

# MARKETING- Neues Denken. Neue Regeln. Neue Aufgaben. DIE ZUKUNFT

36. Münchener Marketing-Symposium  
Freitag, 09. Juli 2010  
Ludwig-Maximilians-Universität München

MARKETING



11:00 Infotrack „BWL- und Marketing-  
studium an der LMU“

11:00 **Science Insights**

Topaktuelle Erkenntnisse aus  
unserer empirischen Forschung

- Relevanz von Konsumentenbewertungen  
im Internet (Dipl.-Kfm. Andreas Munzel)
- Nachhaltiger Erfolg mit Qualitäts- und  
Umweltsiegeln (Dipl.oec. Christoph Ullmer)

12:30 **Get Together!**

Empfang mit Erfrischungen  
und Snacks im Lichthof

13:00 **Offensives Marketing –  
Die Zukunft**

Univ.-Prof. Dr. Anton Meyer  
Sprecher des Vorstands FGM e.V. und  
Vorstand des Instituts für Marketing,  
LMU München

13:10 **Good Bye, Mr. Kotler  
Eine Reise in das Konsumenten-  
verhalten der Zukunft**

Univ.-Prof. Dr. Christian  
Blümelhuber  
Lehrstuhl für Euromarketing,  
Université Libre de Bruxelles

13:50 **Leadership  
Gutes Marketing braucht  
gute Unternehmensführung**

Willy Bogner  
Geschäftsführender Gesellschafter,  
Willy Bogner GmbH & Co. KGaA

14:20 **Competence  
Welche Fähigkeiten  
erfolgreiche Marketers  
in der Zukunft brauchen**

Tina Müller  
Corporate Senior Vice President,  
Henkel AG & Co. KGaA

15:00 **Coffee Break**  
Snacks im Lichthof

16:00 **Verleihung 15. FGM-Awards**

Lothar Behrens  
Vorstand, Augsburger Aktienbank AG

16:20 **Performance  
Wie gut ist gut? – Marketing  
Kennzahlen der Zukunft**

Dr. Steven Althaus  
Chairman und CEO, Publicis Deutschland  
und Österreich

17:00 **Value Creation  
Relevance – Marketing  
im 21. Jahrhundert**

Amir Kassaei  
Chief Creative Officer, DDB Germany

17:40 **Happy End  
Glaube an die eigene Kraft –  
Ab heute alles anders**

Joachim Franz  
Abenteuersportler und Europäer  
des Jahres 2009

18:15 **Get Connected!**  
Buffet in der unilounge

Zum diesjährigen Thema „MARKETING –  
DIE ZUKUNFT! Neues Denken. Neue  
Regeln. Neue Aufgaben.“ werden Ihnen  
Gastgeber Univ.-Prof. Dr. Anton Meyer  
sowie hochkarätige Referenten aus  
Wissenschaft und Unternehmenspraxis  
aufzeigen, welche Potenziale aber auch  
welche Herausforderungen das Informa-  
tionszeitalter mit sich bringt und wie  
Unternehmen davon offensiv profitieren  
können.

Das 36. Münchener Marketing-Symposium  
beleuchtet die veränderten Rahmenbedin-  
gungen und zeigt Ihnen, welche neuen  
Regeln, Aufgaben und Denkweisen in Mar-  
keting und Unternehmensführung zukünf-  
tig entscheiden. Lassen Sie sich inspirie-  
ren von Marketing-Vorreitern und holen  
Sie sich wertvolle Anregungen, um die  
Basis für den langfristigen Erfolg Ihres  
Unternehmens zu schaffen.