

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, 16. November 2010: 9.30 bis 16.30 Uhr.
Gegen 13.00 Uhr Mittagspause mit Imbiss

Tagungsort:

Universität der Künste Berlin
UdK-Gebäude Bundesallee 1–12
Kleiner Vortragssaal
10719 Berlin



Universität der Künste Berlin

Zentralinstitut für Weiterbildung

Öffentliche Verkehrsmittel:

U-Bahn – Linien U3 und U9

Haltestelle: U Spichernstraße;

Bus – Linie 204, Haltestelle U Spichernstraße,

Linie 249 Haltestelle Rankeplatz

Teilnahmegebühr:

€ 100,- für Mitglieder der G·E·M

€ 200,- für Nichtmitglieder

€ 80,- für Lehrstuhlinhaber

€ 40,- 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: 50



G·E·M

Gesellschaft zur Erforschung
des Markenwesens e.V.

3. G·E·M Forum

**„Wie Marken klingen.
Impulse aus der Klangforschung
für die Markenführung“**

16. November 2010

Universität der Künste Berlin
UdK-Gebäude Bundesallee 1–12
Berlin-Wilmersdorf

Die G·E·M Foren

Die G·E·M Foren sind die 2008 gestartete Herbst-Veranstaltung der Gesellschaft zur Erforschung des Markenwesens; sie finden einmal jährlich Mitte November statt. Die G·E·M Foren 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. Im Juli 2010 ist ein Sammelband erschienen, der die Vorträge des 1. G·E·M Forums und 16 weitere Beiträge zum Thema „Neuroökonomie und Markenführung“ von insgesamt 30 Autoren bietet; Herausgeber: Manfred Bruhn und Richard Köhler (G·E·M Book Shop: www.gem-online.de/books).

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

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.

Das 3. G·E·M Forum will aufzeigen, welchen Nutzen die für Markenführung Verantwortlichen aus Sound Studies, dem interdisziplinären Forschungsfeld der Klangforschung, ziehen können.

Vorbereitung und Moderation: Wolfgang K.A. Disch.

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

9.30 Uhr

Begrüßung

Friedrich Neukirch, Vorsitzender der G·E·M

Thema 1:

Sound Colour

Von der reinen Klangforschung zum angewandten Klangmaterial

Prof. Dr. Martin Supper

Professor für Elektroakustische Musik und Klangkunst an der Fakultät Musik der Universität der Künste Berlin, verbunden mit der Leitung des UNI.K / Studio für Klangkunst und Klangforschung. Studiengangsleiter des postgradualen Masterstudiengangs Sound Studies am Zentralinstitut für Weiterbildung (ZIW) an der UdK Berlin.

Thema 2:

Akustische Markenführung

Wie „das Auditive“ ein Teil der Marke und ihrer Markenidentität wird

Prof. Carl-Frank Westermann

An der Universität der Künste Berlin seit 2002 Gastprofessor für Akustische Konzeption / Markenkommunikation im Masterstudiengang Sound Studies. Bei MetaDesign Berlin seit 2000 Creative Director für die Entwicklung und Leitung des Bereichs Sound Branding

„MyTone“

Live-Projekt: Entwicklung eines akustischen Markenauftritts

Prof. Carl-Frank Westermann mit Studierenden der UdK

Thema 3:

Die Klangwelt Siemens

Geräusch, Klang und Musik als wichtige Aspekte beim Auftritt einer Marke

Jürgen Barthel

Siemens AG, München, Corporate Communications and Government Affairs, Head of Corporate Design

Thema 4:

Der Produktklang

Welche Rolle spielt das Knacken der Kekse?

Steffen Weise

Bahlsen GmbH & Co KG, Hannover, Head of R&D, Sound Designer