

Neuroökonomie und Markenführung (2010)

Das fortschreitende Interesse an neuroökonomischen Fragestellungen der Markenführung gaben den Anlass für die Durchführung eines G·E·M Forums am 18. November 2008: „Neuroökonomie und Markenführung“.

Konzipiert von Prof. Dr. Dr. h.c. Dr. h.c. Richard Köhler und durchgeführt am Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Distribution und Handel, an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster unter der Leitung von Prof. Dr. Dieter Ahlert.

Die im Rahmen dieses 1. G·E·M Forums gebotenen Vorträge und dort entstandenen Diskussionen führten zu einem Buch mit dem Titel: „Wie Marken wirken. Impulse aus der Neuroökonomie für die Markenführung“.

Herausgegeben von Prof. Dr. Dr. h.c. Dr. h.c. Manfred Bruhn, Universität Basel, und Prof. Dr. Dr. h.c. Dr. h.c. Richard Köhler, Emeritus Universität zu Köln, im Auftrag der G·E·M Gesellschaft zur Erforschung des Markenwesens e.V. und mit Unterstützung durch den Markenverband e.V.