



FGM Fördergesellschaft Marketing e.V. an der
Ludwig-Maximilians-Universität München

Institut für Marketing
Fakultät für Betriebswirtschaft
Ludwig-Maximilians-Universität München

Jahresbericht 2018/2019

Berichtszeitraum 01.04.2018 – 31.03.2019





Inhaltsverzeichnis

Fakten		Die Ludwig-Maximilians-Universität München Das Institut für Marketing	8 9
Lehrstuhl	1	1.1 Vorstand des Instituts für Marketing 1.2 Mitarbeiter des Instituts für Marketing	11 12
Lehre und Studium	2	2.1 Lehrprogramm in 2018/2019 2.2 Bachelorveranstaltungen 2.3 Masterveranstaltungen 2.4 European Triple Degree (ETD) 2.5 Bachelor- und Masterkolloquium 2.6 M-Excellence – die Förderinitiative des Instituts für Marketing	15 16 20 26 27 28
Forschung und Publikationen	3	3.1 Forschungsgruppen und aktuelle Forschungsvorhaben 3.2 Internationaler Besuch am Institut für Marketing 3.3 Teilnahme an wissenschaftlichen Konferenzen & Fortbildungen 3.4 Auszeichnungen für das Institut für Marketing 3.5 Ausgewählte Publikationen im Berichtszeitraum 3.6 Dissertationen im Berichtszeitraum 3.7 Univ.-Prof. Dr. Anton Meyer als Impulsgeber 3.8 CMO of the Year 2018	30 36 37 41 42 43 44 45
Alumni des Instituts	4	Jacqueline Sattler & Stephan Schulz	46
Nachruf	5	Nachruf Dr. Wolfgang Brauer	47
FGM	6	6.1 Eine gute Sache: FGM Fördergesellschaft Marketing e.V. 6.2 Recap 44. Münchener Marketing-Symposium 6.3 FGM Awards 6.4 Kuratoriumssitzung und Mitgliederversammlung 6.5 FGM Förderpartner 6.6 Kooperationsmöglichkeiten in Forschung und Lehre	48 51 54 55 56 57
45. Münchener Marketing-Symposium	7	7.1 Diesjähriges Tagungsthema 7.2 Programm und Vorstellung der Referenten 7.3 Sponsoren	59 60 64
		Impressum	66

Fakten

Die Ludwig-Maximilians-Universität München

SPITZENLEISTUNG IN FORSCHUNG UND LEHRE

- Rund 50.000 Studierende aus 140 Ländern
- Mehr als 700 Professoren
- Über 4.000 wissenschaftliche Mitarbeiter
- 18 Fakultäten mit 190 Studiengängen
- 10 Elitestudiengänge im Rahmen des Elitenetzwerks Bayern
- 4 Exzellenzcluster
- 4 Graduiertenschulen
- 13 Nobelpreisträger seit 1901
- 25 Leibniz Preisträger seit 1987
- 5 Alexander von Humboldt-Professuren

ABSCHLÜSSE IN 2018

- Bachelor: ~3.100
- Master: ~2.000
- Staatsexamen ohne Lehramt: ~1.400
- Lehramt: ~1.000
- Sonstige Abschlüsse: ~200
- Promotion: ~1.200
- Habilitation: ~100

RANKINGS IN 2018

- THE Ranking: national auf Rang 1, international auf Platz 32
- U.S. News Ranking: national auf Rang 1
- Nature Index 2018: national auf Rang 1
- QS Ranking: national auf Rang 2
- Shanghai Ranking: national auf Rang 3

TRADITIONSREICH UND RENOMMIERT

- Seit 1472 hervorragende Forschungsuniversität
- Erfolgreichste Universität im bundesdeutschen Exzellenz-Wettbewerb
- In 38 von der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) geförderten Sonderforschungsbereichen tätig
- Umfangreiche Herausgeberschafts- und Gutachtertätigkeiten

INNOVATIV UND INTERNATIONAL

- Zukunftskonzept LMUexcellent
- Hochschulkooperationen mit ~ 600 Partnern weltweit
- Gründungsmitglied der League of European Research Universities (LERU), eines Netzwerks aus 23 führenden europäischen Universitäten
- 12 Internationale Promotionsprogramme
- An 137 Projekten des Horizont 2020 EU-Forschungsrahmenprogramms beteiligt, davon 69 internationale Verbundprojekte
- An ~225 Projekten des 7. EU-Forschungsrahmenprogramms (2008-2013) beteiligt, insgesamt 22 davon koordiniert durch die LMU München

BERÜHMTE ALUMNI

- Konrad Adenauer
- Papst Benedict XVI

NOBELPREISTRÄGER DER LMU

(Auswahl aus insgesamt 13)

- Gerhard Ertl (2007)
- Theodor Hänsch (2005)
- Feodor Lynen (1964)
- Werner Heisenberg (1932)
- Wilhelm Conrad Röntgen (1901)

FAKULTÄT BWL

(Munich School of Management)

- 35 Professoren
- ~210 wissenschaftliche Mitarbeiter
- ~27 Promotionen in 2018
- 2.527 Studierende im SS 2018, 2.935 Studierende im WS 2018/2019
- THE Ranking: national auf Rang 1
- Shanghai Ranking: national auf Rang 1
- Universitäts-Ranking der WirtschaftsWoche: Platz 2
- Internationales Netzwerk von über 70 Partneruniversitäten
- 10 Centers of Excellence und andere wissenschaftliche Einrichtungen

ACCOUNTING	FINANCE & INSURANCE	MARKETING & STRATEGY
TECHNOLOGY & INNOVATION	CLUSTER FAKULTÄT BWL	INFORMATION SYSTEMS & DIGITAL BUSINESS
LEADERSHIP & HUMAN RESOURCES	HUMAN RESOURCE & MANAGEMENT EDUCATION	HEALTH CARE MANAGEMENT

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird ausschließlich die männliche Form verwendet. Personen weiblichen wie männlichen Geschlechts sind darin gleichermaßen eingeschlossen.

Fakten

Das Institut für Marketing

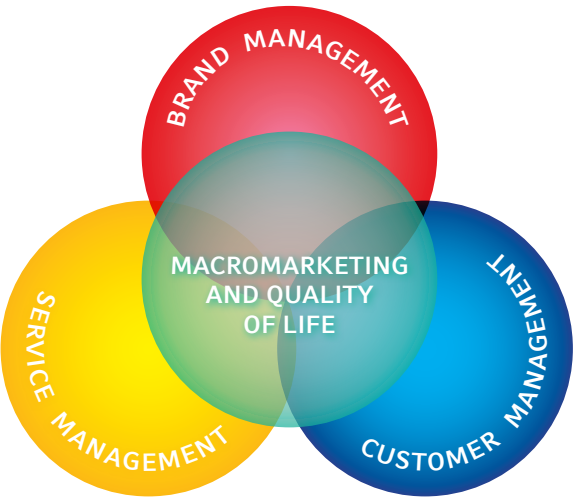
LEHRE

Wir bieten ein umfangreiches Lehrprogramm mit einer Vielzahl interaktiv gestalteter Lehrveranstaltungen und starkem Praxisbezug an. Ziel ist es, unsere Studierenden aktiv zu integrieren und in zahlreichen Fallstudien und Gastvorträgen mit und von Partnerunternehmen das Wissen anwendbar und erfahrbar zu machen. Unser Credo lautet: Können kommt von Wissen *und* Anwendung.

LEHRINHALTE

Strategisches Marketing, Marktforschung, Marketingforschung, Markt- und Geschäftsanalyse, Marketing- und Geschäftsplanung, Marketingstrategien, Marketingfunktionen, Brandmanagement, Dienstleistungsmarketing, Kundenmanagement, Internationales Marketing, Digitalmarketing

FORSCHUNGSSCHWERPUNKTE



INTERNATIONALE FORSCHUNGSKONTAKTE

- Center on Global Brand Leadership (Columbia Business School, New York / ESADE, Barcelona/Madrid / Singapore Management University / Yonsei University, Seoul / Jiaotong University, Shanghai)
- Prof. Dr. Bernd Schmitt, Ph.D (Columbia Business School, New York) / Prof. Dr. Dae Ryun Chang (Yonsei School of Business, Seoul) / Prof. Bo Edvardsson (Karlstad University) / Prof. Dr. Jochen Wirtz (National University of Singapore) / Prof. Dr. Werner Kunz (University of Massachusetts, Boston) / Prof. Dr. Andreas Munzel (Université Toulouse) / Prof. Ram Ramaseshan, Ph.D. (Curtin University of Technology, Perth)
- (Mit-)Herausgeberschaft der Schriftenreihen „Schwerpunkt Marketing“ und „Fokus Dienstleistungsmarketing“
- Regelmäßige universitätsübergreifende Dienstleistungs-Workshops

TEAMASSISTENZ

Carola Neumann
Eliza Radzele

WISSENSCHAFTLICHE MITARBEITER:
HABILITANDEN UND DOKTORANDEN

Dr. Christine Auer
Dr. Silke Bartsch
Dr. Nina Bürklin
Eva-Cosmea Fuhrmann, M.Sc.
Maximilian Geyr, M.Sc.
Tamara Lorz, M.A.
Dr. Kathrin Risom
Christoph Rutka, M.Sc.
Katharina Schlomann, B.Sc.
Caroline Tran, MLitt
Daniel Zimmermann, MBR

LEHRBEAUFTRAGTER

Dr. Klemens Joos

KONTAKT

Univ.-Prof. Dr. Anton Meyer
Institut für Marketing
Ludwig-Maximilians-Universität München
Ludwigstr. 28 RG, 80539 München

Tel.: +49 89 / 2180-3321
Fax: +49 89 / 2180-3322
marketing@bwl.lmu.de
www.marketingworld.de



Besuchen Sie das Institut für Marketing auch auf Facebook. Dort informieren wir Sie über alle Aktivitäten am Institut.

2.3 Masterveranstaltungen

CONVINCING STAKEHOLDERS

Um den Masterstudierenden zu Beginn des Studiums vielfältige Einblicke in das Stakeholder Management zu bieten, wird die Lehrveranstaltung „Convincing Stakeholders“ in Kooperation mit zwei weiteren Lehrstühlen – dem Institut für Strategische Unternehmensführung, Univ.-Prof. Dr. Anja Tuschke und dem Institut für Marktorientierte Unternehmensführung, Prof. Dr. Manfred Schwaiger – durchgeführt. Im ersten der insgesamt drei Module der Vorlesung verdeutlichte Univ.-Prof. Dr. Anton Meyer im Wintersemester 2018/2019 vor ca. 100 Studierenden, dass herkömmliche Ansätze der komplexen und vernetzten Gesellschaft nicht mehr gerecht werden. Vielmehr wurde ein holistischer, Stakeholder-übergreifender Ansatz vorgestellt.



PRAXISPARTNER: EUTOP International GmbH – Stefanie Valdés-Scott & Arne Leimenstoll
THEMA: Convincing Political Stakeholders – wie können politische Stakeholder im komplexen Entscheidungssystem der EU überzeugt werden?

PRAXISPARTNER: Dr. Nina Bürklin
THEMA: Responsibility in VUCA times



PRAXISPARTNER: Philip Morris GmbH, Germany – Thorsten Scheib
THEMA: Designing a Smoke free Future



Im Europäischen Parlament mit Dr. Ingo Friedrich



In der Übung zu der Lehrveranstaltung behandelte Christoph Rutka die Kunden als wichtige Stakeholdergruppe. Zusätzlich wurden die Aspekte des Stakeholder-Managements und der Ansatz des kundenzentrierten sowie nachhaltigen Marketing anhand verschiedener Fallstudien vertieft und aufgearbeitet.



Stefanie Valdés-Scott und Arne Leimenstoll von EUTOP International



Dr. Nina Bürklin, ehemalige Mitarbeiterin am Institut für Marketing



Thorsten Scheib, Philip Morris



Das Betreuerteam des Kurses



Zu Besuch in der EU-Kommission

CONVINCING POLITICAL STAKEHOLDERS

Bereits zum sechsten Mal wurde das erfolgreiche Blockseminar „Convincing Political Stakeholders“ unter der Leitung des externen Lehrbeauftragten Dr. Klemens Joos, Gründer und Geschäftsführer der EUTOP International GmbH, durchgeführt. Gemeinsam mit 16 Studierenden der Masterstudiengänge „BWL“ sowie „Media, Management and Digital Technologies“ ging es für das Lehrstuhlteam um Univ.-Prof. Dr. Anton Meyer im Januar 2019 für drei Tage nach Brüssel. Ziel der Veranstaltung sind sowohl die Vermittlung komplexer Prozesse der EU-Politik als auch das Erlernen von Konzepten und Hintergründen erfolgreicher Interessenvertretung. Vor dem Beginn des Blockseminars ging es zunächst zu den zentralen EU-Institutionen, um ein grundlegendes Verständnis der Europäischen Union und ihrer Politik- und Entscheidungsstrukturen zu schaffen. Bei der EU-Kommission wurde die Gruppe von Henning Klaus, Leiter des Referats „Institutionelle Angelegenheiten“ im Generalsekretariat der EU-Kommission, begrüßt. Anschließend ging es weiter ins Europäische Parlament zu einer Führung sowie Diskussion mit Dr. Ingo Friedrich, Vizepräsident des Europäischen Parlaments a.D., sowie Benjamin Bögel, persönlicher Referent des EVP-Fraktionsvorsitzenden Manfred Weber. Den Abschluss bildete der Besuch bei der Vertretung des Freistaates Bayern bei der EU unter der Leitung von Dr. Martin Dubiel. Intensiv wie selten zuvor, und mit reger Beteiligung der Studierenden, wurde über die Zukunft der EU im Zeichen von Brexit & Co. diskutiert.

» Das Seminar „Convincing Political Stakeholders“ vom Lehrstuhl von Prof. Meyer hätte auch den Namen „Convincing Students“ verdient. Nach 3 Tagen intensiver Vorträge, Diskussionen und Gruppenarbeiten war die Begeisterung allen 16 teilnehmenden Studierenden ins Gesicht geschrieben. Die Aussage „bestes Seminar ever“ fiel mehr als einmal!«
Paul Pizzinini, Master-Studierender und Teilnehmer der Veranstaltung

» Trotz des wenigen Schlafes kamen Teamgeist und Spaß nicht zu kurz. Die Präsentationen am dritten Tag wurden ein voller Erfolg und wir rundeten am Sonntagnachmittag das Wochenende mit einer Stadtbesichtigung des schönen Brüssels ab.«

Laura Müller & Christina Piller,
Master-Studierende und Teilnehmerinnen der Veranstaltung

Geleitet wurde das Seminar von Dr. Klemens Joos, der von Arne Leimenstoll, Mitarbeiter der EUTOP International GmbH, unterstützt wurde. Seit 1990 begleitet EUTOP als struktureller Prozesspartner die Arbeit der Interessenvertretungen von privaten Unternehmen, Verbänden und Organisationen bei den Institutionen der Europäischen Union und ausgewählter EU-Mitgliedstaaten. Als theoretische Grundlage des Blockseminars dient das Buch „Politische Stakeholder überzeugen: Erfolgreiche Interessenvertretung durch Prozesskompetenz im komplexen Entscheidungssystem der Europäischen Union“, zusätzlich untermauert durch anschauliche Praxisbeispiele der Lehrverantwortlichen sowie durch Case Studies unter Beteiligung der Studierenden. Im Zentrum steht hier die von Dr. Klemens Joos entwickelte OnePager®-Methodik. Kern dieser Methodik ist ein Perspektivenwechsel von der Betroffenen- in die Gemeinwohlperspektive. Das Ergebnis ist eine aus Sicht des politischen Entscheidungskreises adressatengerechte, prägnante und überzeugende Darstellung des Anliegens auf einer Seite. Nach drei Tagen intensiver Arbeit zeigten die präsentierten Case Studies der Studierenden anschaulich, wie schnell fachfremdes Wissen erlernt und auf konkrete Fallbeispiele angewandt werden kann.

THEMA: Konzepte und Hintergründe erfolgreicher Interessenvertretung
ERGEBNIS: Erarbeitung einer beispielhaften Fallstudie zur Interessenvertretung, die eine intensive Stakeholder-Analyse, Strategieentwicklung sowie die Erstellung eines OnePager®s beinhaltet.

Prof. Dr. Manfred Kirchgeorg der HHL, Leipzig Graduate School of Management, über das Buch „Politische Stakeholder überzeugen: Erfolgreiche Interessenvertretung durch Prozesskompetenz im komplexen Entscheidungssystem der Europäischen Union“ von Dr. Klemens Joos und die Lehrveranstaltung:



» Ich gratuliere dem Autor zu diesem Werk und finde es sehr gut, dass diese Thematik bei Ihnen auch im Curriculum behandelt wird.«

Prof. Dr. Manfred Kirchgeorg
HHL, Leipzig Graduate School of Management

Im Namen aller Teilnehmer bedanken wir uns herzlich bei Dr. Klemens Joos und der EUTOP International GmbH für das wieder einmal sehr gelungene Seminar sowie die außerordentlich gute Organisation. Wir freuen uns auf die nächste Veranstaltung im Wintersemester 2019/20!