



## Frühjahrstagung 2018: Marketing Excellence - Bereit für das Marketing der Zukunft?

(Mynewsdesk) Am 22. März 2018 lud das Mannheimer Institut für Marktorientierte Unternehmensführung (IMU) zu seiner jährlichen Frühjahrstagung zum Thema "Marketing Excellence - Bereit für das Marketing der Zukunft?" ein. Im Mittelpunkt stand dabei der rege Austausch zwischen Praxis und Wissenschaft.

Zur Eröffnung der Veranstaltung begrüßten Prof. Dr. Sabine Kuester und Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Christian Homburg, Professoren für Marketing an der Universität Mannheim und Direktoren des IMU, die Teilnehmer der diesjährigen IMU Frühjahrstagung. Anhand aktuellster Forschungsergebnisse erklärten sie im Rahmen der Einführung, was Marketing Excellence ist und was es bringt: Marketing Excellence beruht auf (End-)Kundenorientierung, auf einem Ökosystem an Kooperationspartnern, sowie Agilität und wirkt sich langfristig auf den Unternehmenserfolg aus.

Als Experte im Bereich Marketing Excellence kann sich auch die erste Referentin bezeichnen: Viviane Papa ist President Marketing & Sales Excellence in der Evonik Industries AG, ein Spezialchemiekonzern mit Sitz in Essen. Sie veranschaulichte in ihrem Vortrag über Marketing Excellence als Garant strategischen Erfolgs, dass Marketing in der Chemieindustrie in den letzten zehn Jahren vom "notwendigen Übel" zum Strategietreiber erstarkte und maßgeblich zur Erfüllung der fundamentalen Stakeholderbedürfnisse beiträgt. Sie stellte darüber hinaus fest, dass B2B Marketing aktuell ein großes Entwicklungspotenzial aufweist, denn mit dem digitalen Wandel sind neue Herausforderungen entstanden, die nur durch das Erlernen neuer Skills, universitäre Forschung und Rekrutieren der richtigen Mitarbeiter zu bewältigen sind.

Durch die aktive Einbindung von Marketing in den Strategieprozess, möchte Evonik diese Herausforderungen meistern und so seinem Anspruch nachkommen, der beste Spezialchemiekonzern der Welt zu werden. Kristina Bulle, Brand Director bei Procter & Gamble, bestätigte die Verankerung des Marketing im Unternehmensmanagement.

Procter & Gamble setzt als Konsumgüter-Konzern dabei verstärkt auf datengetriebenes Marketing: Kunden werden laufend zu Produkten befragt und Big Data, beispielsweise aus Online-Foren, wird mithilfe von Algorithmen und Dashboards ausgewertet. Auf Basis dieser Marketing Analytics-Erkenntnisse können gezielt Produkte und Kommunikationskampagnen entwickelt werden, die auf unerfüllte Kundenbedürfnisse abzielen. Dieser Ansatz garantiert tiefe Kundenorientierung und ist für Procter & Gamble ein grundlegender Erfolgstreiber.

Auch Alexander Schwörer, Geschäftsführer der PERI GmbH, bestätigte die Relevanz von Marketing Excellence in Zeiten der Digitalisierung. Für die PERI GmbH laufen als Hersteller und Anbieter von Schalungs- und Gerüstsystemen die Kernprozesse analog ab. Dennoch bietet Digitalisierung für die PERI GmbH vielseitige Chancen, Kundenprobleme zu erkennen und Nutzen zu schaffen. Herr Schwörer betonte, dass Digitalisierung dabei nicht zum Selbstzweck werden darf, sondern der Kunde stets im Fokus bleiben muss. Dabei setzt die PERI GmbH darauf, Kundenabläufe ganz genau zu verstehen und durch die Kombination von physischen Produkten mit digitalen Dienstleistungen sowie durch zusätzliche digitale Geschäftsmodelle Abläufe effizienter zu gestalten und Mehrwert für den Kunden zu generieren.

Zum 6. Mal in Folge verlieh das IMU im Rahmen der Frühjahrstagung den "IMU Research for Practice Award" für wissenschaftlich ausgezeichnete Dissertationen mit hoher Praxisrelevanz für die marktorientierte Unternehmensführung. Sponsor Thilo Brodtmann, Hauptgeschäftsführer des VDMA, überreichte den Award an den diesjährigen Gewinner, Herrn Dr. Markus Bergmeier von der Universität Passau. In seinem Kurzvortrag schilderte er, wie strategische Gestaltung und Koordination des Vertriebs in differenzierten Mehrkanalsystemen zur Gewinnmaximierung genutzt werden sollten. Dr. Mirko Caspar, Geschäftsführer der Mister Spex GmbH, lobte in seinem Vortrag gezielt die interessanten Beiträge der bisherigen Referenten. Auch er erklärte, dass Marketing im digitalen Zeitalter kundenorientiert, datengetrieben und agil sein muss. Bei der Mister Spex GmbH, dem größten Online-Optiker Europas, sind diese Werte bereits in der Unternehmenskultur verankert. Für Herrn Caspar zählen IT-Fähigkeiten und Statistik-Kenntnisse zu den Kernkompetenzen eines modernen Marketiers.

Zum Abschluss fügte Dr. Jens Thiemer, Vice President Marketing bei Mercedes-Benz Cars, hinzu, dass Daimler sich das Ziel gesetzt hat, die Marke Mercedes-Benz vom reinen Automobilhersteller zum ganzheitlichen Mobilitätsanbieter weiter zu entwickeln. Dabei will sich Daimler die vier aktuellen Herausforderungen der Automobilbranche zu Nutzen machen: Connected, Autonomous, Shared und Electric. Durch die strategische Verknüpfung dieser Punkte sieht Daimler das Potenzial, mit Initiativen wie der neuen Elektro-Marke EQ und "Mercedes Me" die Automobilindustrie auf den Kopf zu stellen und setzt auch hierbei auf Marketing Excellence.

Die Frühjahrstagung 2018 des Mannheimer Instituts für Marktorientierte Unternehmensführung unter dem Titel "Marketing Excellence - Bereit für das Marketing der Zukunft?" fand am Donnerstag, den 22. März 2018 im Rittersaal des Barockschlosses Mannheim statt. Insgesamt trafen rund 160 Teilnehmer aus Wissenschaft und Wirtschaft zusammen, die an aktuellen Fragestellungen des Marketing und Vertriebs interessiert sind. Die nächste IMU Frühjahrstagung wird am 28. März 2019 stattfinden. Nähere Informationen zur Veranstaltung und zum Institut finden Sie auf der folgenden Website: [www.imu-mannheim.de](http://www.imu-mannheim.de).

Diese Pressemitteilung wurde via Mynewsdesk versendet. Weitere Informationen finden Sie im [Homburg & Partner](#)

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:  
<http://shortpr.com/m75yon>

Permanenter Link zu dieser Pressemitteilung:  
<http://www.themenportal.de/vermishtes/fruehjahrstagung-2018-marketing-excellence-bereit-fuer-das-marketing-der-zukunft-31978>

### Pressekontakt

Mynewsdesk

Herr Mynewsdesk Client Services  
Ritterstraße -14 12  
10969 Berlin

press-de@mynewsdesk.com

## **Firmenkontakt**

Mynewsdesk

Herr Mynewsdesk Client Services  
Ritterstraße -14 12  
10969 Berlin

shortpr.com/m75yon  
press-de@mynewsdesk.com

Homburg & Partner ist eine international tätige Managementberatung mit Fokus auf die Themenfelder Market Strategy, Sales & Pricing, die im Jahre 1997 vom renommierten Marketingexperten Prof. Christian Homburg gegründet wurde. Neben der wiederholten Ernennung zum Top Consultant im Jahr 2017 wurde Homburg & Partner von der WirtschaftsWoche in 2016 als Best of Consulting - Beratung in der Kategorie Marketing und Vertrieb mit dem Qualitätsprädikat Exzellent ausgezeichnet. Ausführliche Informationen unter: [www.homburg-partner.com](http://www.homburg-partner.com)

Anlage: Bild

