

Liebe Alumni der Universität Münster,

das Internet etabliert sich zunehmend als vollwertiger Vertriebskanal und seit kurzer Zeit stehen auch mobile Endgeräte als potenzialträchtige Vertriebsoption im Zentrum der Aufmerksamkeit. Beide Entwicklungen haben jedoch nicht dazu geführt, dass alte Kanäle verschwunden sind. Vielmehr stehen Unternehmen wie Verbraucher vor einer Vielfalt an Möglichkeiten für den Austausch von Informationen und Waren. Dies bedeutet aus Firmenperspektive einerseits die Möglichkeit, dem Kunden vielfältige Kontaktmöglichkeiten bieten zu können. Andererseits verursachen mehrere Vertriebskanäle Komplexitäts- und Betriebskosten, sodass deren Notwendigkeit im Angesicht aktueller wirtschaftlicher Entwicklungen kritisch diskutiert wird.

Die Wissenschaftliche Gesellschaft für Marketing und Unternehmensführung e.V. wird sich dieser aktuellen Thematik in einem Workshop mit hochkarätigen Experten aus Wissenschaft und Praxis widmen. Dabei werden wir unsere Aufmerksamkeit sowohl auf die Koordination mehrerer Kanäle, als auch auf das Potenzial einzelner neuer Vertriebsformen richten.

Die Veranstaltung

„Multi Channel Management – Effizienzfalle oder Vertriebsmotor in rezessiven Zeiten?“,

findet am **27. Januar 2009 im Mediocampus Villa Ida, Poetenweg 28** in Leipzig statt. Sollte das Workshopthema Ihr Interesse finden, so würde ich mich freuen, Sie auf der Veranstaltung begrüßen zu dürfen. Als Alumni der Universität Münster erhalten sie **50% Ermäßigung auf den regulären Teilnehmerbeitrag**.

Um den Workshopcharakter und den persönlichen Dialog mit Teilnehmern und Experten zu gewährleisten, ist die Teilnehmerzahl des Workshops begrenzt. Für Ihre Anmeldung bitte ich Sie um Rückmeldung an die Wissenschaftliche Gesellschaft für Marketing und Unternehmensführung in Leipzig (Fax: 0341 30 85 284, E-Mail: info@wissenschaftliche-gesellschaft.de). Die Details des Workshops können Sie dem Programm entnehmen.

Mit freundlichen Grüßen

Prof. Dr. Dr. h. c. Klaus Backhaus
Prof. Dr. Manfred Kirchgeorg