

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



IMU Frühjahrstagung 2019

„Der digitale Kunde: Neuerfindung des Vertriebs- und Kundenbeziehungsmanagements?“

am 28. März 2019 in der
Universität Mannheim

9.15 – 16.00 Uhr
Rittersaal der Universität Mannheim

Wissenschaftler und Manager namhafter Unternehmen referieren branchenübergreifend zum Thema und stehen für Fragen aus dem Publikum zur Verfügung. Zum siebten Mal in Folge wird der IMU Research for Practice Award 2019 verliehen.

Seien Sie beim Networking mit hochkarätigen Marketing-Experten 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 in Bezug auf einen geeigneten Umgang mit den neuen digitalen Kunden und **Trends** im Hinblick auf strategische Neuausrichtungen von Unternehmen
- Zentrale **Erkenntnisse** aus der **Forschung**, inwieweit die Digitale Transformation das Vertriebs- und Kundenbeziehungsmanagement von Unternehmen beeinflusst
- Themenbezogene **Diskussionen** mit Führungspersönlichkeiten 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

- 9.15 Uhr *Begrüßung*
 - 9.25 Uhr Plattform Marketing und der digitale Kunde
 - 9.55 Uhr Treiber Digitalisierung – Business Transformation in eine konsumentenzentrierte Welt
 - 10.35 Uhr *Kaffeepause*
 - 11.00 Uhr Digitizing an Energy Company
 - 11.40 Uhr Der digitale Kunde – immer im Mittelpunkt?
 - 12.20 Uhr *Mittagspause*
 - 13.20 Uhr Preisverleihung und Vortrag IMU Award 2019
 - 13.35 Uhr Plattformgesteuerte Revolution der Wertschöpfungskette
 - 14.15 Uhr Schaffung einzigartiger Kundenerlebnisse durch Digitalisierung im B2B-Bereich
 - 14.55 Uhr Wie Transparenz Unternehmenspraktiken verändert
 - 15.35 Uhr *Verabschiedung*
- Im Anschluss Get-Together bei Kaffee und Kuchen

IMU Frühjahrstagung 2019 „Der digitale Kunde: Neuerfindung des Vertriebs- und Kundenbeziehungsmanagements?“ - Vorträge und Q&A Sessions mit hochkarätigen Experten



09.25 Uhr:
Plattform Marketing und der digitale Kunde

Prof. Dr. Sabine Kuester
IMU Direktorin
Universität Mannheim

Plattform-Anbieter wie Amazon, Spotify und Alibaba stellen die Spielregeln des Wettbewerbs auf den Kopf und drängen etablierte Unternehmen aus dem Markt. Mit welcher Strategie adressieren diese Plattform-Anbieter die veränderten Bedürfnisse des digitalen und vernetzten Kunden so erfolgreich? Welche Herausforderungen und Erfolgsfaktoren müssen Unternehmen berücksichtigen, die Plattform-Marketing einsetzen? In ihrem Grundlagenvortrag erörtert Professor Dr. Sabine Kuester das Thema aus wissenschaftlicher Perspektive.

Prof. Dr. Sabine Kuester ist Direktorin des Instituts für Marktorientierte Unternehmensführung (IMU) und seit 2005 Inhaberin des Lehrstuhls für Marketing & Innovation an der Universität Mannheim. Die Schwerpunkte ihrer Forschung und Lehre liegen im Bereich Innovationsmarketing, Strategisches Marketing, Digitales Marketing und Internationales Marketing.



09.55 Uhr:
Treiber Digitalisierung – Business Transformation in eine konsumentenzentrierte Welt

Matthias Ginthum
Mitglied der Geschäftsführung
BSH Hausgeräte GmbH

Die Digitalisierung verändert grundlegend die bisherige Wertschöpfungskette von Hersteller über den Handel zum Konsumenten. Konsumenten haben heute eine umfassende Transparenz, die Erwartungshaltung an das Produkt-, Service- und Markenerlebnis hat sich grundlegend geändert.

Hersteller müssen sich in einer konsumenten-zentrierten Welt transformieren und das klassische Retailgeschäft neu ausrichten. Wie wird Europas größter Hausgerätehersteller dieser Herausforderung gerecht?

Matthias Ginthum ist Mitglied der Geschäftsführung und Chief Markets Officer bei der BSH Hausgeräte GmbH. Nach einer kaufmännischen Ausbildung bei der Siemens AG und einem Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Universität Mannheim startete er 1990 seine Laufbahn im Zentralen Marketing der BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH. Dort bekleidete er seitdem unterschiedliche Leitungspositionen, unter anderem für die französische Auslandsgesellschaft des Konzerns in Paris. Seit 2012 ist Ginthum Mitglied der Geschäftsführung.



11.00 Uhr:
Digitizing an Energy Company

Dr. Karsten Wildberger
Mitglied des Vorstands
E.ON

Die Energiewelt verändert sich mit großer Geschwindigkeit. Megatrends wie Dezentralisierung, Dekarbonisierung und insbesondere Digitalisierung sind Haupttreiber der Transformation. Als eines der größten Energieunternehmen Europas richtet sich E.ON komplett auf diese neue Energiewelt aus. Wie gelingt es, ein Energieunternehmen im Umbruch zu digitalisieren?

Karsten Wildberger ist seit April 2016 Mitglied des Vorstands der E.ON SE. Er ist verantwortlich für den Vertrieb und Kundenlösungen in regionalen Einheiten, Dezentrale Erzeugung, Energiemanagement, Marketing, Digitale Transformation, Innovation und IT. Nach einigen Jahren als Unternehmensberater bei der Boston Consulting Group wechselte er in die Telekommunikationsindustrie, wo er durch internationale Führungsrollen weitreichende Erfahrung sammelte. Karsten Wildberger hat an der TU München und der RWTH Aachen Physik studiert und am Forschungszentrum Jülich promoviert. An der Business School INSEAD in Fontainebleau in Frankreich erlangte er einen MBA.



11.40 Uhr:
Der digitale Kunde – immer im Mittelpunkt?

Dr. Carl-Christian von Weyhe
CFO
SAP Deutschland

Viele Unternehmen sammeln gegenwärtig ihre Datenströme aus diversen Quellen in sogenannten Big Data Lakes. Doch erst durch deren Interaktion mit der Applikationslandschaft und deren Daten werden sie für das Unternehmen wertvoll.

Carl-Christian von Weyhe ist derzeit als CFO für die Region Middle & Eastern Europe (MEE) sowie als Managing Director für SAP Deutschland tätig. Seit seinem Eintritt in die SAP im Jahr 2000 bekleidete er verschiedene Führungspositionen im Bereich Corporate Controlling, SAP Hosting, beim SAP-Partner Steeb GmbH sowie der SAP Deutschland AG & CI. KG. Vor seiner Tätigkeit bei SAP arbeitete Carl-Christian von Weyhe für die Gerresheimer Glas AG in Deutschland, Frankreich und den USA. Er hat einen MBA (Diplom-Kaufmann) und eine Promotion an der Universität Marburg absolviert.



IMU Frühjahrstagung 2019 „Der digitale Kunde: Neuerfindung des Vertriebs- und Kundenbeziehungsmanagements?“ - Vorträge und Q&A Sessions mit hochkarätigen Experten



13.35 Uhr:
**Plattformgesteuerte Revolution
der Wertschöpfungskette**

Gisbert Rühl
CEO
Klöckner & Co SE

Von der Pipeline zur Plattform: Die lineare Wertschöpfungskette wird mehr und mehr von Plattformen ersetzt, welche Angebot und Nachfrage zusammenbringen und unterschiedliche Marktteilnehmer miteinander vernetzen, welche ohne eine Plattform nicht so effizient interagieren könnten. Die ökonomischen Spielregeln und Wertschöpfungsketten verändern sich. Dritte kontrollieren den Zugang zu den neuen Ökosystemen und die „Old Economy“ muss sich revolutionieren, um in dieser neuen Marktlogik bestehen zu können. Klöckner & Co hat die Initiative ergriffen und baut mit dem Venture XOM Materials eine unabhängige digitale B2B-Industrieplattform auf. Die Plattformökonomie bietet Unternehmen die Chance neue digitale Geschäftsmodelle im B2B-Bereich aufzubauen. Gisbert Rühl ist nach mehreren Stationen in leitenden Positionen in der Industrie und Beratung seit 2005 im Vorstand des Klöckner & Co Konzerns – zunächst als Finanzvorstand und seit 2009 als Vorsitzender des Vorstands. Aktuell treibt Gisbert Rühl mit voller Kraft die digitale Transformation von Klöckner & Co sowie die Entwicklung einer offenen Industrie Plattform voran, bei der das Unternehmen eine Vorreiterrolle in der Stahlindustrie einnimmt.



14.15 Uhr:
**Schaffung einzigartiger
Kundenerlebnisse durch
Digitalisierung im B2B-Bereich**

Dr. Frithjof Netzer
Senior Vice President
Digitalization of
Businesses & Functions BASF Group

Viele Beiträge zum Thema „Industrie 4.0“ fokussieren sich auf digitale Anwendungen in der Produktion und der Supply Chain. Aber wie kann ein großer Industriekonzern die Digitalisierung nutzen, um dem Kunden neue spannende Erlebnisse zu bieten als Basis für höhere Kundenzufriedenheit und mehr Wachstum? BASF ist seit über 150 Jahren in der Chemieindustrie tätig. Digitalisierung ist ein wichtiger Teil der DNA der BASF. Neue Technologien bieten uns große Möglichkeiten dem Kunden nicht nur chemische Produkte zu liefern. Anhand von konkreten Projektbeispielen wird gezeigt, wie die BASF die Kundeninteraktion durch innovative digitale Lösungen intensiviert und verbessert.

Frithjof Netzer treibt seit 2016 die digitale Transformation der BASF voran. Seine langjährige internationale Erfahrung in unterschiedlichen Geschäften der BASF macht ihn zu einem Experten seines Unternehmens sowie auch der Chemiebranche. Er erlangte sein Diplom mit Prädikatsexamen im Fach Betriebswirtschaftslehre an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster, wo er im Anschluss auch promoviert wurde.



14.55 Uhr:
**Wie Transparenz
Unternehmenspraktiken verändert**

Dr. Sarah Müller
CEO
Kununu GmbH

Dr. Sarah Müller ist überzeugt, dass die beschleunigte Digitalisierung für eine stärkere Transparenz auf dem Arbeitsmarkt sorgen wird und sich Unternehmen schnell auf diese neue Realität einstellen müssen.

Vor ihrem Start bei der europaweit größten Arbeitgeber-Bewertungsplattform kununu suchte Sarah Müller als Projektmanagerin in der Unternehmensentwicklung von Burda Digital nach innovativen Wachstumsunternehmen zur Verstärkung des digitalen Geschäftsbereichs. Sie hält ein Diplom in Betriebswirtschaft von der Universität zu Köln und promovierte am Institut für Marketing & Medien der Universität Hamburg. Im Jahr 2015 kam Sarah zu kununu, verantwortete hier den Bereich Marketing & Content und wurde 2018 in die Geschäftsführung berufen.

13.20 Uhr:

Verleihung des IMU Research for Practice Award 2019

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 Dr. Werner Hitschler von der Pfalzwerke AG überreicht den Award an den diesjährigen Gewinner.

Teilnahmegebühr

IMU Mitglieder: kostenfrei

IMU externe Unternehmen:
Frühbuchertarif (Anmeldung bis 15.02.19) 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