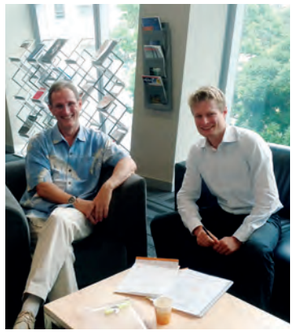
Rückblick auf 50 erfolgreiche Jahre FGM

Original German version of the Review on 50 successful years of FGM
The English translation can be found on page 5

Univ.-Prof. Dr. Jochen Wirtz zu Gast am Institut für Marketing | Juli 2012

Die Vereinbarkeit von Service Excellence und Kosteneffizienz ist das zentrale Thema eines Vortrags, den *Univ.-Prof. Dr. Jochen Wirtz* von der *National University of Singapore (NUS)* auf dem 38. Münchener Marketing-Symposium hält. Einen weiteren Vortrag hält er im Rahmen der CAMS-Reihe an der *LMU München*. Im Jahr darauf folgt ein Forschungsaufenthalt von *Dr. Marcus Demmelmair* (damals Dipl.-Kfm), ehemaliger Doktorand am *Institut für Marketing*, an der *NUS*, und auch *Dr. Fabian Most* (damals M.Sc.) setzt im Rahmen der Vorbereitung seiner Dissertation den Forschungsaustausch mit *Univ.-Prof. Dr. Jochen Wirtz* und der *NUS* fort.

Univ.-Prof. Jochen Wirtz bei seinem Vortrag zum 38. Münchener Marketing Symposium


Univ.-Prof. Jochen Wirtz im Gespräch mit Marcus Demmelmair an der NUS

M-Excellence Kick-Off 2012

Absolvent:innenfeier 2012

Zum 5-jährigen Jubiläum: Die Community des M-Excellence Programms wächst weiter | Oktober 2012

Fünf Jahre nach seiner Einführung bekommt das M-Excellence Programm unvermindert gute Resonanz von Studierenden und Firmenpartnern. Die Community der Studierenden ist an der *LMU München* einmalig und das wird fortan auch noch stärker genutzt. Durch interne Workshops werden neue Formate geschaffen, in welchen die Teilnehmer:innen auch voneinander lernen.

Der neue Ansatz ergänzt die Veranstaltungen unserer Praxispartner, wie etwa die jährlichen Pricing-Workshops von *Simon-Kucher & Partners*. Parallel wächst die Facebook-Gruppe der M-Excellence Teilnehmer:innen jedes Jahr. In dieser können sich ehemalige Mitglieder auch generationsübergreifend sehr schnell miteinander vernetzen.

FGM Strategieworkshop – Quo vadis FGM?

Januar 2013

Mitte Januar 2013 macht sich das gesamte Lehrstuhlteam um *Univ.-Prof. Dr. Anton Meyer* bei dichtem Schneetreiben auf zu einem zweitägigen Strategieworkshop nach Aiterbach am Chiemsee. Die Zielsetzung des Workshops besteht darin, sich Gedanken über die Weiterentwicklung der *FGM* zu machen. Ergebnisse sind die Konsolidierung des Vereins sowie Fokussierung der Tätigkeitsbereiche innerhalb der *FGM*. Eine diesbezüglich konkrete Maßnahme stellt dabei die weitere Professionalisierung in der Geschäftsführung mit einer/m angestellten Geschäftsführer:in dar. Ebenfalls wird ein stärkerer Einbezug der Mitglieder im Sinne einer Co-Creation und der Austausch der Mitglieder untereinander fokussiert.

Das Leistungsportfolio der FGM

Prof. em. Ram Ramaseshan erstmals zu Gast am Institut für Marketing | Juli 2013

Ende Juli 2013 besucht uns *Prof. Ram Ramaseshan*, PhD (einer der hoch dekoriertesten Marketingwissenschaftler:innen weltweit) von der *Curtis University* in Perth, Australien, für zwei Wochen am Institut erstmals, nachdem ihn der damalige Mitarbeiter *Dr. Marcus Demmelmair* im Winter 2013 in Singapur kennengelernt und ihn ans Institut eingeladen hat. Seitdem ist er jährlicher Gast, um seine Erfahrungen und Kenntnisse mit den Doktorand:innen der *Fakultät für Betriebswirtschaft* in Einzelgesprächen und Vorträgen zu teilen. Seit 2014 gibt er außerdem die einwöchige Blockveranstaltung „Customer Relationship Management (CRM)“. 2014/15 folgt ein Forschungsaufenthalt von *Dr. Ana Wagner* (geb. *Jakić*, damals B.Sc.) und *Dr. Maximilian Wagner* (damals Dipl.-Kfm) an der *Curtin University* in Perth.

Prof. Ram Ramaseshan, Univ.-Prof. Dr. Anton Meyer und das Lehrstuhlteam 2019 beim gemeinsamen Lunch

v.l.n.r.: Ana Wagner, Prof. Ram Ramaseshan und Maximilian Wagner

Prof. Ram Ramaseshan 2014 bei seiner Blockveranstaltung

Intensivierung des Theorie-Praxis-Transfers durch die neue Lehrveranstaltung „Excellence in Marketing und Unternehmensführung“

Oktober 2013

Im Wintersemester 2013/14 wird die Lehrveranstaltung „Excellence in Marketing und Unternehmensführung“ vom *Institut für Marketing* eingeführt. Sie ist als Ringvorlesung konzipiert, bei der im zweiwöchigen Turnus hochkarätige Vertreter:innen aus der Praxis einen Gastvortrag halten und in der darauffolgenden Woche jeweils Studierendenteams über das vorgestellte Thema/Projekt referieren und Handlungsempfehlungen für das Marketing der Unternehmen herausarbeiten.

Teilnehmende Unternehmen bei der ersten Veranstaltung

Startschuss des Brüssel-Seminars „Convincing Political Stakeholders“ mit Dr. Klemens Joos | November 2013

Um den Studierenden die politischen und wirtschaftlichen Prozesse auf europäischer Ebene nahezubringen, findet im Wintersemester 2013/14 erstmals das Masterseminar „Convincing Political Stakeholders“ mit *Dr. Klemens Joos*, Geschäftsführer von *EUTOP International*, als Lehrbeauftragtem statt. Das beliebte Blockseminar wird in Brüssel abgehalten, wo die Seminarteilnehmer:innen verschiedene europäische Institutionen besuchen und darauf aufbauend am interaktiven Kurs teilnehmen.

Die Masterstudierenden des Brüssel-Seminars

Dr. Klemens Joos, Lehrbeauftragter des Brüssel-Seminars

Die FGM stellt sich personell um – Helga Holzhausen und Claudia Brehm stärken das Team | 2013/14

Seit Anfang Mai 2013 verstärkt *Helga Holzhausen* als Geschäftsführerin das Team der *FGM*. *Helga Holzhausen* studierte Betriebswirtschaft mit Schwerpunkt Marketing bei *Univ.-Prof. Dr. em. Paul W. Meyer* an der *Universität Augsburg*. Anfang Januar 2014 erhält sie Unterstützung durch *Claudia Brehm*. Diese ist ausgebildete Werbekauffrau und sammelte lange Jahre sowohl in der Kundenberatung auf Agenturseite als auch als Werbe- und Kommunikationsberaterin auf Industrieseite Erfahrung. Sie unterstützt die *FGM* bis heute und ist ein unverzichtbares Mitglied des Teams.

Das Lehrstuhlteam 2013

Claudia Brehm

Helga Holzhausen

Die „Science Insights" finden erstmalig statt | 29. April 2014

Die Auftaktveranstaltung der „Science Insights" mit vier spannenden Impulsvorträgen findet erstmals am Abend des 29. April 2014 an der *LMU München* statt. Mit den „Science Insights" schlägt der *Marketing-Club München* eine Brücke zwischen Theorie und Praxis. Im Rahmen der Kooperationsveranstaltung zwischen dem *Marketing-Club München* und der *FGM* geben *Univ.-Prof. Dr. Anton Meyer* sowie seine Mitarbeiter:innen den Mitgliedern des *Marketing-Club München* exklusive Einblicke in aktuellste Erkenntnisse aus der Marketing-Wissenschaft und -Forschung.

Moderator Alexander Wunschel und Referent Univ.-Prof. Dr. Anton Meyer

Die Referent:innen Univ.-Prof. Dr. Anton Meyer, Dr. Anna Girard, Dr. Anna Niedermeier und Dr. Benedikt Jahn (v.l.n.r.) bei den Science Insights 2014

Publikum der ersten Science Insights 2014

Prof. Michael Rudolf Czinkota

Prof. Michael Rudolf Czinkota zu Gast am Institut für Marketing | Juli 2015

Mit zahlreichen Veröffentlichungen im Bereich International Marketing und Business zählt *Prof. Michael Rudolf Czinkota*, der seit mittlerweile 40 Jahren mit *Univ.-Prof. Dr. Anton Meyer* befreundet ist, von der *Georgetown University Washington,* USA (Lehrbeauftragter am *Institut für Marketing* im Jahr 2000) zu den führenden Wissenschaftler:innen auf seinem Gebiet. In seinem Vortrag zum Thema „Politics and Law" behandelt er Wirtschaftsregularien und internationale Unterschiede in der Handelsgesetzgebung und bereichert so die Bachelorveranstaltung „International Management".

Überreichung der Festschrift zu Univ.-Prof. Dr. Anton Meyers 60. Geburtstag im Rahmen des 41. Münchener Marketing-Symposiums | 10. Juli 2015

Und wieder ein Jubiläum – diesmal ein sehr persönliches: *Univ.-Prof. Dr. Anton Meyer* wird im Januar 2015 sechzig Jahre alt. Beim 41. Münchener Marketing Symposium wird er mit der Festschrift „Always ahead!" als Visionär und Ideengeber, als Andersdenker, Netzwerker, Mentor und Forscher gewürdigt. Auf der Bühne neben ihm Wegbegleiter:innen, Gratulant:innen und Mit-Autor:innen der Festschrift, die von *Dr. Silke Bartsch* und *Prof. Dr. Christian Blümelhuber, UDK Berlin,* herausgegeben wird.

Univ.-Prof. Dr. Anton Meyer anlässlich der Verleihung der Festschrift

Prof. Dr. Christian Blümelhuber vortragend

Univ.-Prof. Dr. Anton Meyer und Dr. Silke Bartsch

Die Autor:innen der Festschrift

Univ.-Prof. Dr. Anton Meyer

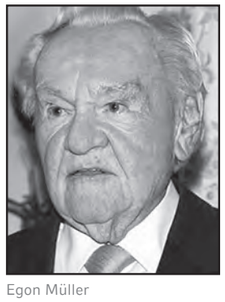
Erscheinen des Buchs zur Lehrveranstaltung „Convincing Political Stakeholders" | Januar 2016

Dr. Klemens Joos, externer Lehrbeauftragter am *Institut für Marketing* und Geschäftsführer bei *EUTOP International*, veröffentlicht sein Buch „Convincing Political Stakeholders" (in englischer Sprache), bzw. „Politische Stakeholder überzeugen" (in deutscher Sprache). Das Buch wird fortan zur Grundlage des in Brüssel stattfindenden gleichnamigen Seminars für Masterstudierende.

Nachruf Egon Müller

04. März 2016

Egon Müller, ehemaliger Komplementär bei *Bernh. Müller* und langjähriger Unterstützer der *FGM* zu Augsburger Zeiten, verstirbt am 4. März 2016 im Alter von 93 Jahren. Er war einer der großen Marketing-Pioniere bei der Gestaltung der Handelslandschaft und seine individuell ausgeprägte Unternehmenskultur hat bis heute Bestand.



Egon Müller

Nachruf Konsul Otto Eckart

05. Juni 2016

Im Alter von 80 Jahren verstirbt am 5. Juni 2016 der Münchener Unternehmer *Konsul Otto Eckart*. Nicht nur als Chef der *Pfanni Werke Otto Eckart*, die er von seinem Vater übernommen hatte, lebte er wirtschaftliche, kulturelle, soziale und umweltbezogene Verantwortung vor. Er engagierte sich auch im Ruhestand weiter ehrenamtlich u.a. im Rahmen seiner 1996 errichteten *Stiftung Otto Eckart*. Die *FGM* förderte er über viele Jahre als Kurator und Sponsor.

Konsul Otto Eckart

Exkursion nach Berlin | 2016

Eine dreitägige Exkursion nach Berlin für M-Excellence Mitglieder, Seminarist:innen und Mitarbeiter:innen des Instituts ist ein Highlight im Frühjahr 2016. Bei Besuchen im *BMW* Werk Leipzig, *Studio 71*, dem *Ottobock Science Center*, der Zentrale der *Deutschen Kreditbank*, dem *Bundesverband mittelständische Wirtschaft*, sowie bei der Non-Profit Organisation *Betterplace.org*, werden wichtige Einblicke in die Praxis gewonnen. Natürlich darf in Berlin auch die Besichtigung des Bundestags nicht fehlen, welche mit einer Diskussion über die aktuelle Lage der EU mit einem Abgeordneten abgerundet wird.

Die Exkursionsteilnehmer:innen in Berlin, 2016

Die Exkursionsteilnehmer:innen im BMW Werk in Leipzig, 2016

Digitale Transformation in Business und Marketing – Das Münchener Marketing-Symposium als Vorreiter | 01. Juli 2016

Die „Digitale Transformation in Business und Marketing" ist Thema des 42. Münchener Marketing-Symposiums. Noch ahnt niemand, dass diese vier Jahre später, im „Corona-Jahr 2020", eine neue Dimension erfahren wird. Erstmals können sich die Teilnehmer:innen des Symposiums nicht nur persönlich, sondern auch über eine Tagungs-App vernetzen und dem Programm folgen.

v.l.n.r.: Prof. Christian Grönroos, Dr. Klemens Joos, Prof. Dr. Bernd Schmitt

v.l.n.r.: Univ.-Prof. Dr. Anton Meyer, Dr. Silke Bartsch, Prof. Dr. Andreas Munzel, Prof. Eric Vernette, Prof. Christian Grönroos, Christine Auer

25. ICRM – International Colloquium on Relationship Marketing am Institut für Marketing

12. September 2017

Vom 12. bis 15. September 2017 richtet das *Institut für Marketing* das 25. ICRM – International Colloquium on Relationship Marketing aus. Zum Thema „Faster, Higher, Further! Is Customer Experience the New Battleground for Relationship Marketing?" tauschen sich internationale Vertreter:innen des Relationship Marketing aus. Die Keynotes werden gehalten von *Prof. Christian Grönroos, Hanken School of Economics*, Finnland, *Dr. Klemens Joos, EUTOP* und *Prof. Dr. Bernd Schmitt, Columbia University*, USA. Den Best Paper Award der 25. ICRM erhalten *Stéphane Thion, Toulouse 1 Capitole University*, Frankreich, zusammen mit *Prof. Dr. Andreas Munzel*, damals *Toulouse School of Management*, und *Prof. Eric Vernette*.

Kürzer, Knackiger, Visueller: Univ.-Prof. Dr. Anton Meyer setzt Impulse neu | März 2017

Inspiriert von seinem Vortrag beim Deutschen Medienkongress, etabliert *Univ.-Prof. Dr. Anton Meyer* im wichtigsten Medium der *FGM*, dem Jahresbericht, neue Kategorien wie eine Kurzvorstellung der Alumni des *Instituts für Marketing* und eine tabellarische Auflistung der Kooperationspartner der *FGM*. Passend zum schnelllebigen Medienkonsum unserer Zeit ist das Netzwerk der *FGM* so noch einfacher und schneller greifbar.

Univ.-Prof. Dr. Anton Meyer als Redner auf dem Medienkongress 2017

Die Buchreihe „Always Ahead mit Offensivem Marketing" erscheint

Anfang des Jahres 2018

Anknüpfend an das 2001 erschienene Werk „Offensives Marketing: gewinnen mit POISE: Märkte gestalten, Potenziale nutzen" veröffentlicht *Univ.-Prof. Dr. Anton Meyer* 2018 die vier Buchbände von „Always Ahead mit Offensivem Marketing" – 1) Grundlagen, 2) Strategie I, 3) Strategie II, 4) Umsetzung. 2019 erscheint die überarbeitete zweite Auflage.

Die Mitarbeiter:innen des Instituts erhalten weitere Awards | Juni 2018

Im Juni 2018 erhalten *Dr. Lena-Marie Rehnen, Univ.-Prof. Dr. Anton Meyer* und *Dr. Silke Bartsch*, gemeinsam mit *Marina Kull*, den Robert Johnston Award des Journal of Service Management auf der 10th AMA SERVSIG Conference in Paris, Frankreich. Im September 2018 wird der Forschungsbeitrag von *Dr. Daniel Zimmermann* (damals MBR), ehemaliger Geschäftsführer der *FGM* und Mitarbeiter am *Institut für Marketing*, mit dem Best Paper Award des 26th International Colloquium on Relationship Marketing in Cardiff, UK, ausgezeichnet.

Dr. Silke Bartsch mit Best Paper Award auf der AMA Servsig 2018

Dr. Daniel Zimmermann mit Best Paper Award auf der ICRM 2018

English translation of the relevant abstracts of pages 32 - 37 of the Review on 50 successful years of FGM ("Forschungsgemeinschaft Marketing"; transl: "Research-Community Marketing")

Page 33:

Kick-off of the Brussels Seminar "Convincing Political Stakeholders" with Dr Klemens Joos

November 2013

In order to give students an understanding of the political and economic processes at the European level, the master seminar "Convincing Political Stakeholders" is initiated in the winter semester 2013/2014 with *Dr Klemens Joos*, Managing Director (CEO) of *EUTOP International* as Visiting Lecturer. The popular block seminar is held in Brussels, where the participants visit various European institutions and subsequently participate in the interactive course.

Page 35:

Publication of the course book for the seminar "Convincing Political Stakeholders"

January 2016

Dr Klemens Joos, Visiting Lecturer at the *Institute for Marketing* and Managing Director (CEO) of *EUTOP International*, publishes his book "Convincing Political Stakeholders" (original German version: "Politische Stakeholder überzeugen"). The book will henceforth be the basis of the master seminar of the same name taking place in Brussels.

Page 36:

25. ICRM - International Colloquium on Relationship Marketing at the Institute for Marketing

12 September 2017

Between 12 and 15 September 2017, the *Institute for Marketing* holds *the* 25th ICRM – International Colloquium on Relationship Marketing. International representatives of Relationship Marketing are exchanging ideas on the topic "Faster, Higher, Further! Is Customer Experience the New Battleground for Relationship Marketing?"

The keynotes are held by *Prof Christian Grönroos, Hanken School of Economics*, Finland, *Dr Klemens Joos, EUTOP* and *Prof Dr Bernd Schmitt, Columbia University*, USA. The Best Paper Award of the 25th ICRM goes to *Stéphane Thion, Toulouse 1 Capitole University*, France, together with *Prof Dr Andreas Munzel*, at the time *Toulouse School of Management*, and *Prof Eric Vernette*.