



Prof. Dr. Marc Drüner

Prof. Dr. Marc Drüner ist Geschäftsführender Gesellschafter von trommsdorff + drüner, innovation + marketing consultants GmbH (t+d).

An der Steinbeis Universität Berlin, der größten deutschen privaten Hochschule, hat er die Professur für Marketing und Innovationsmanagement inne.

Im Rahmen seiner Forschungs- und Beratungsprojekte befasst er sich mit der Entwicklung und Vermarktung von Innovationen, der Entstehung von Trends sowie der Bedeutung der neuen Medien – hier insbesondere Web2.0 und Communitymanagement. Besonderen Raum nehmen das Verständnis der Vernetzung und das Zusammenwachsen verschiedener Lebensbereiche aus Sicht der Konsumenten und der sich hieraus ergebenden Geschäftsmodelle ein.

Seit 15 Jahren berät er Unternehmen aus den unterschiedlichsten Branchen.

Vor der Gründung der eigenen Beratung im Jahr 1999 war er für Roland Berger Strategy Consultants GmbH tätig.

Zudem ist er Gründer des ersten Projektmarktplatzes für Unternehmen und Studenten, 15Talents.com.

Marc Drüner ist in zahlreichen Beiräten und Gremien aktiv und verfasst Veröffentlichungen zu Innovationsmarketing- und Medien-Themen.

trommsdorff + drüner, innovation + marketing consultants GmbH

Gegründet 1999, ca. 40 Mitarbeiter, Social Media Agentur integriert sowie eigener Inkubator.

trommsdorff + drüner (t+d) ist als Strategieberatung und als „zwei Universitäten“ auf die Themen Innovationsmarketing sowie Social Media spezialisiert und arbeitet mit namhaften Unternehmen an konkreten Umsetzungen (Dr. Oetker, Deutsche Telekom, Otto Gruppe, Scout Gruppe, Coca Cola u.a.).

t+d arbeitet in „fast allen“ medialen Contentbereichen und Channels: IPTV und mobile IPTV Strategieentwicklung für Operator, Audio-Geschäftsmodelle, Print-Online Strategien

für Verlagshäuser sowie an der Auswirkung der Konvergenz verschiedener Lebensbereiche.

Zudem ist das Verständnis von verändertem Informations- und Kommunikationsverhalten und das resultierende Kaufverhalten im Fokus der wissenschaftlichen und beratenden Tätigkeit.

Prof. Dr. Marc Drüner - Vortrags- und Aktivitätenliste 12 Monate

Vorsitzender des 1ten europäischen Online Handelskongress,

http://www.conferencegroup.de/_pdf/pdf_program/TCG_0031_Online_Handel_web_.pdf

Open Innovation – Integration und Interaktion mit Kunden und Marktpartnern via Innovationsplattformen

<http://www.it-jahrestagung.de/index.asp?page=programm3&lang=deutsch>

Brand Management in the Multichannel Era, <http://www.lima->

[verband.de/limaneu/uploads/dateien/licensing_market/licensing_market2009_flyer_english.pdf](http://www.lima-verband.de/limaneu/uploads/dateien/licensing_market/licensing_market2009_flyer_english.pdf)

Vorsitzender Web2.0 Kongress 2010, 2009, 2008, IIR Deutschland GmbH,

<http://www.web2.0-kongress.de/fachbeirat/>

Vorsitzender Trendforschung 2009, 2008, 2007, Managementforum Starnberg, Ffm, Wie Trendforschung hilft, die richtigen Entscheidungen zu treffen?, http://www.management-forum.de/konferenzen_seminare_Kompaktseminar-Trendforschung_func-showSeminar_dataid-736_katid-4_subtext-.html

Web2.0: Neue Geschäftsmodelle und Veränderungen der Wertschöpfungskette

http://www.medien-netzwerk-deutschland.de/event090708_referenten0.html

Cebit CIO Lounge, Vortrag zum Thema Innovationsmanagement, Hannover,

<http://www.computerwoche.de/heftarchiv/2008/49/1225532/>

Medientage München, Schloss Hohenkammer, Digitale Erlösquellen für

Medienunternehmen, <http://www.medientage.de/partner/veranstaltungen/ugc.html>

Medienwirtschaftlicher Dialog, KPMG, München,

https://www.kpmg.de/EF_Medienwirtschaftlicher_Dialog.pdf

Medientage München 2008, München, Keynote: Die Zukunft der interaktiven Medienwelt - neue Geschäftsmodelle im Internet?,

<http://www.medientage.de/kongress/programm/programmdetail.html?panel=1307>

Medientage München 2008, München, Podium: Die Endkundenbeziehung als Erfolgskriterium-Der Tanz ums Goldene Kalb,

<http://www.medientage.de/kongress/programm/programmdetail.html?panel=1303>

Medientage München 2008, München, Einführung&Podium: Radio goes Community-Chancen und Risiken der Social Networks on Air,

<http://www.medientage.de/kongress/programm/programmdetail.html?panel=804>

2008 Paris, Mondial de l'automobile, Social Networks and Web2.0 in Automotive Life – Status and Future, <http://www.mondial-automobile.com/>

ESOMAR New Media Tage, Dublin, The role of Research, Setting up the research scene, the impact of Web2.0 in the research world,
http://www.esomar.org/uploads/pdf/OnlineForum2008_AP.pdf

Automotive News Europe Congress, Automotive News Europe, Turin, Information Technology In The Car, <http://www.anecongress.com/index.html>

CeBIT Global Conferences, Deutsche Messe AG, Hannover, Marketing in Zeiten von Web2.0 - und die neue Macht der Verbraucher, <http://www.cebit.de/cgc>

Esomar Automotive 2008, ESOMAR, Lausanne/CH, Boosting the Impact of Innovation, <http://www.esomar.org/index.php/boosting-the-impact-of-innovation.html>

tomorrow+, Bayern Innovativ, München, "A Day in a Life 2015" – Wohin entwickelt sich 2.0?, http://www.automanager.de/BayernInnovativ/TomorrowPlus2007/druener_real.htm

Performance Marketing Day, New Horizons Club, München, Enterprise 2.0 ? Web 2.0 goes Corporate, http://www.computerwoche.de/knowledge_center/it_strategie/1851036/

Mitgliedschaften in Beiräten und Aufsichtsräten

Mitgliedschaft in der Jury des Online Vermarkter Kreis des Bundesverbandes der Digitalen Wirtschaft (BVDW), [BVDW: Jury des OVK AWARD 2009 steht](#)

Mitglied in der Entrepreneurs´ Organization:
<http://www.eonetwork.org/Pages/default.aspx>

ESOMAR new media, Advisory Board, <http://www.esomar.org/index.php/marc-druener.html>

Bauer Media Akademie, Beiratsmitglied,
http://www.bauermedia.com/fileadmin/user_upload/pdf/specials/BMA_ImageFolder_LangDin_121206.pdf

Femtec, Hochschulkarrierezentrum für Frauen Berlin GmbH, Beiratsmitglied,
http://www.femtec.org/content/0/2070/1085/2284/page_23.html

Bayerischer Printmedienpreis, Jurymitglied,
<http://www.bayern.de/Medienpreise-.1573.10187938/index.htm>

Kuratorium Deutsche Bestattungskultur e.V., Jurymitglied,
http://www.bestatter.de/bdb2/pages/trauerkultur/trauerkultur_veranstaltungen_marketing_wettbewerb.php

IP Testmarkt der Bundesregierung, Arbeitsgruppe 2: Konvergenz der Medien, Innovationsfähigkeit für das digitale Leben und Arbeiten,
<http://www.bmwi.de/BMWi/Redaktion/PDF/Publikationen/Technologie-und-Innovation/it-gipfel-ag-2.property=pdf.bereich=bmwi.sprache=de.rwb=true.pdf>

Auswahl aktueller Studien 2009

Nachhaltigkeit und Corporate Responsibility, Identifikation zukunftsrelevanter Themen für das Marketing, eine Studie der Steinbeis University Berlin und TU Berlin,
http://www.marketing-blog.biz/uploads/CSR_Studie_Final.td.pdf

Community-Befragung: eine dynamische Befragung von mehr als 50.000 Community-Nutzern in Deutschland

E-Commerce Erfolgsfaktorenstudie: internationales qualitatives Benchmarking der bedeutendsten E-Commerce Anbieter

Clean Tech: eine Untersuchung der Erfolgsfaktoren aus Sicht der deutschen DAX und M-DAX Unternehmen