

Convincing Stakeholders

Winter Term 2017/2018

Chapter 1

Univ.-Prof. Dr. Anton Meyer

Institut für Marketing
Ludwigstraße 28 RG
D-80539 München

phone +49 89 2180-3321
fax +49 89 2180-3322
email marketing@bwl.lmu.de
www www.marketingworld.de

Univ.-Prof. Dr. Anja Tuschke

Institut für strategische Unternehmensführung
Ludwigstraße 28 RG
D-80539 München

phone +49 89 2180-2770
fax +49 89 2180-2886
email tuschke@bwl.lmu.de
www www.ism.bwl.uni-muenchen.de

Univ.-Prof. Dr. Manfred Schwaiger

Institute for Market-based Management
Kaulbachstraße 45/I
D-80539 München

phone +49 89 2180-5640
fax +49 89 2180-5651
email schwaiger@lmu.de
www www.imm.bwl.uni-muenchen.de

Guest lecture (19th October)



Dr. Klemens Joos

Founder and CEO, EUTOP, Munich

„Managing Governmental Relations“

- Dr. Klemens Joos studied business administration at Ludwig-Maximilians-Universität (LMU Munich) in Munich where he obtained his doctorate on the topic of »Representing the Interests of German Companies vis-à-vis the Institutions of the European Union« in February 1998.
- After working as a personal assistant to a Member of the European Parliament, he founded EUTOP International GmbH in 1990.
- His doctorate was followed by further publications on the topic of lobbying
- Since 2013, Dr. Joos has also been employed at the School of Management at LMU Munich, where he lectures on lobbying as part of stakeholder management

2.3 Masterveranstaltungen

CONVINCING STAKEHOLDERS

Um den Master-Studierenden 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, Prof. Dr. Anja Tuschke und dem Institut für Marktorientierte Unternehmensführung, Prof. Dr. Manfred Schwaiger – durchgeführt. Im Wintersemester 2017/2018 haben die ca. 100 Studierenden in der Grundlagenveranstaltung des Clusters „Marketing & Strategy“ nicht nur Wissen über zahlreiche theoretische Konzepte und Praxisbeispiele erwerben können, sondern auch ihre eigene Überzeugungskraft im Rahmen von Präsentationen unter Beweis stellen können. Im ersten der insgesamt drei Module verdeutlichte Univ.-Prof. Dr. Anton Meyer in der Vorlesung, dass herkömmliche Konzepte, wie bspw. das Bruttoinlandsprodukt, nicht zur Messung des Wohlstands einer Gesellschaft geeignet sind. Vielmehr stellen Konzepte wie



Lebensqualität einen holistischeren Ansatz dar. Ebenso zeigte er auf, dass die Berücksichtigung aller Stakeholder der Schlüssel zum Unternehmenserfolg und somit zum „Organizational Wealth“ ist. In der Übung zur Lehrveranstaltung „Convincing Stakeholders“ beleuchtete Katharina Schlomann die Kunden als wichtige Stakeholdergruppe. Dabei wurden mit den Studierenden wichtige Konzepte des Customer Managements von der Akquise bis hin zur langfristigen Kundenbindung diskutiert. Zusätzlich wurden einzelne Aspekte der Themenblöcke durch studentische Präsentationen vertieft aufgearbeitet. So gab es u.a. aufschlussreiche Darstellungen zu Themen wie „Influencer Marketing“, „Customer Relationships With Human-like Entities“, oder „Para-Social Relationships“.



GASTVORTRAG: EUTOP International GmbH – Dr. Klemens Joos

THEMA: Convincing Political Stakeholders – wie können politische Stakeholder im komplexen Entscheidungssystem der EU überzeugt werden?



innogy

GASTVORTRAG: innogy SE – Sabine Schmittwilken und Diana Augustin

THEMA: When fresh thinking leads to new ways of doing



» Die Veranstaltung hat uns überzeugt. Die angeregte und in Teilen durchaus kritische Diskussion zwischen uns als Unternehmen und den Studierenden ist für beide Seiten eine Bereicherung.«

Zitat Sabine Schmittwilken, innogy SE