

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 2022

„Marketing und Vertrieb im Zeichen der Nachhaltigkeit“

am 31. März 2022 im **Rittersaal**
der **Universität Mannheim** *

9.30 – 16.00 Uhr

Wissenschaftler und Manager namhafter Unternehmen referieren branchenübergreifend zum Thema und stehen für Ihre Fragen zur Verfügung. Zum zehnten Mal in Folge wird der **IMU Research for Practice Award 2022** 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** und **Beispiele** aus der Unternehmenspraxis im Hinblick auf die Frage, inwieweit das Thema Nachhaltigkeit Entscheidungen im Bereich Marketing und Vertrieb beeinflussen kann.
- Zentrale **Erkenntnisse** aus der **Forschung**, inwieweit das Thema Nachhaltigkeit Veränderungen für Marketing und Vertrieb mit sich bringt und welcher Umgang sich mit diesem Thema im Hinblick auf strategische Anpassungen anbietet.
- Themenbezogene **Diskussionen** mit Führungspersönlichkeiten erfolgreicher Unternehmen
- **Networking** mit Praktikern, Wissenschaftlern und Studierenden

Agenda

- 9.30 Uhr *Begrüßung*
 - 9.40 Uhr Vortrag Prof. Lemke | Vlerick Business School
 - 10.20 Uhr Vortrag Evonik Industries AG | Herr Haver
 - 11.00 Uhr *Kaffeepause*
 - 11.20 Uhr Vortrag Reckitt Benckiser | Frau Barth
 - 12.00 Uhr Vortrag Gerhard Schubert GmbH | Herr Kiessling
 - 12.40 Uhr *Mittagspause*
 - 13.40 Uhr Preisverleihung und Vortrag IMU Award 2022
 - 14.00 Uhr Vortrag MVV Energie AG | Herr Klöpfer
 - 14.40 Uhr Vortrag Bosch | Frau Wagner
 - 15.20 Uhr *Verabschiedung*
- Im Anschluss Get Together bei Kaffee und Kuchen

IMU Frühjahrstagung 2022 „Marketing und Vertrieb im Zeichen der Nachhaltigkeit“ - Vorträge und Q&A Sessions mit hochkarätigen Experten



09.40 Uhr:
**Marketing and Sales
in the Light of Sustainability**

Prof. Dr. Fred Lemke
Professor of Marketing &
Sustainability
Vlerick Business School

Fred Lemke ist Professor für Marketing und Nachhaltigkeit an der Vlerick Business School in Belgien, sowie Gastprofessor in Großbritannien und Vietnam. Nach Abschluss seiner Promotion an der Cranfield School of Management, arbeitete er mehrere Jahre in der Executive Education und im Consulting in Großbritannien. Darüber hinaus sammelte er große Erfahrung in seiner Tätigkeit in den Bereichen B2B Marketing, Vertrieb und Nachhaltigkeit in den USA. Seit 2017 arbeitet er von Belgien aus mit einer großen Vielfalt von nationalen und internationalen Unternehmen zusammen.

Seine derzeitigen Themenschwerpunkte sind u. A. die Schaffung von Kundenerlebnissen, die Verknüpfung des Wohlergehens der Mitarbeiter mit deren Verkaufserfolgen, sowie „der Nachhaltigkeitsgedanke und dessen Einfluss auf die Reputation von Unternehmen und Lieferketten“. Professor Lemke leitet hierzu internationale Forschungsprojekte und publiziert in führenden wissenschaftlichen Journalen.



10.20 Uhr:
**Nachhaltigkeit als
Wachstumstreiber**

Stefan Haver
Head of Sustainability
Evonik Industries AG

Stefan Haver ist Leiter der Zentralfunktion Sustainability bei

dem Essener Spezialchemieunternehmen Evonik Industries AG mit mehr als 33.000 Mitarbeitern. Seit der Einführung und dem Aufbau dieses Bereiches in 2015 legt Evonik hier den Schwerpunkt auf die systematische Messung und Steuerung von Nachhaltigkeitseffekten im Portfolio von Evonik. Dazu nutzt der Konzern einen Ansatz nachhaltiger Portfoliosteuerung, der gemeinsam mit anderen führenden Chemieunternehmen auf der Plattform des World Business Council for Sustainable Development entwickelt wurde.

In diesem Rahmen hat Evonik die neue Produktklasse seiner „Next Generation Solutions“ als Produkte mit marktüberlegenem Nachhaltigkeitsnutzen eingeführt, deren Anteil am Gesamtportfolio in den kommenden Jahren kontinuierlich ausgebaut wird.



11.20 Uhr:
**Purpose led Marketing – der
richtige Weg, Marken nachhaltig
und erfolgreich zu positionieren**

Xenia Barth
Regional Director DACH Nordics
RB Hygiene Home Deutschland
GmbH

Nachhaltigkeit in der FMCG Branche ist mehr als nur ressourcenschonende Verpackung & Fertigung. Marken haben eine gesellschaftliche Stahlkraft und entsprechende Verantwortung, der sie nachkommen müssen, und die sie antreibt ihren Purpose klar zu definieren und mit voller Kraft nachzugehen. Purpose ändert Verhalten. Purpose erhöht Penetration. Purpose treibt Marktanteile. Purpose kreiert Wertschöpfung. Und Purpose kann so vieles mehr. Purpose led marketing – the Reckitt way of building brands.

Seit mehreren Jahrzehnten setzt sich Reckitt dabei mit seinen Marken und Produkten dafür ein, dass Menschen überall auf der Welt Zugang zu Hygiene und gesunder Ernährung bekommen, um so eine nachhaltige Lebensweise zu unterstützen.

Xenia Barth leitet bei Reckitt die Geschäfte der Region DACH Nordics, mit Sitz in Heidelberg. Sie kümmert sich um die strategische Ausrichtung des Geschäftsbereichs Hygiene. Neben strategischen Entscheidungen zum kommerziellen Teil des Geschäftes gehört dazu auch die Ausrichtung des Unternehmens im Bereich der Nachhaltigkeit und sozialen Verantwortung.



12.00 Uhr:
**Nachhaltigkeit im Mittelstand –
Überzeugung und
Zukunftschancen**

Marcel Kiessling
Geschäftsführer Vertrieb & Service /
Managing Director
Gerhard Schubert GmbH

In einem Familienunternehmen ist nachhaltige Unternehmensführung ein Bestandteil der betrieblichen DNA. Die Gerhard Schubert GmbH hat sich seit ihrer Gründung 1966 auf die Automatisierung von Verpackungsprozessen für Kunden in der Lebensmittel-, Pharma- und Kosmetikindustrie mit modular aufgebauten Verpackungsmaschinen und Robotik spezialisiert. Verpackungen werden von Konsumenten grundsätzlich kritisch betrachtet, können aber einen wichtigen Beitrag zur Erreichung nachhaltiger Klimaziele leisten. Die Nachhaltigkeitsstrategie bei Schubert basiert auf der Überzeugung, ein Teil der Lösung zu sein und nicht ein Teil des Problems. Das schafft Chancen zur Differenzierung und hilft im Wettbewerb um die besten Mitarbeiter*innen.

Marcel Kiessling ist seit 2016 Geschäftsführer der Gerhard Schubert GmbH. Davor war er über 25 Jahre in tragender Funktion bei der Heidelberger Druckmaschinen AG tätig.

IMU Frühjahrstagung 2022 „Marketing und Vertrieb im Zeichen der Nachhaltigkeit“ - Vorträge und Q&A Sessions mit hochkarätigen Experten



14.00 Uhr:
Ohne Kohle „Kohle“ machen

Ralf Klöpfer
Mitglied des Vorstandes
MVV Energie AG

Bis 2030 ist der Kohleausstieg bei MVV vollzogen und die gesamte Fernwärme in Mannheim dekarbonisiert. Die Stromerzeugung basiert dann zu 80 Prozent auf Wind und Sonne. Die MVV plant, projiziert und installiert heute bereits solche Anlagen für ihre Kunden. Darüber hinaus spielt die Elektromobilität mit Ladeinfrastrukturen vom Einfamilienhaus bis zum tankstellenähnlichen Ladehub ebenfalls eine wichtige Rolle im Portfolio des Unternehmens – und das alles aus einer Hand – one stop shopping.

Bei einem Strombedarf von mindestens 1000 TWh, 15 Millionen Wärmepumpen und 40 Millionen E-Autos prognostiziert das Unternehmen in den nächsten 25 Jahren enorm große Wachstumschancen.

Ralf Klöpfer ist seit 2013 Vertriebsvorstand bei der MVV Energie AG. Davor war er in verschiedenen Führungspositionen bei der EnBW AG tätig.



14.40 Uhr:
Nachhaltigkeit – Hype oder Kernthema

Annette Wagner
Leiterin Zentralstelle Nachhaltigkeit
und Ideenschmiede
Robert Bosch GmbH

Wie sehr beeinflusst Nachhaltigkeit das unternehmerische Handeln? Was ändert sich in Beziehungen zu Lieferanten und Kunden und welche Rolle spielt dabei ein nachhaltiges Produktportfolio? Annette Wagner, Leiterin der Zentralstelle Nachhaltigkeit und Ideenschmiede der Robert Bosch GmbH,

wird in ihrem Vortrag auf die Entwicklung des Themas Nachhaltigkeit von einem Hype zu einem unternehmerischen Kernthema eingehen. In ihrer Funktion verantwortet sie die globale Nachhaltigkeits-strategie sowie die Nachhaltigkeits-berichterstattung des Unternehmens.

Von 2016 bis 2018 leitete Frau Wagner das EU Affairs Office der Robert Bosch GmbH in Brüssel, wo sie zuvor als Referentin die EU Umwelt- und Energiethemen betreute. Vor ihrem Wechsel zu Bosch war sie von 2011 bis 2013 für das Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft Baden-Württemberg in Stuttgart und Brüssel für die EU Umwelt-, Klima- und Energiepolitik zuständig.



imu Institut für Marktorientierte Unternehmensführung
Kompetenz in Wissenschaft & Management

13.40 Uhr:

Verleihung des IMU Research for Practice Award 2022

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 Matthias Ginthum von der BSH Hausgeräte GmbH überreicht den Award an den diesjährigen Gewinner.

Teilnahmegebühr

IMU Mitglieder: kostenfrei

IMU externe Unternehmen:
Frühbuchertarif (Anmeldung bis 11.02.2022) und
Kooperationspartner

Erste Person	349,00 €
Begleitpersonen	299,00 €

Normaltarif

Erste Person	399,00 €
Begleitpersonen	349,00 €

Ihr Ansprechpartner



Stephan Mettler, M.Sc.

stephan.mettler@bwl.uni-mannheim.de

Telefon: 0621 / 181 1783

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