

Organisatorische Hinweise

Veranstalter:

G·E·M

Gesellschaft zur Erforschung des Markenwesens e. V.

Unter den Linden 42, 10117 Berlin

Tel.: 0 30/20 61 68-22, Fax: 0 30/20 61 68-777

eMail: info@gem-online.de

Termin:

Dienstag, 25. Oktober 2011: 9.30 bis 16.30 Uhr.

Tagungsort:

Ruhr-Universität Bochum

Veranstaltungszentrum, Saal 3

Universitätsstr. 150, 44801 Bochum

**RUHR
UNIVERSITÄT
BOCHUM**

RUB

Anreise

Bahn: Vom Hauptbahnhof Bochum U-Bahn U35 (Richtung Bochum Hustadt) zur Haltestelle Ruhr-Universität, im 5-Minuten-Takt, knapp 10 Minuten

Auto: Über das Autobahnkreuz Bochum/Witten, wo sich A 43 und A 44 treffen, Abfahrt Bochum-Querenburg, Ausschilderung „Ruhr-Universität“; Parkplatz P9 steht mit einer begrenzten Zahl von Parkplätzen kostenlos zur Verfügung

Flug: Vom Flughafen Düsseldorf mit DB Regional-Express bis zu achtmal pro Stunde direkte Verbindungen zum Hauptbahnhof Bochum, ca. 35 Minuten.

Teilnahmegebühr:

€ 200,- für Mitglieder der G·E·M

€ 400,- für Nichtmitglieder

€ 100,- für Lehrstuhlinhaber

€ 50,- für LS-Mitarbeiter und Studenten

Teilnahmebedingungen:

Zahlung der Teilnahmegebühren nach Erhalt der Rechnung.

Im Falle einer Stornierung bis zu einer Woche vor Beginn wird die halbe, danach und bei Nichterscheinen die volle Gebühr berechnet.

Begrenzte Teilnehmerzahl: 100



4. G·E·M Forum

„Wie Marken duften. Impulse aus der Geruchsforschung für die Markenführung“

25. Oktober 2011

9.30 bis 16.30 Uhr

Ruhr-Universität Bochum

Veranstaltungszentrum, Saal 3

Universitätsstr. 150

44801 Bochum

Zu einer Entdeckungsreise in die geheimnisvolle Welt der Düfte lädt die Ausstellung „Himmlische Düfte und Höllengestank“ im Botanischen Garten der Ruhr-Universität Bochum vom 6. Mai bis 31. Oktober 2011, 9.00 bis 18.00 Uhr.

Die G·E·M Foren

Die G·E·M Foren sind die 2008 gestartete Herbst-Veranstaltung der Gesellschaft zur Erforschung des Markenwesens. Sie richten sich an Menschen in Unternehmen und an Hochschulen, die sich frühzeitig für **kommende markenrelevante Themen** interessieren. Im Meinungsaustausch zwischen Wissenschaft und Praxis werden **zukunftsweisende Beiträge zum Thema Marke und Markenführung aufbereitet**. Die G·E·M Foren tragen dem interdisziplinären Ansatz zur Erforschung des Markenwesens Rechnung, werden im engen Kontakt mit einem Lehrstuhl konzipiert und in den Räumen der Universität durchgeführt.

1. G·E·M Forum: Wie Marken wirken. Impulse aus der Neuroökonomie für die Markenführung

am 18. November 2008 am Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Distribution und Handel, Leitung Prof. Dr. Dieter Ahlert, an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster.

2. G·E·M Forum: Wie Marken sprechen. Impulse aus der Linguistik für die Markenführung

am 17. November 2009 am Seminar für Deutsche Philologie, Georg-August-Universität Göttingen, Philosophische Fakultät, Prof. Dr. Albert Busch.

3. G·E·M Forum: Wie Marken klingen. Impulse aus der Klangforschung für die Markenführung

am 16. November 2010 an der Universität der Künste Berlin, Masterstudiengang Sound Studies am Zentralinstitut für Weiterbildung (ZIW), Prof. Dr. Martin Supper und Prof. Carl-Frank Westermann.

Ausführliche Berichte zu diesen G·E·M Foren auf der G·E·M Homepage: www.gem-online.de/veranstaltungen

4. G·E·M Forum: Wie Marken duften. Impulse aus der Geruchsforschung für die Markenführung

am 25. Oktober 2011 am Lehrstuhl für Zellphysiologie, Fakultät für Biologie an der Ruhr-Universität Bochum, Prof. Dr. Dr. Dr. med. habil. Hanns Hatt.

Das 4. G·E·M Forum will aufzeigen, welchen Nutzen die für Markenführung Verantwortlichen aus Erkenntnissen der Geruchsforschung für ihre Arbeit ziehen können.

Vorbereitung und Moderation: Wolfgang K.A. Disch.

4. G·E·M Forum: „Wie Marken duften. Impulse aus der Geruchsforschung für die Markenführung“

• Gerüche können mehr als nur die Nase erfreuen.

Neueste Erkenntnisse aus der Geruchsforschung

Prof. Dr. Dr. Dr. med. habil. Hanns Hatt

Biologe, Chemiker, Humanmediziner, Geruchsforscher; Professor am Lehrstuhl für Zellphysiologie an der Ruhr-Universität Bochum. Forschungsschwerpunkt auf dem Gebiet der Sinnes- und Neurophysiologie, Spezialgebiet Geruchsforschung. Co-Autor des Buches „Das Maiglöckchen-Phänomen. Alles über das Riechen und wie es unser Leben bestimmt“.

• Der Duft der Marke. Auf der Suche nach dem einzigartigen Geruch

Dr. Patrick Hehn

Promotion „Emotionale Markenführung mit Duft. Duftwirkungen auf die Wahrnehmung und Beurteilung von Marken“ 2005 in Göttingen bei Prof. Dr. Günter Silberer. Berater für Duftwirkungsforschung für das Institut für Sensorikforschung und Innovationsberatung GmbH in Rosdorf/Göttingen. Dozent für Duft-Marketing an der Hochschule Harz.

• Differenzierung durch Duft-Branding.

Erfahrungen beim Einsatz von Duft in der Marken-Kommunikation

Robert Müller-Grünow

Gründer und Geschäftsführer Scentcommunication, Köln. Das Unternehmen bietet innovative Dufttechnologien für vielfältige Einsatzzwecke, hat seit der Gründung 1997 eine Reihe neuer Systeme für die Speicherung und Ausbringung von Düften und Aromen auf den Markt gebracht.

• Emotionale Ansprache der Kunden über Duft in Verpackungen und Displays – Stand der Entwicklung

Andreas Nagel

Senior Design Manager, SCA Packaging Deutschland/Schweiz. SCA Packaging ist Teil des Hygiene- und Papierkonzerns SCA und Anbieter von Displays und Verpackungen aus hochveredelter Wellpappe. Das Unternehmen arbeitet u. a. an POS-Lösungen, die mehrere Sinne ansprechen.

• Mehr Einkaufserlebnis durch Duft am POS.

Erfahrungsbericht und Pilotprojekt bei real,-

Frank Rehme

Innovation Manager, Metro Group, Düsseldorf. Innovationen und Trends für den Handel von morgen sind sein Aufgabenfeld. Gebündelt sind die Ergebnisse im real,- Future Store in Tönisvorst bei Krefeld. Die METRO Group hat 2003 die Future Store Initiative gegründet, die Unternehmen aus Handel, Konsumgüterindustrie und Informationstechnologie durch eine gemeinsame Vision vereint: Neue Standards im Handel setzen und den tiefgreifenden Modernisierungsprozess nachhaltig unterstützen.