

**Das Münchener Marketing-Symposium* seit 1976 –
Ein Rückblick über mehr als 30 Jahre zukunftsweisende Tagungsthemen:**

<p>1976: Aktuelle Probleme des Handels 1977: Zukunft des Marketing in einer sich wandelnden Marktwirtschaft 1978: Marketing international 1979: Marketing in mittelständischen Unternehmen 1980: Verkauf – Stiefkind im Marketing 1981: Neues aus der FGM-Forschung 1982: Markt und Bürokratie 1983: Der neue Konsument 1984: Sind Innovationen organisierbar? 1985: Ökologie und Marketing 1986: Markterfolg durch Motivation – Mitarbeiterpotenziale nutzen 1987: Werbung auf neuen Wegen – Sport und Kultur als Vehikel für das Marketing 1988: Ist der klassische Markenartikel am Ende? 1989: Ausverkauf des mittelständischen Handels 1990: Ost-Marketing – Probleme, Erfahrungen, Lösungsansätze 1991: Bankrott der automobilen Gesellschaft? Märkte der Zukunft 1992: Nischen-Marketing – Chancen oder Risiko? 1993: Der unzufriedene Kunde: kann Marketing die Wende schaffen?</p>	<p>2000: Alles Marketing – oder was? – Wie Marketing im 21. Jahrhundert zentrale Unternehmenswerte schafft! 2001: Marketing entscheidet! - Mit marktorientierter Unternehmensführung zum dauerhaften Erfolg - 2002: Marketing pur! – Denn nur das Wesentliche zählt! 2003: Total Customer Experience Management - Kundennutzen umfassend erlebbar machen! 2004: Erfolgsfaktor Mitarbeiter: Mehr Effizienz in Marketing & Vertrieb 2005: Marketing 2010! Impulse für das Marketing der Zukunft 2006: Fit for Service! Erfolgreich im Dienstleistungswettbewerb 2007: Offensives Marketing 2.0 – Neue Impulse für Marketing und Vertrieb 2008: CREATING (R)EVOLUTION – wie Offensives Marketing tiefgreifende Veränderungen treibt. 2009: Mutig voraus - Wie die Sehnsucht nach klassischen Werten neue Chancen schafft 2010: Marketing – Die Zukunft! Neues Denken. Neue Regeln. Neue Aufgaben. 2011: Re(a)lationship – Vom Kunden zum Stakeholder, vom Unternehmen zum Netzwerk 2012: (Re)Turn on Marketing – Marketing als treibende Kraft 2013: Begeisterndes Marketing, real – digital – vernetzt 2014: Marketing 2040. Was kommt, was bleibt, was geht? 2015: Strategien – zwischen Weitblick, Adaption und Experiment 2016: Digitale Transformation in Business und Marketing 2017: Fresh Up Your Mind: Ideenfestival für Marketers 2018: Play and Win! Strategien und Spielräume für erfolgreiche Marken 2019: MIT TECH UND TOUCH DIE ZUKUNFT GESTALTEN- #ai #human #whatsnext 2020: DIE KRISE ALS TREIBER DES WANDELS- Neue Regeln, neue Werte, neue Perspektiven 2021: 50 Jahre FGM – Münchener Marketing-Symposium</p>
<p>* Im Jahr 1994 wechselte der Veranstaltungsort von Augsburg nach München: die 20. Tagung in diesem Jahr hatte daher den Titel „Augsburg – Münchener Marketingsymposium“. Seit 1995 findet die FGM Tagung unter dem Titel „Münchener Marketing-Symposium“ statt.</p>	
<p>1994: Innovative Marketingkonzepte 1995: Optimierung des Kundennutzens – Qualitäts- und Kostenführerschaft erreichen und sichern 1996: Reorganisations- und Qualitätsprozesse 1997: Märkte und Unternehmen im Wandel – Kompetenz und Vertrauen als Erfolgsfaktoren der Zukunft 1998: Kunden und Mitarbeiter mobilisieren und beteiligen - Marketing in der Informations- und Dienstleistungsgesellschaft 1999: Marketing im Geschwindigkeitsrausch – wie viel Dynamik und Komplexität vertragen Ihre Produkte, Mitarbeiter und Kunden? -</p>	