

Die Direktoren Prof. Dr. Sabine Kuester und Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Christian Homburg des Instituts für Marktorientierte Unternehmensführung (IMU) der Universität Mannheim laden ein zur



IMU Frühjahrstagung 2018 „Marketing Excellence – Bereit für das Marketing der Zukunft?“

am 22. März 2018 in der
Universitätsaal Mannheim

9.30 – 16.00 Uhr
Rittersaal der Universität Mannheim

Wissenschaftler und Manager namhafter Unternehmen referieren branchenübergreifend zum Thema und nehmen an spannenden Paneldiskussionen teil. Zum sechsten Mal in Folge wird der IMU Research for Practice Award 2018 verliehen. Seien Sie beim Networking mit hochkarätigen Marketingexperten dabei und melden Sie sich jetzt an unter:

www.imu-mannheim.de

Über die Veranstaltung

Die Tagung bietet insbesondere...

- Konkrete **Key Learnings** aus der **Unternehmenspraxis** im Hinblick auf die Bedingungen für Marketing Excellence und Trends im Hinblick auf strategische Neuausrichtungen von Unternehmen
- Zentrale **Erkenntnisse** aus der **Forschung**, wie sich Marketing Excellence auf die Unternehmensführung auswirkt
- Themenbezogene **Diskussionen** mit Führungspersonlichkeiten erfolgreicher Unternehmen
- **Networking** mit Praktikern, Wissenschaftlern und Studierenden

Zielgruppe der Tagung sind Praktiker, die an Fragestellungen des Marketing, des Vertriebs und der marktorientierten Unternehmensführung interessiert sind.

Agenda

- 9.30 Uhr Begrüßung
 - 9.40 Uhr Marketing Excellence – Eine wissenschaftliche Perspektive
 - 10.10 Uhr Marketing Excellence als Garant des Strategischen Erfolgs
 - 10.40 Uhr Kaffeepause
 - 11.10 Uhr Leveraging Big Data to drive business at P&G
 - 11.40 Uhr Digitale Geschäftsprozesse in analogen Branchen: Die Rolle des Marketing als Gestalter der Transformation
 - 12.10 Uhr Paneldiskussion I
 - 12.30 Uhr Mittagspause
 - 13.30 Uhr Preisverleihung und Vortrag IMU Award 2018
 - 13.45 Uhr Marketing in the Digital Age – kundenorientiert, datengetrieben, agil
 - 14.15 Uhr Mercedes-Benz reinvented – Eine Marke auf dem Weg zum ganzheitlichen Mobilitätsanbieter
 - 14.45 Uhr Paneldiskussion II
 - 15.15 Uhr Verabschiedung
- Im Anschluss Get Together bei Kaffee und Kuchen

IMU Frühjahrstagung 2018 „Marketing Excellence – Bereit für das Marketing der Zukunft?“

Vorträge und Paneldiskussionen mit hochkarätigen Experten



09.40 Uhr:
Marketing Excellence - Eine wissenschaftliche Perspektive

Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Christian Homburg
IMU Direktor
Universität Mannheim

Zunehmender Wettbewerbsdruck durch verschwimmende Industriegrenzen, steigende Anforderungen der (End-)Kunden sowie fortschreitender technologischer Wandel erfordern ein Umdenken im Unternehmen. Insbesondere das Marketing ist angesichts dieser wachsenden Komplexität im Markt mehr gefordert denn je. Essentiell ist hierbei das Verständnis der zentralen Rolle des Marketing und der damit verbundenen „Marketing Excellence“. An dieser Stelle setzt der Grundlagenvortrag von Herrn Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Homburg an und beleuchtet das Thema zunächst aus wissenschaftlicher Perspektive.

Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Christian Homburg ist Direktor des Instituts für Marktorientierte Unternehmensführung (IMU) an der Universität Mannheim und Vorsitzender des wissenschaftlichen Beirats von Homburg & Partner, einer international tätigen Managementberatung. Darüber hinaus ist er Autor zahlreicher Bücher und Artikel im nationalen und internationalen Bereich. Seine Spezialgebiete sind Marktorientierte Unternehmensführung, Kundenbeziehungs- und Vertriebsmanagement.



10.10 Uhr
Marketing Excellence als Garant des strategischen Erfolgs

Thomas Hermann
Chief Strategy Officer
Evonik Industries AG

Eine gute Unternehmensstrategie zielt auf die Erfüllung der fundamentalen Stakeholderbedürfnisse ab. Die Übersetzung in eine optimale Vorgehensweise am Markt sowie die Analyse der Markt- und Kundenreaktionen wird durch Marketing Excellence sichergestellt. Wie diese enge Verzahnung gelingen kann, wird am Beispiel des Strategieprozesses von Evonik vorgestellt.

Thomas Hermann begann seine berufliche Laufbahn 1987 in der damaligen Hüls AG und war seitdem in verschiedenen Führungspositionen des Konzerns im In- und Ausland tätig. Ab 2002 leitete Thomas Hermann die Geschäfte des heutigen Segments Resource Efficiency und seit 2012 leitet er den Zentralbereich Konzernstrategie in der Konzernzentrale in Essen.



11.10 Uhr:
Leveraging Big Data to drive business at P&G

Kristina Bulle
Brand Director
P&G D/A/CH

Die Marken, die Procter & Gamble weltweit herstellt, kennt vermutlich jeder, da sich viele Marken in jedem Haushalt wiederfinden. Doch was steckt hinter den bekannten Marken und wodurch kann in Zeiten des digitalen Wandels und Big Data ihre weitreichende Verbreitung gesichert werden. Die zentrale Rolle des Marketing bis hin zu Marketing Excellence soll am Beispiel von P&G verdeutlicht werden.

Kristina Bulle ist seit nunmehr 22 Jahren bei Procter & Gamble. Nach ihrem Studium der Betriebswirtschaftslehre in Osnabrück begann sie ihre Karriere bei P&G Deutschland auf der Marke Max Factor. Nach einem dreijährigen Japan-Aufenthalt als Associate Brand Director führte sie 2006, zurück in Deutschland, erfolgreich das globale Beauty Geschäft von Braun. Im Rahmen ihres aktuellen Verantwortungsbereichs spezialisierte sie sich als Brand Director im Kundenmarketing auf den globalen Kunden Metro, was ihr nicht zuletzt weitreichende Erfahrung im Bereich der Markenkommunikation einbrachte.



11.40 Uhr:
Digitale Geschäftsprozesse in analogen Branchen:
Die Rolle des Marketing als Gestalter der Transformation

Alexander Schwörer
Geschäftsführer
PERI GmbH

Die Digitalisierungswelle erfasst zunehmend auch träge Branchen wie die Bau- und Bauzulieferindustrie. Während die Herstellprozesse weiterhin analog, also manuell ablaufen, werden die Supportprozesse in rasantem Tempo digitalisiert. Welche Rolle hat das moderne Marketing bei der Gestaltung der Transformation in B2B Branchen mit hohem manuellem Wertschöpfungsanteil?

Nach seinem BWL-Studium an der Universität Mannheim sowie einem MBA an der Tuck School of Business des Dartmouth College in Hanover/USA stieg Alexander Schwörer 2007 als Geschäftsführer Marketing und Vertrieb in das familieneigene Unternehmen PERI ein. PERI ist heute Weltmarktführer im Bereich Schalungen und Gerüste (Bauzulieferbranche) mit Sitz in bayerischen Weißenhorn.



IMU Frühjahrstagung 2018 „Marketing Excellence – Bereit für das Marketing der Zukunft?“

Vorträge und Paneldiskussionen mit hochkarätigen Experten



13.45 Uhr
Marketing in the Digital Age –
kundenorientiert, datengetrieben, agil

Dr. Mirko Caspar
Geschäftsführer
Mister Spex GmbH

Mit einer Multichannel-Vertriebsstrategie zum Erfolg im Zeitalter der Digitalisierung. Doch wie ist darin das Marketing als zentrale strategische Funktion verankert? Dieser Vortrag ermöglicht Einblicke in aktuelle Trends und das Verständnis von Marketing in einer Branche, in der die Möglichkeiten zunächst unbegrenzt scheinen.

Dr. Mirko Caspar ist seit September 2011 Geschäftsführer der Mister Spex GmbH. Der 44-jährige Marketingstrategie verantwortet die Bereiche Marketing, CRM & Customer Experience, Category Management, Public Relations und Produktmanagement. Nach seinem Studium der Betriebswirtschaftslehre und Promotion über Markenstrategien, begann Caspar seine Karriere zunächst als Unternehmensberater und Projektleiter bei McKinsey. Anschließend leitende Positionen, u.a. als geschäftsführender Gesellschafter verschiedener Unternehmen, ermöglichten ihm die Ausbildung eines breiten Erfahrungsschatzes im Bereich Markenkommunikation.



14.15 Uhr
Mercedes-Benz reinvented – Eine Marke
auf dem Weg zum ganzheitlichen
Mobilitätsanbieter

Dr. Jens Thiemer
Vice President Marketing
Mercedes-Benz Cars

Die digitale Transformation verändert die Automobilbranche grundlegend. Bei Mercedes-Benz bereiten wir unsere Marken auf diese Veränderung vor und besetzen die wichtigen Themen als Vorreiter. Im Mittelpunkt unseres Marketing stehen dabei „Mercedes me“, unsere neue Elektro-Marke EQ sowie der Aufbau von Akzeptanz und Vertrauen für autonomes Fahren.

Dr. Jens Thiemer (45) ist seit 2013 Vice President Marketing Mercedes-Benz Cars bei der Daimler AG. Er verantwortet die Marken- und Kommunikationsstrategie, die Marketing-Kommunikation, das digitale Marketing, das (Motor)Sport- und Erlebnismarketing sowie den Bereich Mercedes-Benz Classic. Zudem wird in seinem Bereich die Submarke und das Ökosystem „Mercedes me“ erlebbar gemacht und die digitale Transformation in Sales und Marketing vorangetrieben. Vor Beginn seiner beruflichen Karriere absolvierte er das Studium der Betriebswirtschaftslehre in Trier und im schottischen Stirling und promovierte in Kassel über „Innovative Markenführung in der Automobilindustrie“.



13.30 Uhr:
Verleihung des IMU Research for Practice Award 2018

Das Institut für Marktorientierte Unternehmensführung versteht sich als Forum für den Dialog zwischen Wissenschaft und Praxis. Die Forschung des IMU zielt auf wissenschaftliche Ergebnisse mit hoher Praxisrelevanz für das Marktorientierte Management ab. Aus diesem Grund verleiht das IMU seit 2013 jährlich den IMU Research for Practice Award für wissenschaftlich und methodisch exzellente Dissertationen aus den Bereichen Marketing, Vertrieb und Marktorientierte Unternehmensführung, die eine hohe Praxisrelevanz aufweisen. Sponsor Thilo Brodtmann von der VDMA überreicht den Award an den diesjährigen Gewinner.

Teilnahmegebühr

IMU Mitglieder: kostenfrei

IMU externe Unternehmen:
Frühbuchertarif (Anmeldung bis 15.02.18) und
Kooperationspartner

Erste Person	349,00 €
Begleitpersonen	299,00 €

Normaltarif

Erste Person	399,00 €
Begleitpersonen	349,00 €

Ihre Ansprechpartnerin



Theresa Morguet, M.Sc.

theresa.morguet@bwl.uni-mannheim.de
Telefon: 0621 / 181 1546
Fax: 0621 / 181 1556
Institut für Marktorientierte
Unternehmensführung (IMU)
Universität Mannheim L5, 1
68131 Mannheim

Das Anmeldeformular sowie weitere Informationen finden Sie unter www.imu-mannheim.de