

## Neu in Bern: Harley Krohmer

**Seit Anfang Oktober 2004 sitzt er an seinem neuen Schreibtisch: Professor Harley Krohmer, der Nachfolger von Richard Kühn. Schon allein aufgrund seines beliebten Fachs steht der neue Inhaber des Marketing-Lehrstuhls im Blick der meisten Studierenden: Sein 1'100 Seiten dickes Lehrbuch türmt sich derzeit in den Berner Buchhandlungen. Grund genug, ihn in BeWL vorzustellen.**

Neben seinem aussergewöhnlichen Vornamen fallen vor allem seine jugendlichen Gesichtszüge auf. Würde er nicht einen eleganten Anzug tragen und dabei eloquent in Deutsch und Englisch – auf Wunsch sogar in Spanisch – über seine Lieblingsgebiete wie marktorientierte Unternehmensführung oder «International Marketing» berichten, könnte man ihn glatt für einen Studenten halten. Die Rede ist aber von Harley Krohmer, dem neuen Direktor der Abteilung Marketing des Instituts für Marketing und Unternehmensführung. «Die Professur in Bern ist mein absoluter Traumjob», freut sich Krohmer und fügt an, dass die Nachfolge von Richard Kühn anzutreten, «die Verpflichtung zu Exzellenz in Lehre und Forschung ist.» Ein Anliegen des Süddeutschen ist nicht nur für Qualität in Forschung und Lehre zu sorgen, sondern letztere auch international auszurichten. Krohmer selbst hat an der Wissenschaftlichen Hochschule in Koblenz, an der Universität von Aix-Marseille als auch an der School of Management in Bath studiert. «Auslandsemester kann ich allen empfehlen, denn Fremdsprachen und die Fähigkeit, mit Personen aus anderen Kulturkreisen zusammenarbeiten zu können, werden im Zuge der Globalisierung immer wichtiger.»

34 Jahre jung ist Krohmer und kann bereits auf beträchtliche Erfahrungen in Wissenschaft und Praxis zurückblicken. Bereits während seines Studiums leitete Harley Krohmer ein internationales Forschungsprojekt in Kooperation mit Forschern aus den USA. Dieses Projekt befasste sich mit der Marketing- und Vertriebsorgani-

sation von Unternehmen in Deutschland und den USA und trug dazu bei, dass der renommierte Marketingforscher Professor Dr. Christian Homburg Harley Krohmer als Doktorand an seinem Marketinglehrstuhl an der WHU Koblenz akzeptierte. Nach Abschluss der Dissertation wechselte Krohmer an die Universität Mannheim, wo er sich ebenfalls bei Professor Homburg mit einer Arbeit über die Rolle des Marketing im Unternehmen habilitierte. Nach der Habilitation übernahm Krohmer die Lehrstuhlvertretung des Lehrstuhls für Marketing an der Universität zu Köln.

### Ein halbes Jahr beim eigenen Chef gewohnt

Während seiner Tätigkeit als Assistent am Lehrstuhl für Marketing der WHU Koblenz konnte der mit einer Mexikanerin verheiratete Krohmer als Projektleiter mehrerer internationaler Forschungsprojekte die Grundlagen der Marketingforschung erlernen und bereits als Assistent wissenschaftliche Erfolge erzielen. So konnte er schon während seiner Promotionstätigkeit als Koautor Artikel zu Themen der Marketingstrategie, Marketingorganisation und des internationalen Marketing in weltweit führenden wissenschaftlichen Zeitschriften wie dem Journal of Marketing oder dem Strategic Management Journal veröffentlichen. In diesen Zeitschriften wurden bisher nur sehr wenig Beiträge von Forschern deutschsprachiger Universitäten zur Veröffentlichung akzeptiert. «Trotz einiger durchgearbeiteter Nächte und wenig Ferien hat mir Forschung vor allem Spass gemacht.» Krohmers Einsatz ging so weit, dass er während rund sechs Monate bei seinem damaligen Chef und Förderer, Christian Homburg, wohnte, um mit ihm zusammen das mehr als 1'100 Seiten umfassende Lehrbuch «Marketingmanagement» zu schreiben. «Das war in der Tat eine eher unorthodoxe Massnahme. Eigentlich wollten wir der Ruhe wegen ins Kloster gehen, doch letztlich zog ich bei Homburgs ins Gästezimmer, so dass wir von 8 bis 23 Uhr an unserem Buch arbeiten konnten.»



Krohmers wissenschaftliche Karriere begann nicht nur in jungen Jahren, sondern war auch von Erfolg gekrönt. So gewann der in seiner Freizeit passionierte Klavierspieler für seinen Beitrag «Exploring the Intraorganizational Power of the Marketing Function» den Best Paper Award der American Marketing Association. Seine Forschungsprojekte wurden durch Stipendien des angesehenen US-amerikanischen Marketing Science Institutes sowie der Fritz-Thyssen-Stiftung finanziell gefördert. «Trotz aller Erfolge warne ich aber immer davor, sich selbst zu ernst zu nehmen oder gar überheblich zu werden.»

Bern gebracht hat, zurückblicken kann, wäre also geklärt – bleibt noch das mit dem Vornamen. Ist Krohmer etwa begeisterter Motorradfahrer oder waren seine Eltern vom Marketing der gleichnamigen Motorrad-Manufaktur, das laut «Business Week» zu einem Markenwert von sieben Milliarden US-Dollar geführt hat, derart beeindruckt? «Weder noch», meint Krohmer, «mein Patenonkel trägt diesen Namen, um diesem aber Ehre zu erweisen, müsste ich wohl zuerst noch den Motorrad-Ausweis machen.»

Artur Baldauf und Simon Haag

#### «Die Studierenden sind meine Kunden»

In der Lehre, die Krohmer sehr am Herzen liegt, «denn die Studierenden sind meine Kunden», will er den Bereich Marketing ganzheitlich behandeln. «Ich will nicht nur Aspekte einzelner Teilbereiche vermitteln, sondern versuchen, sämtliche Facetten des Marketing aufzuzeigen.» Wichtig ist Krohmer dabei auch, dass die Studierenden lernen, wie sie die Theorie in die Praxis umsetzen können. Entsprechend will Krohmer nicht nur Praxisorientierung in der Lehre, sondern auch in der Forschung erreichen. «Aus diesem Grund liegt ein Schwerpunkt der Forschung auch in der empirischen Ermittlung von Erfolgsfaktoren, denn gerade aus dieser lassen sich Empfehlungen für die Praxis ableiten. Forschung darf nicht ausschliesslich im Elfenbeinturm Wissenschaft geschehen.» Kooperationen mit Praxispartnern, aber auch mit renommierten Forschern aus den USA und Asien stehen für den Nachfolger von Richard Kühn ebenso im Vordergrund wie die Präsenz auf internationalen Fachkonferenzen. Krohmer selbst hat während seiner Promotions- und Habilitationszeit als Unternehmensberater gearbeitet und dabei wertvolle Erfahrungen für die Lehre gesammelt. «Um die Lehre praxisorientiert gestalten zu können, muss ich die Probleme der Praxis kennen und verstehen.»



Wie Harley Krohmer mit 34 Jahren auf eine solche Karriere, die ihn nun nach