



Marketing
Horizonte
2009
M A N N H E I M

Corporate Social
Responsibility

Marketing für Profit mit Verantwortung

14. und 15. Mai 2009

www.marketing-horizonte.de



**Marketing
Horizonte**
2009
MANNHEIM

Über den Kongress



Seit 1994 veranstaltet die studentische Marketinginitiative MTP – Marketing zwischen Theorie und Praxis e.V. – in regelmäßigen Abständen Deutschlands größten studentisch organisierten Marketingfachkongress: Die Marketing Horizonte.



Organisationsteam

Nach Stationen in München, Hamburg, Berlin, Köln, Freiburg und Münster werden die siebten Marketing Horizonte im Congress Center Rosengarten Mannheim unter dem Thema „Corporate Social Responsibility – Marketing für Profit mit Verantwortung“ stattfinden.

Mit dem Kongress soll eine Brücke zwischen Marketingtheorie und -praxis geschlagen werden. Wissenschaftler, Unternehmensvertreter und Studenten haben zwei Tage lang die Gelegenheit zum aktiven Gedankenaustausch.

„Moral, **Werte,**
Vertrauen –
das soziale Gerüst stellte

früher die
Gesellschaft den
Unternehmen zur
Verfügung.

Kostenlos.
Heute müssen
Unternehmen in diese
Faktoren
investieren.“

Manager Magazin 06/02

Thema Corporate Social Responsibility



Der Begriff Corporate Social Responsibility ist in aller Munde und kaum ein Unternehmen kann sich ihm entziehen. Es handele sich um ein „Konzept, das den Unternehmen als Grundlage dient, auf freiwilliger Basis soziale Umweltbelange in ihre Unternehmenstätigkeit zu integrieren“, definiert die europäische Kommission in ihrem „Grünbuch“.

Doch neben der Frage, welche Maßnahmen im Hinblick auf unternehmerisch verantwortungsvolles Verhalten zu ergreifen sind, kommt auch immer der Gedanke an die Awareness, die CSR-Aktivitäten zu Teil wird. Denn nicht nur das tatsächlich Bewirkte zählt, CSR kann noch viel weiter gehen und sich in einem positiven Unternehmensimage niederschlagen.

Verbraucher sind wie nie zuvor sensibilisiert für dieses Thema. Aber wie kann Corporate Social Responsibility vermarktet werden ohne aufgesetzt zu wirken?

Es ist nur ein schmaler Grat, der zwischen nachhaltiger, Image fördernder PR und übertriebener, unglaubwürdiger Betonung des eigenen verantwortlichen Handelns liegt ...



Schirmherren & Referenten

Aus dem Bereich Wissenschaft, Wirtschaft und Gesellschaft haben in diesem Jahr die folgenden Persönlichkeiten die Schirmherrschaft der Marketing Horizonte übernommen:



Prof. Dr. Dr. h.c. mult.

Christian Homburg

Inhaber des Lehrstuhls für Marketing I sowie Direktor des Instituts für Marktorientierte Unternehmensführung (IMU) an der Universität Mannheim



Thomas Sattelberger

Vorstand Personal und Arbeitsdirektor Deutsche Telekom AG



Prof.

Götz W. Werner

Gründer der Initiative "Unternehm die Zukunft" und Leiter des interfakultativen Instituts für Entrepreneurship an der Universität Karlsruhe sowie Gründer und Gesellschafter von dm-drogerie markt



Bundesminister

Olaf Scholz

Bundesministerium für Arbeit und Soziales

Als Experten aus Wirtschaft und Wissenschaft referieren:

- Christian-André Weinberger, Henkel
- Michel Jean-Pierre Maugé, m:con
- Silvia Schumacher-Michalik, MVV Energie
- Dr. Anja Thies, Roche
- Imke Grassau-Zetsche, Unilever
- Andreas Sommer, WELEDA
- Tina Stridde, Otto Group
- Dr. Michael Scholl, Prof. Homburg & Partner
- Stefan Dierks, Tchibo
- Prof. Dr. rer. pol. Andreas Suchanek, Handelshochschule Leipzig (HHL)
- Thomas Sattelberger, Deutsche Telekom
- Prof. Dr. Klaus-Dieter Altmeppen, Lehrstuhl für Journalistik, Kath. Universität Eichstätt-Ingolstadt

Podiumsdiskussionen:

- Dr. Christian P. Illek, Deutsche Telekom
- Sabine Leidig, Attac
- Joachim Schlange, Schlange & Co.
- Reiner Schäfer, Südzucker
- Dr. Günther Hotzetzky, Staatssekretär im Bundesministerium für Arbeit und Soziales

Professional-Workshops:

- **Leading beyond Authority**
Referent: Frank Trümper, Common Purpose Deutschland e.V.
- **Management von CR Risiken**
Referent: Joachim Schlange, Schlange & Co.



SÜDZUCKER



MANNHEIM²



otto group



STEIGENBERGER
MANNHEIMER HOF
MANNHEIM



BIONADE



basic
Bio Genuss für alle



**Marketing
Horizonte
2009
MANNHEIM**

Kongressnavigator

Donnerstag, 14. Mai 2009

9:30 – 10:30
Begrüßung und Einführung ins Thema durch MTP e.V., Prof. Homburg und Prof. Suchanek

10:45 – 16:45
Vorträge

- Silvia Schumacher-Michalik, MVV Energie
- Dr. Anja Thies, Roche
- Michael Maugé, m:con
- Imke Grassau-Zetzsche, Unilever
- Thomas Sattelberger, Deutsche Telekom
- Prof. Dr. Klaus-Dieter Altmeyen, Kath. Universität Eichstätt-Ingolstadt

10:45 – 16:45
Workshops

In vertiefenden Workshops werden spezielle Fragestellungen der CSR diskutiert



17:15 – 18:15
Podiumsdiskussion „CSR im Marketing – beengende Pflicht oder erfolgreiche Kür?“

„To **be** ethical
because it is
profitable
is not ethical.

But to be ethical **is**
profitable.“

*Norman E. Bowie
University of Minnesota*

9:00 – 9:15
Begrüßung

9:30 – 15:30
Vorträge

- Andreas Sommer, WELEDA
- Tina Stridde, Otto
- Dr. Michael Scholl, Prof. Homburg & Partner
- Christian-André Weingärtner, Henkel
- Stefan Dierks, Tchibo

10:45 – 16:45
Workshops

In vertiefenden Workshops werden spezielle Fragestellungen der CSR diskutiert



15:45 – 16:45
Podiumsdiskussion „Megatrend oder Modethema – CSR im Wandel der Zeit“

17:15 – 18:15
Keynote

Inhalte & Ablauf

Die Marketing Horizonte 2009 werden das Kongressthema

Corporate Social Responsibility – Marketing für Profit mit Verantwortung

aus verschiedenen Blickwinkeln beleuchten. Kontroverse Fragestellungen werden vor dem gesamten Plenum in Podiumsdiskussionen erörtert.

Donnerstag, 14. Mai 2009

CSR im Marketing – beengende Pflicht oder erfolgreiche Kür?

Nahezu jedes Unternehmen unterzieht sich heutzutage einer CSR Kür. Jedoch ist nicht immer klar, ob die Kommunikation von gesellschaftlicher Verantwortung nur als Deckmantel nach außen hin dient, quasi als Reaktion auf den öffentlichen und medialen Druck, oder ob sie das Resultat langjährig gelebter gesellschaftlicher Verantwortung des betreffenden Unternehmens ist. Wie glaubwürdig ist CSR im Marketing?

Da Verbraucher heute im starken Maße von verantwortungsvollen Produkten umgeben sind, stellt sich die Frage, ob CSR als Grundvoraussetzung angesehen wird oder ob dem Verbraucher verantwortungsvolle Produkte mehr wert sind als herkömmliche Produkte. Lässt sich ein geschaffener Mehrwert für Unternehmen als Return on CSR messbar machen?

Freitag, 15. Mai 2009

Megatrend oder Modethema – CSR im Wandel der Zeit

CSR ist für viele Unternehmen das Schlagwort der Stunde und sein Einfluss auf das Marketing unübersehbar. Handelt es sich bei CSR im Marketing um einen Trend, der unternehmerisches Denken und Handeln grundlegend und dauerhaft ändert, oder um eine nur vorübergehende Managementmode?

Da das Verständnis von Nachhaltigkeit und CSR vom Zeitgeist beeinflusst ist, bleibt die langfristige Bedeutung für das Marketing unklar. Welchen Verständniswandel wird sich das Konzept unterwerfen müssen und wie sehen mögliche Entwicklungswege für die Zukunft aus?



5



**Marketing
Horizonte**
2009
MANNHEIM

Details zum Kongressort



Die Stadt Mannheim liegt direkt an den Flüssen Rhein und Neckar und bildet mit den Städten Heidelberg und Ludwigshafen die Metropolregion Rhein-Neckar. Der monumentale Wasserturm als Wahrzeichen der Stadt und das in barocker Pracht strahlende kurfürstliche Schloss repräsentieren die abwechslungsreiche Geschichte Mannheims. Darüber hinaus präsentiert sich Mannheim heute als Stadt der Kongresse, der Wissenschaft, der Wirtschaft, der Kunst und Kultur.

Marketing Horizonte finden im m:con Congress Center Rosengarten statt. Eingefügt in das Ensemble der prachtvollen Jugendstilbauten am Friedrichsplatz, befindet es sich direkt neben dem Wasserturm und zählt zu den schönsten Gebäuden in Mannheim. Optimal ausgestattete Kongresssäle und Tagungsräume in Verbindung mit modernsten Präsentations- und Telekommunikationsanlagen und einem kompetenten Service garantieren den erfolgreichen Verlauf der Veranstaltung.

Die verkehrsgünstige Lage des Congress Centers ermöglicht eine entspannte An- und Abreise per Auto, Zug oder Flugzeug. Transferzeiten während des Kongresses sind durch kurze Entfernungen zu den Hotels minimal.



Teilnehmer- kreis

Der Kongress richtet sich an:

- Mitglieder der Geschäftsleitung bzw. des Vorstandes von Unternehmen, die CSR-Strukturen aufweisen bzw. dies für die Zukunft aufbauen wollen
- Leiter und Mitarbeiter der Abteilungen Marketing, CSR, PR & HR
- Einzelpersonen oder Vertreter von Institutionen
- MTP-Alumni
- Wissenschaftler und Studenten aus den Bereichen Marketing, CSR, PR & HR
- Journalisten



Benefits, Leistungen & Konditionen

Preisnavigator	
Student(in) ohne Übernachtung	59 €
MTP-Student(in) mit Übernachtung	89 €
Nicht-MTP-Student(in) mit Übernachtung	99 €
Wissenschaftler + MTP Alumni	189 €
Professionals	499 €
* geplanter Abschluss: B.A., B. Sc., M.A., M.Sc., Diplom, Staatsexamen, Magister	

Folgende Gründe sprechen für Ihren Besuch der Marketing Horizonte 2009:

- Wissensaufbau rund um das brand-aktuelle Thema CSR
- Zahlreiche Vorträge hochkarätiger Referenten
- Spannende Diskussion und Austausch zum Thema CSR mit Topperformern
- Exklusive Workshops für Professionals, Wissenschaftler und MTP-Alumni
- Interessante Teilnehmerzusammensetzung
- Kontakt zu anderen Studenten, Professionals und Wissenschaftlern
- Networking mit Teilnehmern aus ganz Deutschland
- Ansprechendes Rahmenprogramm mit festlicher Abendveranstaltung

- Verpflegung an beiden Kongresstagen und während der ersten Abendveranstaltung
- Gute Erreichbarkeit Mannheims durch zentrale Lage in Deutschland
- Kongress der kurzen Wege (alles zentral zu erreichen)

Weitere wichtige Informationen

Reisen Sie mit der Bahn von einem beliebigen DB-Bahnhof in Deutschland zu den Marketing Horizonten nach Mannheim. Der Ticketpreis für Hin- und Rückfahrt beträgt 79,00 € in der 2. Klasse bzw. 129,00 € in der 1. Klasse. Weiterführende Informationen entnehmen Sie bitte der Kongresshomepage www.marketing-horizonte.de.

Die Anmeldung für die exklusiven Workshops für Professionals, Wissenschaftler und MTP-Alumni ist vom 01. April 2009 bis 30. April 2009 über ein Anmeldeformular auf unserer Homepage www.marketing-horizonte.de möglich. Die Vergabe der Plätze erfolgt nach dem Prinzip „first come, first serve“.

Die Anmeldung für die für Studenten angebotenen Workshops ist ebenfalls vom 01. April 2009 bis 30. April 2009 über ein Anmeldeformular auf der Kongresshomepage möglich. Die Vergabe dieser Plätze erfolgt jedoch durch das jeweilige Unternehmen, unabhängig vom Zeitpunkt des Eingangs der Bewerbung.



Student(in) ohne Übernachtung

Dies betrifft überwiegend Studenten aus Mannheim und Umgebung, welche für die Kongressnächte Donnerstag und Freitag keine Übernachtungen in Hotels benötigen oder solche, die bei Freunden übernachten können. Das erworbene Kongressticket beinhaltet die vollständige Verpflegung während des Kongresses sowie die Verpflegungen während der ersten Abendveranstaltung. Für Mittwoch, den 13.05.2009, bieten wir Studenten einen gemeinsamen Kneipenbummel durch Mannheim an. Der freie Eintritt zur Abschlussparty am Freitagabend ist ebenso im Kongressticket enthalten.

Student(in) mit Übernachtung

Studenten mit Übernachtung werden Donnerstag und Freitag im Park Inn Mannheim in Doppelzimmern untergebracht. Wünsche einzelner Teilnehmer können bei der Vergabe der Zimmer berücksichtigt werden. Senden Sie hierfür eine kurze Mail an support@marketing-horizonte.de. Andernfalls wird die Zimmerverteilung durch die Kongressleitung vorgenommen. Das erworbene Kongressticket beinhaltet die vollständige Verpflegung während des Kongresses sowie die Verpflegung während der ersten Abendveranstaltung, ein Frühstück im Hotel am Freitag sowie eine Lunchtüte von Basic am Abreisetag (Samstag). Darüber hinaus sorgt ein Shuttleservice für den Transport zu Hotel und Kongress Center. Für Mittwoch, den 13.05.2009, bieten wir Studenten einen gemeinsamen Kneipenbummel durch Mannheim an. Gerne vermitteln wir Zimmer in einer nahegelegenen Jugendherberge. Die Übernachtung an diesem Tag ist nicht im Kongresspreis inbegriffen und kostet 17,90 € (Mannheim) und 20,60 € (Weinheim), jeweils inkl. Frühstück und Bettwäsche. Der freie Eintritt zur Abschlussparty am Freitagabend ist ebenso im Kongressticket enthalten.

MTP-Alumna/MTP-Alumnus

Für MTP-Alumni halten wir begrenzte Hotelkontingente im Augusta Hotel Mannheim bereit. Gerne versuchen wir, Ihnen ein Hotelzimmer (Einzel- oder Doppelzimmer) für die Dauer Ihres Aufenthalts zu vermitteln. Hierfür geben Sie im Anmeldeprozess bitte Ihren Hotelbedarf an; nach erfolgter Kongressanmeldung senden wir Ihnen eine Vollmachtserklärung zur Hotelbuchung zu, die Sie bitte ausgefüllt und unterschrieben an uns zurücksenden. Das Hotelzimmer ist nicht im Kongresspreis inbegriffen und bei Abreise direkt im Hotel zu begleichen. Der Preis pro Übernachtung beträgt 71,00 € (DZ) bzw. 50,00 €/58,00 € (EZ Standard / EZ Comfort), jeweils exkl. Frühstück. Ein Frühstück kann jedoch gegen einen Aufpreis von 15,00 € im Hotel erworben werden; bitte geben Sie dies zu Planungszwecken unverbindlich bei der Registrierung an. Am Abreisetag erhalten Sie eine Lunchtüte von Basic.

Wissenschaftler(in), Professional

Für Wissenschaftler und Professionals halten wir begrenzte Hotelkontingente sowohl im Maritim Parkhotel Mannheim als auch im Steigenberger Mannheimer Hof bereit. Gerne versuchen wir, Ihnen ein Hotelzimmer (Einzelzimmer) für die Dauer Ihres Aufenthalts zu vermitteln. Hierfür geben Sie im Anmeldeprozess bitte Ihren Hotelwunsch an; nach erfolgter Kongressanmeldung senden wir Ihnen eine Vollmachtserklärung zur Hotelbuchung zu, die Sie bitte ausgefüllt und unterschrieben an uns zurücksenden. Das Hotelzimmer ist nicht im Kongresspreis inbegriffen und bei Abreise direkt im Hotel zu begleichen; der Preis pro Übernachtung beträgt 98,00 € im Maritim Parkhotel Mannheim bzw. 90,00 € im Steigenberger Mannheimer Hof, jeweils inkl. Frühstück.

Ihre Ansprechpartner

Bei Fragen zur Anmeldung senden Sie bitte eine E-Mail an folgende Adresse:
support@marketing-horizonte.de

Janine Buchfink
Kongressleitung
+49 177 – 6 83 82 45
janine.buchfink@mtp.org

Bastian Ohrnberger
Personalmanagement
+49 170 – 1 67 93 69
bastian.ohrnberger@mtp.org

Dominik Möchel
Personalmanagement
+49 1577 – 1 91 02 00
dominik.moechel@mtp.org

Onlineanmeldung unter
www.marketing-horizonte.de

Veranstalter

MTP – Marketing zwischen Theorie und Praxis e.V. ist mit über 2700 Mitgliedern und 17 Geschäftsstellen die größte Marketing-Studenteninitiative Deutschlands. Seit über 25 Jahren verbindet MTP erfolgreich die theoretische Marketingausbildung an den Hochschulen mit der Praxis in der Wirtschaft.

In Zusammenarbeit mit Professoren und zahlreichen namhaften Unternehmen wird dieser Leitgedanke durch ein vielfältiges Angebot an Vorträgen, Workshops, Kongressen und Beratungsprojekten erfolgreich umgesetzt.

MTP
Marketing zwischen Theorie und Praxis e.V.

Krögerstraße 5
60313 Frankfurt am Main
Tel.: 069 – 37 30 15 35
Fax.: 069 – 37 30 15 36

www.mtp.org



MTP e.V.
Geschäftsstelle Mannheim

Universität Schloss Mannheim
Postfach 103462
68131 Mannheim

mannheim@mtp.org



A Brand like a friend



SÜDZUCKER



MANNHEIM²



otto group



STEIGENBERGER
MANNHEIMER HOF
MANNHEIM



9

