx@hhu.de

Telefon: +49 211 81-10283

Univ.-Prof. Dr. Peter Kenning

E-Mail: marketing@hhu.de

Lernergebnisse (Fach- und Methodenkompetenz):

Studierende sind nach Abschluss des Kurses in der Lage,

- Theorien des Marketings in Geschäftsbeziehungen zu erläutern, zu beurteilen und anwenden zu können;
- strategische und operative Aspekte des Kundenmanagements zu beschreiben, gegenüberzustellen, zu beurteilen und anwenden zu können;
- komplexe, marktbezogene Problemstellungen zu analysieren und strategische sowie kundenmanagementbezogene Handlungsempfehlungen zu entwickeln;
- aufbauend auf einem tieferen Verständnis für das Management von Kundenbeziehungen neuere Ansätze im Bereich der kundenbezogenen Verhaltensforschung zu vertiefen;
- ausgewählte Ergebnisse der empirisch-quantitativen Marketingforschung zu interpretieren.

Der Kurs „Customer Relationship Management“ soll den Studierenden ein vertieftes Verständnis für das Management von Kundenbeziehungen vermitteln. Hierzu werden die folgenden Aspekte thematisiert:

- Grundlagen des Relationship Marketing
- Theoretische Fundierung des Relationship Marketing
- Konzeptionierung des Relationship Marketing
- Relationship Marketing im digitalen Kontext
- Aktuelle Ergebnisse und Methoden der CRM-Forschung

Literatur:

- Bruhn, M. (2022): Relationship Marketing. Das Management von Kundenbeziehungen, 6. Auflage, München 2022.
- Ergänzende Literatur wird jeweils noch bekannt gegeben.

Vorlesungstermine:

Nr.	Termin	Gliederung	Dozent/in	Format
1	16.10.2025 16:30-18:00 Uhr	Einführung in das Kundenmanagement	Univ.-Prof. Dr. Peter Kenning	Präsenz
2	23.10.2025 16:30-18:00 Uhr	Theoretische Grundlagen und Konzepte des Managements von Kundenbeziehungen	Tobias Marx, M.Sc.	Präsenz
3	30.10.2025 16:30-18:00 Uhr	Rahmenbedingungen des Kundenmanagements	Univ.-Prof. Dr. Peter Kenning	Präsenz
4	06.11.2025 16:30-18:00 Uhr	Wertorientiertes Kundenmanagement und integrierte Kontrollsystem (1)	Tobias Marx, M.Sc.	Präsenz
5	13.11.2025 16:30-18:00 Uhr	Wertorientiertes Kundenmanagement und integrierte Kontrollsystem (2)	Tobias Marx, M.Sc.	Präsenz
6	20.11.2025 16:30-18:00 Uhr	Operativer Einsatz des Relationship Marketing	Univ.-Prof. Dr. Peter Kenning	Präsenz
7	27.11.2025 16:30-18:00 Uhr	Relationship Marketing im digitalen Kontext	Tobias Marx, M.Sc.	Präsenz
8	04.12.2025 16:30-18:00 Uhr	Aktuelle Ergebnisse und Methoden der CRM-Forschung	Tobias Marx, M.Sc.	Präsenz
9	11.12.2025 16:30-18:00 Uhr	Ansätze zur Steigerung des Kundenwertes im Electronic Business bzw. Online Marketing	Univ.-Prof. Dr. Peter Kenning	Präsenz
10	18.12.2025 16:30-18:00 Uhr	Aktuelle Ergebnisse der Werbewirkungsforschung im CRM-Kontext	Univ.-Prof. Dr. Peter Kenning	Digital
11	15.01.2026 16:30-18:00 Uhr	Probeklausur	Univ.-Prof. Dr. Peter Kenning	Digital
12	22.01.2026 16:30-18:00 Uhr	Gastvortrag: Von der Schraube zum Smart Home: CRM als strategischer und kommerzieller Kompass bei OBI	Katrin Beyer (Obi-Zentrale, Vice President Category Management)	Präsenz
13	29.01.2026 16:30-18:00 Uhr	Repetitorium	Univ.-Prof. Dr. Peter Kenning	Digital

Prüfungsleistung:

Die Modulabschlussprüfung zum **Modul MW36 Kurs 1: „Customer Relationship Management“** erfolgt schriftlich zum Ende jedes Wintersemesters über alle Kurse des Moduls MW36 (90 Minuten), von denen zwei Kurse zu wählen sind (nähere Informationen hierzu können Sie der Homepage https://www.marketing.hhu.de entnehmen).