

**Marken-Beziehungen in neuen Organisations- und Geschäftsmodellen**

15.30 – 16.30 Uhr

*Aus der Wissenschaft:*

**Prof. Dr. Tim Oliver Brexendorf**

WHU – Otto Beisheim School of Management, Vallendar

*Aus der Praxis:*

**Dr. Carsten Keller**

Vice President Direct-to-Consumer, Zalando SE

16.30 – 17.00 Uhr      Diskussion

17.00 Uhr

**Schlusswort**

**Friedrich Neukirch**, Präsident G·E·M



## 22. G·E·M Markendialog

# Marken-Beziehungen im Zeitalter der Technologie-Dominanz

Zeitplan + Referenten

Gesellschaft zur Erforschung des Markenwesens (G·E·M) e.V.  
Sitz Berlin

Geschäftsstelle Hamburg:  
Wolfgang K.A. Disch  
Bondenwald 23, 22453 Hamburg  
Tel. 0 40/410 31 48; Fax: 0 40/410 12 76  
[www.gem-online.de](http://www.gem-online.de)  
eMail: [info@gem-online.de](mailto:info@gem-online.de)

**15. Februar 2018**  
**SEMINARIS CampusHotel Berlin**  
Berlin-Dahlem  
Science & Conference Center, Raum „Cambridge“

## Marken-Beziehungen im Zeitalter der Technologie-Dominanz

Marken sind für viele Menschen selbstverständliche Begleiter. Sie geben Orientierung, spenden Trost bei schlechter Stimmung, sind Gegenstand vieler Gespräche und Erzählungen und genießen Wertschätzung. Sie würden vermisst, wenn es sie nicht gäbe, und sei es auch nur aus Gewohnheit. **Marken sind Beziehungs-Partner für Menschen.**

Über 200 Millionen soziale Beziehungs-Roboter (sog. „social bots“) auf Facebook oder 50 Millionen auf Twitter, maschineller Einkauf von Markenwerbung oder das vollautomatisierte Targeting im Internet werfen die Frage auf: **Wie verändern diese und andere neue Kommunikations-Technologien die Marken-Beziehungen?** Der 22. G-E-M Markendialog geht auf die Suche nach Antworten.

**Prof. Dr. Christoph Burmann**, Moderator des 22. G-E-M Markendialogs

09.30 Uhr

### Begrüßung

**Friedrich Neukirch**, Präsident G-E-M

### Keynote

## Über den Sinn von Beziehungen in der digitalen Welt

09.45 – 10.25 Uhr

### Prof. Dr. Wilhelm Schmid

Freier Philosoph, Berlin

Beim 18. G-E-M Markendialog „Das digitale Zeitalter fo(ö)rdert Markenführung über alle Sinne“ am 20. Februar 2014 sprach Professor Schmid zum Thema „Über den Verlust der Menschen an Sinnerfahrung“.

10.25 – 10.40 Uhr Diskussion

10.40 – 11.00 Uhr ➤ Pause ◀

### Block I

## Marken-Beziehungen im Zeitalter von Targeting und Programmatic Marketing

11.00 – 12.00 Uhr

*Aus der Wissenschaft:*

### Prof. Dr. Maik Eisenbeiß

Professor für Marketing, Universität Bremen

*Aus der Praxis:*

### Frank Strauß

Vorstandsvorsitzender Deutsche Postbank AG

12.00 – 12.30 Uhr Diskussion

12.30 – 13.30 Uhr Lunch

### Lunch-Buffer

## Hotel-Restaurant „Papillon“

Kaffee ab 13.15 Uhr vor dem Tagungsraum „Cambridge“ im Conference Center  
Fortsetzung des 22. G-E-M Markendialogs pünktlich um 13.30 Uhr

### Block II

## Neue Beziehungs-Partner: Influencer oder innovative Marken?

13.30 – 14.30 Uhr

*Aus der Wissenschaft:*

### PD Dr. Tino Meitz

Institut für Kommunikationswissenschaft der Friedrich-Schiller-Universität Jena

*Aus der Praxis:*

### Kim Spannagel

Brand Director L'Oréal Deutschland GmbH

14.30 – 15.00 Uhr Diskussion

15.00 – 15.30 Uhr ➤ Pause ◀