

„Yes, we can!“ – Der Marketing-Absolvententag 2009

Das Marketing-Team des Instituts für Strategisches Management, Marketing und Tourismus konnte auch beim diesjährigen Absolvententag wieder großes Interesse seitens ehemaliger Marketing-Studierender verbuchen.



Alle zwei Jahre laden die Innsbrucker Marketer rund um Prof. Hans Mühlbacher im Herbst ihre Alumni zum Absolvententag. Traditionellerweise beginnt dieser an einem Freitagabend mit einem entspannten Get-

together, bei dem neue Kontakte zwischen Institutsmitgliedern und AbsolventInnen geknüpft und bereits existierende wieder aufgefrischt werden können. Im heurigen Jahr fand dieser Teil der Veranstaltung auf Einladung von Karl Stoss, dem Generaldirektor der Casinos Austria sowie der Österreichischen Lotterien, im Casino Innsbruck statt. Seine Keynote-Lecture über „Expansionspfade im Glücksspiel“ leitete den Abend ein.

Am darauffolgenden Samstagvormittag traf sich der Kreis der TeilnehmerInnen im Madonnensaal der Theologischen Fakultät zum formellen Teil des Absolvententages. Unter dem Motto „Yes, we can!“, mit dem bewusst der allgemeinen Krisenstimmung ein positiver Blick entgegengesetzt werden sollte, präsentierten drei besonders erfolgreiche Absolventen exemplarisch für alle Alumni die Marketingfragestellungen, denen sie sich aktuell mit ihren Unternehmen stellen.

Der Vortragsreigen wurde von Paul Klotz, CMO der ASPIAG (DESPAR), mit dem Thema „Die erfolgreiche Erschließung des norditalienischen Marktes“ eröffnet, der aufzeigte wie es ein österreichisches Handelsunternehmen schaffen kann im italienischen Lebensmittelhandel nicht nur Fuß zu fassen, sondern auch zu einem regionalen Vorzeigunternehmen mit Vorreiterrolle zu werden.

Christoph Kaml, CFO von Palfinger, sprach dann über „Die Globalisierung der Marke Palfinger“ und regte damit eine Diskussion über die Bedeutung von Marken im B-to-B-Geschäft sowie die adäquate Markenstrategie für international expandierende Unternehmen mit einem breiten Markenportfolio an.

Stellvertretend für Gerald Neumair, Vice President und Area Director von Kraft Foods Deutschland, Österreich und Schweiz, zeigte dann Alexander Pesjak, Innovation Director Coffee EU bei Kraft Foods, mit „Kraft Foods auf neuen Wegen“ wie es einer der größten Lebensmittelproduzenten weltweit mit verschiedensten innovativen Markenführungsansätzen schafft Konsumenten global für seine Produkte zu begeistern.

Nicht nur die große Anzahl der TeilnehmerInnen, sondern auch die lebendigen Diskussionen und Interaktionen während dieser zwei Tage zeigen, dass viele AbsolventInnen dem Institut auch lange

nach dem Studium noch verbunden bleiben. „Wir freuen uns zu sehen, wie sich unsere ehemaligen Studierenden, die wir ein Stück ihres Bildungsweges begleiten durften, nach dem Studium entwickelt haben und wie erfolgreich sie sich den spannenden Herausforderungen in ihrem Berufsleben stellen“, so Prof. Mühlbacher, der mit seinem Team bereits dem nächsten Absolvententag 2011 entgegblickt.

Wie in den letzten Jahren, so wurde die Veranstaltung auch heuer wieder großzügig von Interspar unterstützt, deren Generaldirektor Gerhard Drexel als Absolvent und ehemaliger Lehrbeauftragter des Instituts selbst anwesend war.