

## Univ.-Prof. Dr. Martin Fassnacht



### Kontakt:

WHU – Otto Beisheim School of Management  
Direktor des Lehrstuhls für Strategie und Marketing

Erkrather Str. 224a, 40233 Düsseldorf, Germany  
Phone: +49(0)211-44709-441  
martin.fassnacht@whu.edu; www.whu.edu/market

<https://www.linkedin.com/in/martinfassnacht>  
<https://twitter.com/FassnachtMartin>

Prof. Dr. Martin Fassnacht ist Direktor des Lehrstuhls für Strategie und Marketing an der WHU – Otto Beisheim School of Management in Düsseldorf. Zudem ist er wissenschaftlicher Direktor des Zentrums für Marktorientierte Unternehmensführung (ZMU) sowie Vorsitzender des Beirats des Henkel Center for Consumer Goods (HCCG). Im Juni 2023 feierte er sein 20-jähriges Jubiläum als Lehrstuhlinhaber an der WHU. Die am Lehrstuhl von Prof. Fassnacht behandelten Forschungsschwerpunkte umfassen das Preismanagement, Markenmanagement sowie Handelsmarketing und Omnichannel Business. Prof. Fassnacht ist darüber hinaus als Strategic Advisor für B2C- und B2B-Unternehmen tätig. Sowohl seine Forschung als auch die Lehrveranstaltungen haben durch eine enge Zusammenarbeit mit namhaften Unternehmen wie Henkel, Adidas, Aston Martin, BMW, dfv Mediengruppe, Douglas, Google, IGEPa Group, Klarna, L'Oréal, Lufthansa, Meta, Telefónica, Vorwerk und Würth-Gruppe einen starken Praxisbezug.

Prof. Fassnacht ist Mitglied des Verbandes der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft e.V., der Schmalenbach-Gesellschaft für Betriebswirtschaft e.V., der Erich-Gutenberg-Arbeitsgemeinschaft e.V., der American Marketing Association (AMA), der Academy of Marketing Science (AMS) und der European Marketing Academy (EMAC).

Prof. Fassnacht ist Autor zahlreicher Publikationen in referierten nationalen und internationalen Zeitschriften, z.B. Zeitschrift für Betriebswirtschaft, Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, Marketing – Zeitschrift für Forschung und Praxis, Journal of Marketing, Journal of Service Research und Journal of Business-to-Business Marketing. Vier seiner Artikel wurden ausgezeichnet vom Journal of Product & Brand Management (2017), vom Journal of Interactive Marketing (2007-2011), vom Editorial Board des Journal of Business-to-Business Marketing (2003) sowie von der Summer Marketing Educators' Conference (2005) der American Marketing Association (AMA).

Darüber hinaus hat er als Autor und Mitautor mehrere Bücher und mehr als 150 Artikel veröffentlicht. Im Herbst 2024 erscheint die fünfte, vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage des Klassikers „Preismanagement“ von Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Hermann Simon und Prof. Dr. Martin Fassnacht im Gabler Verlag. Für ihr Buch „Preismanagement“ bekamen die Autoren den Georg-Bergler-Preis für Absatzwirtschaft 2010 verliehen, die damals höchstdotierte Marketing-Fachbuch-Auszeichnung Europas. Die erste englische Ausgabe des Buches erschien im Januar 2019 bei Springer Nature, New York. Das Buch wurde mittlerweile in folgenden weiteren Sprachen veröffentlicht: Koreanisch, Italienisch, Russisch, Polnisch und Chinesisch.

Vier Jahre in Folge hat die Frankfurter Allgemeine Zeitung (F.A.Z.) in ihrem Ökonomenranking Prof. Dr. Martin Fassnacht zu einem der Top 100 einflussreichsten Ökonomen in Deutschland gekürt. Das Ökonomenranking der F.A.Z. wurde von 2013 bis 2021 jährlich veröffentlicht und erfasst die Leistung von Wirtschaftswissenschaftlern unter den Gesichtspunkten Forschung, Medien und Politikberatung.

Von März 2018 bis Februar 2024 war Professor Fassnacht akademischer Direktor der Full-Time und Part-Time MBA-Programme an der WHU. In dieser Zeit rangierte das Full-Time-MBA-Programm im Global MBA Ranking der Financial Times viermal auf Platz 1 als bestes MBA-Programm in Deutschland (2024, 2021, 2020, 2019) und sicherte sich zweimal den zweiten Platz (2023, 2022).

Von 2003 bis 2010 hatte er die akademische Leitung zweier Executive Development Programme für Führungskräfte der METRO Group an der WHU inne. Von 2007 bis 2009 war Prof. Fassnacht als Prorektor der WHU – Otto Beisheim School of Management tätig. Zudem war er akademischer Direktor der Abteilung Marketing and Communications von 2006 bis 2009 sowie akademischer Direktor des Master of Science-Programms der WHU von 2006 bis 2007. Von 2013 bis 2014 war er Vorsitzender der Kommission Marketing des Verbands der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft e.V. (VHB).

Vor seinem Ruf an die WHU im Juni 2003 übernahm Prof. Fassnacht von Juni 2001 bis Mai 2003 die Vertretung des Marketinglehrstuhls an der Universität Paderborn, nachdem er als Wissenschaftlicher Assistent an den beiden Lehrstühlen für Marketing von Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Christian Homburg zunächst an der WHU – Otto Beisheim School of Management und im Anschluss an der Universität Mannheim arbeitete, wo er sich im Januar 2002 habilitierte (Titel der Habilitationsschrift: „Eine dienstleistungsorientierte Perspektive des Handelsmarketing“).

Während seiner Tätigkeit an beiden Lehrstühlen von Prof. Homburg verbrachte er einen Monat als Gastwissenschaftler an der McCombs School of Business, University of Texas at Austin, Austin, USA. Außerdem war er in dieser Zeit auf freiberuflicher Basis zunächst als Consultant, danach als Leiter des Geschäftsfelds Management Education bei der Unternehmensberatung Prof. Homburg & Partner GmbH tätig.

Am Lehrstuhl für Marketing von Prof. Simon an der Johannes Gutenberg-Universität in Mainz arbeitete er von 1990 bis 1995 als Wissenschaftlicher Mitarbeiter und wurde Anfang 1996 promoviert. Während dieser Zeit widmete er sich auch freiberuflichen Tätigkeiten als Consultant und verbrachte ein halbes Jahr als Gastwissenschaftler an der Owen Graduate School of Management, Vanderbilt University, Nashville, USA. Sein Studium der Betriebswirtschaftslehre mit den Schwerpunkten Marketing und Industriebetriebslehre absolvierte Prof. Fassnacht an der Universität Mannheim (Abschluss: Dipl.-Kfm.).

**Kontakt als vCard:**

