

Jahresbericht 2016/2017

Original German version of the
Annual Report 2016/2017

The English translation can be
found on page 3



2.3 Masterveranstaltungen

CONVINCING STAKEHOLDERS (Vorlesung)

Die Vorlesung wird in Kooperation mit dem Institut für Strategische Unternehmensführung und dem Institut für Marktorientierte Unternehmensführung durchgeführt. Ziel dieser Grundlagenveranstaltung ist die Vermittlung von theoretischen Konzepten sowie durch studentenseitig erarbeitete Präsentationen den ca. 100 Studierenden vielfältige Einblicke in das Stakeholder Management zu bieten.

Deutsche Post DHL

GASTVORTRAG: Deutsche Post DHL – Prof. Dr. Christof Ehrhart

THEMA: Den immer stärkeren Wandel vom Shareholder-Fokus zur Stakeholder-Orientierung machte auch der Vice President für Corporate Communications & Responsibility der Deutschen Post DHL, deutlich. Prof. Ehrhart thematisierte in seinem Vortrag den Wandel in der Unternehmenskommunikation unter Berücksichtigung der Erwartungen aller Stakeholdergruppen.

CONVINCING POLITICAL STAKEHOLDERS (Proseminar)

Während Nachrichten über unerwartete Entwicklungen in Europa mittlerweile den Alltag prägen, gewinnt erfolgreiche Interessenvertretung in Bezug auf politische Stakeholder immer größere Bedeutung. In diesem Jahr durften die Teilnehmer zusammen mit Univ.-Prof. Dr. Anton Meyer und vier Mitarbeitern des Instituts für Marketing für drei Tage nach Brüssel reisen, um Einblicke in die komplexen Prozesse der EU-Politik zu gewinnen. Aufbauend auf einer Blockvorlesung des externen Lehrbeauftragten Herrn Dr. Klemens Joos, Geschäftsführer der EUTOP International GmbH, durften die Studierenden ihr erlangtes Theoriewissen schließlich im Rahmen realitätsnaher Fallstudien in die Praxis umsetzen.



LEHR-

BEAUFTRAGTER: Dr. Klemens Joos,
Geschäftsführer der EUTOP
International GmbH

THEMA: Einblicke in erfolgreiche Interessenvertretung

Es wurden u.a. Besuche bei den EU-Institutionen ermöglicht. In der EU-Kommission durfte die Gruppe mit Herrn Henning Klaus, Leiter des Referats B.2 im Generalsekretariat der EU-Kommission, über aktuelle Themen wie den Brexit diskutieren. Im Europäischen Parlament trafen die Studierenden Herrn Benjamin Bögel, persönlicher Referent des EVP-Fraktionsvorsitzenden Manfred Weber, sowie Herrn Dr. Ingo Friedrich, ehem. Vizepräsident des Europäischen Parlaments a.D., um weitere Einblicke in aktuelle Geschehnisse auf EU-Ebene zu kriegen.

PROJEKTKURS STRATEGIC MARKETING (Projektarbeit)

Der Projektkurs hat das Ziel, eine Verbindung zwischen theoretischen Problemlösungsansätzen und deren praktischer Anwendung zu schaffen. Dies geschieht durch die Aufarbeitung und Untersuchung einer konkreten betriebswirtschaftlichen Fragestellung aus der Praxis in enger Zusammenarbeit mit einem Unternehmenspartner. Dabei wird die Fragestellung von einem studentischen Team selbständig unter der Leitung von Institutsmitarbeitern bearbeitet. Während der Bearbeitungszeit stehen die Studierenden in einem regelmäßigen Kontakt mit dem Praxispartner. Darüber hinaus gibt es regelmäßige feste Termine mit den Betreuern des Lehrstuhls, in denen Meilensteine festgelegt und Bearbeitungsvorschläge diskutiert werden. Die Ergebnisse bzw. die Ausführungen sollen den Praxispartnern als Entscheidungsgrundlage dienen können.



PRAXISPARTNER: Loyalty4Brands GmbH

THEMA: Markteintritts- und Kundenanalyse für den Markt für Giftcards

ERGEBNIS: Im Rahmen dieses Projekts wurden Implikationen für den Eintritt in den Giftcardmarkt erarbeitet. Als Entscheidungshilfe wurden in Fokusgruppen sowie einer Netnographie Primärdaten zum Kaufverhalten und Kaufmotivation von Giftcards sowie zur Erwartungshaltung gegenüber dem Leistungsangebot von Loyalty4Brands erhoben und ausgewertet. Durch die Vielseitigkeit der Datenerhebung konnten die Studierenden nicht nur den Umgang mit den dazu nötigen Anwendungen und Analysen erlernen, sondern hatten ebenfalls die Gelegenheit einen für sie neuen Markt kennenzulernen.



v.l.: Stefanie Kahre, Mona Bodmeier, Lisa-Marie Hoffleisch, Jana Resulovska, Nanja Dillitzer



PRAXISPARTNER: Trurnit Gruppe, Eckart & Partner GmbH

THEMA: Kommunikationsmonitor für die Versorgerbranche

ERGEBNIS: Im Fokus standen die Entscheidungen der Kommunikationsverantwortlichen von KMUs und Stadtwerken mit Endkundenkontakt in der Wärme-, Strom-, und Gasindustrie. Tiefeninterviews mit Experten aus den relevanten Industrien bildeten die Basis für die Ausarbeitung eines fundierten Onlinefragebogens. Dieser Fragebogen stellte die Grundlage für eine anschließende Pilotstudie, die mit relevanten Kommunikationsverantwortlichen aus der Versorgungsindustrie durchgeführt wurde. Die anschließende Auswertung lieferte aussagekräftige Erkenntnisse bezüglich aktuell angewandter Kommunikationsstrategien deutscher Versorgungsunternehmen.



English translation of page 22 of the Annual Report 2016/2017

2.3 Courses of Master Programmes

CONVINCING STAKEHOLDERS

(Lecture)

The Lecture is organised in cooperation with the Institute of Strategic Management and the Institute for Market-based Management. The aim of this basic course is the mediation of theoretical concepts and to provide some 100 students with a wide range of insights into stakeholder management through presentations prepared by the students.

GUEST SPEAKER:

Deutsche Post DHL - Prof. Dr. Christof Ehrhart

SUBJECT:

The Vice President for Corporate Communications & Responsibility of *Deutsche Post DHL* also highlighted the growing tendency of the shift from a shareholder focus to a stakeholder approach. In his Lecture, *Prof Ehrhart* addressed the change in corporate communications, taking into account the expectations of all stakeholder groups.

CONVINCING POLITICAL STAKEHOLDERS

(Proseminar)

While news of unexpected developments in Europe are now part of everyday life, successful representation of interests with regard to political stakeholders is becoming more and more important. This year, the participants, together with *Prof Dr Anton Meyer* and four employees of the Institute for Marketing, were able to travel to Brussels for three days to acquire a better understanding of the complex processes of EU politics. Building on a Block Seminar by visiting lecturer *Dr Klemens Joos*, Managing Director of EUTOP International GmbH, the students were able to put their theoretical knowledge into practice in the form of real-life case studies.

VISITING LECTURER:

Dr Klemens Joos, Managing Director of EUTOP International GmbH

SUBJECT:

Insights into successful representation of interests

Amongst other things, visits to the EU Institutions were arranged. At the EU Commission, the group had the opportunity to discuss current topics, such as Brexit, with *Mr Henning Klaus*, Head of Unit B.2 at the Secretariat-General of the EU Commission. At the European Parliament, the students met *Mr Benjamin Bögel*, Personal Assistant of EPP Group Chairman *Manfred Weber*, as well as *Dr Ingo Friedrich*, former Vice-President of the European Parliament, to gain further insights into current EU matters.