

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:

Donnerstag, 24. Februar 2011: 09.30 bis 17.15 Uhr
Am Vorabend, **Mittwoch, 23. Februar 2011,** 19.00 Uhr:
Empfang der G·E·M und Verleihung des »G·E·M Award« 2011

Tagungsort:

Harnack-Haus
Tagungsstätte der Max-Planck-Gesellschaft
Innestraße 16–20, 14195 Berlin-Dahlem
Tel.: 0 30/84 13-38 04, Fax: 0 30/84 13-38 01
Internet: www.harnackhaus-berlin.mpg.de

Teilnahmegebühr:

Tagung und Vorabend, Lunch/Buffer, Getränke, Tagungsdokumentation
€ 400,- für Mitglieder der G·E·M
€ 800,- 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: 120



15. G·E·M Markendialog

Markenstrategien im Spannungsfeld Hersteller – Handel

24. Februar 2011
Harnack-Haus
Tagungsstätte der Max-Planck-Gesellschaft
Berlin-Dahlem

09.30 Uhr **Begrüßung und Einführung in die Thematik des
15. G·E·M Markendialogs**
Friedrich Neukirch
Vorsitzender der G·E·M

I. Themenblock

Markenstrategien aus der Sicht des Herstellers

09.40 Uhr

- ❖ **Prof. Dr. Thomas Rudolph**
Lehrstuhl für BWL und Marketing, Universität St. Gallen, sowie
Direktor des dortigen Forschungszentrums für Handelsmanagement
- ❖ **Dr. Reinhard Zinkann**
Geschäftsführender Gesellschafter, Miele & Cie. KG, Gütersloh,
sowie Vizepräsident Markenverband

10.40 Uhr Diskussion I. Themenblock

11.15 Uhr ➤ Pause ◀

II. Themenblock

Markenstrategien aus der Sicht des Handels

11.45 Uhr

- ❖ **Prof. Dr. Werner J. Reinartz**
Direktor des Seminars für Handel und Kundenmanagement,
Universität zu Köln, sowie des Instituts für Handelsforschung
- ❖ **Josef Sanktjohanser**
Vorstand REWE Group, Köln, sowie Präsident Handelsverband
Deutschland (HDE)

12.45 Uhr Diskussion II. Themenblock

13.20 Uhr ➤ Mittagessen/Lunch ◀

III. Themenblock

Kooperative Markenstrategien von Hersteller und Handel

14.30 Uhr

- ❖ **Prof. Dr. Bernhard Swoboda**
Professur für Marketing und Handel, Universität Trier
- ❖ **Willi Schwerdtle**
Vice President Global Customer Business Development,
Procter & Gamble, Schwalbach am Taunus

15.30 Uhr ➤ Pause ◀

16.00 Uhr

- ❖ **Franz-Friedrich Müller**
Geschäftsführer Markant AG, Pfäffikon/Schweiz

16.30 Uhr Diskussion III. Themenblock

17.05 Uhr ➤ Schlusswort ◀

Moderation: Prof. Dr. Dr. h.c. Dr. h.c. Richard Köhler
Emeritus am Marketing-Seminar der Universität zu Köln

Am Vorabend, Mittwoch, 23. Februar 2011, 19.00 Uhr:

Empfang der G·E·M für die Teilnehmer am 15. G·E·M Markendialog, Buffet
Verleihung des »G·E·M Award« 2011

Die G·E·M Veranstaltungen

G·E·M Markendialog

seit 1997 die Frühjahrsveranstaltung – Ende Februar:
Aktuelle Themen aus dem Bereich Marke und Markenführung
im Dialog zwischen Wissenschaft und Unternehmenspraxis.

G·E·M Kamingsgespräch

seit 2003 ein Abend Anlass – im kleinen Kreis:
Erfolgreiche Markenverantwortliche geben Einblicke
in gemachte Erfahrungen bei der Führung und Pflege von Marken.

G·E·M Forum

seit 2008 die Herbstveranstaltung – Mitte November:
Zukunftsweisende Impulse für die Markenführung
aus Wissenschaft und Praxis mit interdisziplinärem Ansatz.