

THEMENFELDER: Lifestyle-, Luxury-, Label- & Leisure-Management

1. Apparel and fashion management: Tectonic shifts in the value chain
2. Sustainable fashion and brand management
3. Global fashion and brand management within the context of non-market-systems
4. Political issue management in the apparel industry: How to bridge the gap between economic value and ethic value
5. Non-market-strategies for the apparel (sports, fashion, etc.) industry
6. Triple value chain management: Co-alignment of commercial, political and digital value chain issues
7. Gaining and sustaining fair competitive advantages alongside the global value chain
8. Hybrid strategies 4 the apparel industry: Beyond market- and non-market polarization
9. Business model innovation in the fashion and apparel industry
10. Beyond leansizing, rightsizing and downsizing: How to build a sustainable future 4 the apparel industry
11. Business model and strategy transformation: How to morph entrenched apparel giants into agile lifestyle companies
12. Platform economics in the fashion industry
13. Digital Fashion
14. The future of sustainable consumer behaviour
15. (Non) Sustainable Influencer Marketing

THEMENFELDER: INTEGRTIERTE VERSORGUNG UND GESUNDHEITSMANAGEMENT

16. IVM im Fadenkreuz der Telemedizin
17. Patientenzentrierung im Rahmen der Integrierten Versorgung
18. Sektorenübergreifende Versorgungsinnovationen
19. Vormarsch der Hybridversorgungsmodelle
20. Drehscheibenkonzepte der Integrierten Versorgung
21. Idee, Konzeption und Realisierung eine Gesundheitscampus
22. Planung und Umsetzung integrierter Flächenversorgungskonzepte
23. Erprobung und Realisierung des Regional-Budget-Ansatzes
24. From Case 2 Customer: Abbildung der Service-Orientierung in der Integrierten Versorgung
25. Dashboard-Management-Plattformen als Optionen der Integrierten Versorgung
26. Integriertes Versorgungsmanagement unter VUCA-Bedingungen
27. From Proposal 2 Profit: Start-up-Imperative in Integrierten Versorgung
28. Konsolidierung notleidender Kliniken im Rahmen einer holistischen Versorgungsstrategie
29. Konzeption der Virtuellen Maximalversorgung: Idee, Realisierung, Fallstricke
30. Von der Integrierten Versorgung zur Zentralen Patientensteuerung
31. Ambulant-stationäres Schnittstellenmanagement
32. Delegationsmodelle in Medizin, Pflege und Management
33. Integriertes Versorgungsmanagement im internationalen Vergleich
34. Transformation performanz-schwacher Grundversorger in professionelle MVZen
35. Führungs- und Managementanforderungen in der Integrierten Versorgung

36. Lessons Learned From Supply Chain Management: Fließfertigungsoptionen in der Versorgung
37. Convenience-Imperative in der Integrierten Versorgung: Kunde Patient?
38. Modellierung elitärer High-end- und kosteneffizienter Low-end-Versorgungskonzepte
39. Versorgung oder 24/7-Convenience: Pflege- und Medizinparadigmen im Fokus des Wertewandels

THEMENFELDER: NON-MARKET-STRATEGY AND POLITICAL IMPACT MANAGEMENT

40. From non-market strategy 2 hybrid strategy in healthcare: Co-alignment of corporate political and corporate commercial strategies
41. Hybrid management in healthcare: Co-alignment of commercial, political and digital value chain activities
42. The impact of CPA in healthcare: In search of empirical evidence
43. Hybrid management and strategies in healthcare: Future study
44. Modelling corporate political healthcare scenarios
45. Towards a holistic management & leadership concept 4 critical industries
46. Transforming critical industries into sustainable industries: Literature review, empirical evidence and field studies

THEMENFELDER: CONSULTING, VALUE MANAGEMENT AND PROFESSIONAL SERVICES

47. Business model innovation in Consulting: Foreshadowing the future
48. Digitalization imperatives 4 consulting
49. Post-corona leadership: Lessons learned from pandemic disruptions
50. Agile project management in the professional service industry
51. Political Impact Consulting (PIC): Beyond public relations
52. Kinetic portfolio strategy: Corporate value management in times of disorder
53. Transformation strategies 4 critical industries
54. Mindful leadership: Literature review, empirical evidence and best practices
55. Toolbox revisited: The impact of consulting tools on leadership and management performance
56. Storytelling in consulting: Beyond empirical evidence – Learning from impressions
57. Culture eats strategy for breakfast: Modelling the impact of culture in consulting
58. Beyond aseptic consulting: Incorporating culture into consulting
59. Tech-dimension in professional services: How the MINT paradigm drives business model innovation
60. Success factors of the crypto economy
61. Crypto Finance: Progress of digital currencies
62. Net Zero Business Models
63. ESG Consulting & Advisory als strategischer Imperativ
64. Smart Defense Business Models: The Renaissance of Security and Surveillance Services
65. From Sustainability 2 ESG Leadership: Translating Philosophy into Profit
66. Accumulation of ESG Competencies: Closing the Gap in Finance, Investment and Accounting
67. Towards a Holistic ESG Framework 4 Responsible Investors
68. ESG Compliance: STG Strategy as a Source of Value

- 69. Safety, Securance & Surveillance als Handlungsimperativ
- 70. Risiko- und Volatilitätsmanagement unter Vuca Bedingungen
- 71. EFTs auf dem Prüfstand
- 72. Strategisches Investment Management zwischen aktiver und passiver Navigation
- 73. AMLEG Navigation - Führung und Steuerung im Kontext von Disruption und Diskontinuität
- 74. The Resourced Based View revisited - Natural Resources or advanced Knowledge Assets as the Foundation of Prosperity?

THEMENFELDER: Sportmanagement

- 75. Plattform-Geschäfts-Modelle im Sport: Eine Szenario-basierte Zukunftsstudie
- 76. Does Compliance Pay? - How to Define and Design Sustainable Sports Organizations
- 77. Sport als gesundheitsökonomischer Handlungsimperativ: Literaturanalyse und Expertenpanel
- 78. Towards a Paradigm Shift in Sports Fashion: Sustainable Supply Chain and Brand Management
- 79. Demographie-orientiertes Sport- und Gesundheitsmanagement - Empirische Befundlage und Expertenpanel
- 80. Digitale Handlungsoptionen für die Orchestrierung der Fußball EM 2024