

Donnerstag, 14. Mai 2009

9:30 – 10:30

Begrüßung durch den MTP e.V. sowie Schirmherr Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Christian Homburg (Universität Mannheim)

Thematische Einleitung durch Prof. Dr. Andreas Suchanek (HHL Leipzig) „CSR als Instrument des Marketing oder Marketing als Instrument von CSR?“

S

10:45 – 11:45

Corporate Social Responsibility – Eine Mode die vorüber geht oder eine nicht ganz freiwillige Erfindung der Energieversorger?

Silvia Schumacher-Michalik,
MVV Energie

S

Employer Branding unter Berücksichtigung von Corporate Social Responsibility – Praxisbeispiel

Dr. Anja Thies,
Roche Diagnostics

B

WORKSHOPS

Internetcommunities als Plattform für CSR in der Markenartikelindustrie

Dauer: 10:45 – 16:45

Thomas Schuffenhauer, Sabine Röltgen

Henkel

4

12:00 – 13:00

CSR in der medialen Kommunikation. Wie Medien über CSR berichten und was CSR-Verantwortliche und Journalisten davon halten

Prof. Dr. Klaus-Dieter Altmeyen,
Kath. Uni Eichstätt-Ingolstadt

B

Kongresse, Tagungen und Events zwischen Inszenierung und Effizienz

Michel Maugé,
m:con

S

Die Marke Weleda erlebbar machen

Dauer: 10:45 – 15:30

Sonja Hofmann

Weleda

1

13:00 – 14:30

Mittagspause

14:30 – 15:30

Corporate Social Responsibility bei Unilever – Wie ein Weltkonzern Nachhaltigkeit praktiziert

Imke Grassau-Zetzsche,
Unilever

S

Lernen von den Besten – Kriterien und Ergebnisse der Great Place to Work®-Benchmarkstudie „Deutschlands Beste Arbeitgeber“

Frank Hauser,
Great Place to Work® Institute

B

Chancen und Risiken bei der CSR-orientierten Markenentwicklung

Dauer: 10:45 – 15:30

M. Hische, J. Kuhn, M. Korkhaus, D. Möller

sneep

2

Exklusiv-Workshops für Professionals

Leading beyond Authority

Dauer: 10:45 – 13:00

Frank Trümper

Common Purpose

3

15:45 – 16:45

Moralisches Fundament statt Post-Crash-Moralisieren! Plädoyer für die Erneuerung verantwortlichen Handelns

Thomas Sattelberger (Schirmherr Wirtschaft),
Deutsche Telekom

S

Reputation und Nachhaltigkeitsimages von Branchen, Unternehmen und Marken im Kontext des LOHAS

Dauer: 14:30 – 16:45

Dr. Stefan Hermann Siemer

Stratum

3

16:45 – 17:15

Kaffeepause

17:15 – 18:15

Podiumsdiskussion: CSR im Marketing – beengende Pflicht oder erfolgreiche Kür?

Moderation: Dr. Christian Ramthun (Stv. Leiter Hauptstadtbüro, Wirtschaftswoche)

- Prof. Dr. Andreas Suchanek (HHL)
- Dr. Christian Illek (Deutsche Telekom)
- Joachim Schlange (Schlange & Co.)
- Imke Grassau-Zetzsche (Unilever)
- Peter Schönhöfer (Attac)

S

ab 19:30

„Mannheimer Nacht“

Begrüßung: Dr. Dietmar von Hoyningen-Huene

Freitag, 15. Mai 2009

9:00 – 9:15

Begrüßung

S

9:30 – 10:30

Corporate Social Responsibility – Perspektive des World Wide Fund for Nature (WWF)

Marko Freckmann,
WWF

B

Weleda Branding: Die Marke als Anker für Corporate Social Responsibility

Andreas Sommer,
Weleda

S

10:45 – 11:45

Nachhaltigkeit bei OTTO – das Projekt Cotton made in Africa

Tina Stridde,
Otto

B

Die Auswirkungen von Corporate Social Responsibility auf die Zahlungsbereitschaft von Konsumenten

Dr. Michael Scholl,
Prof. Homburg & Partner

S

12:00 – 13:00

Evaluierung von CSR im Bereich Klima- und Naturschutz

Dr. Frauke Fischer,
Auf! / Universität Würzburg

B

Performance based on Sustainability – CSR als Innovationsmotor eines Markenartikers

Christian-André Weinberger,
Henkel

S

13:00 – 14:30

Mittagspause

14:30 – 15:30

Welchen Nutzen hat die Erfassung eines Product Carbon Footprint in Ergänzung zur Ökoeffizienzanalyse?

Stefan Dierks,
Tchibo

B

„The Power of the big and the spirit of the small“ General Mills CEE – CSR zwischen Mittelstand und Weltkonzern

Markus Mühleisen,
General Mills

S

15:45 – 16:45

Podiumsdiskussion: Megatrend oder Modethema – CSR im Wandel der Zeit

Moderation: Christian Neugebauer, Glocalist

- Christian-André Weinberger (Henkel)
- Silvia Schumacher-Michalik (MVV)
- Cornelia Coenen-Marx (EKD)

- Reiner Schäfer (Südzucker)
- Dr. Günther Horzetzky (Staatssekretär im Bundesministerium für Arbeit und Soziales)

S

16:45 – 17:15

Kaffeepause

17:15 – 18:15

Key Note

Dieter Overath (Geschäftsführer des Transfair e.V.)

S

ab 22:00

Abschlussfeier

WORKSHOPS

Internetcommunities als Plattform für CSR in der Markenartikelindustrie

Dauer: 9:30 – 15:30

Thomas Schuffenhauer, Sabine Röltgen
Henkel

4

Personalisierte Medizin - F & E zum Wohle der Menschen und Ableitungen für das Marketing

Dauer: 09:30 – 15:30 inkl. Mittagspause

Mike Sander
Roche

1

CSR als fundamentale Säule des Regionalmarketings – CSR für eine Region mit zwei Case Studies: "Bürger in Bewegung – Freiwilligen Tag" & "Bürgerpreis"

Dauer: 9:30 – 13:00

Joachim Grafen, Michel Maugé, Silvana Meerwald,
Regina Pfriem

m:con

2

Exklusiv-Workshop für Professionals





Management von CR Risiken

Dauer: 9:30 – 11:45

Joachim Schlange
Schlange & Co.

3

Themenbereiche

-  Allgemein
-  Mensch
-  Umwelt
-  Arbeit

 Arnold Schönberg Saal

 Alban Berg Saal

 Seminarraum 2.6

 Seminarraum 2.7

 Seminarraum 2.10

 Seminarraum 3.9