

## 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

### Geschäftsstelle:

Wolfgang K.A. Disch

Geschäftsführer G·E·M

Bondenwald 23, 22453 Hamburg

Tel.: 0 40/410 31 48

Fax: 0 40/410 12 76

eMail: info@gem-online.de

### Termin:

**Dienstag, 13. November 2012: 9.30 bis 16.30 Uhr.**

### Tagungsort:

**Universität Leipzig**

Medizinische Fakultät

Liebigstr. 27, Eingang B

Studienzentrum, 1. Etage

04103 Leipzig

UNIVERSITÄT LEIPZIG

MEDIZINISCHE FAKULTÄT

### 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



## 5. G·E·M Forum

**„Wie Marken sich anfühlen.  
Impulse aus der Haptik-Forschung  
für die Markenführung“**

**13. November 2012**

**9.30 bis 16.30 Uhr**

**Universität Leipzig**

Haptik-Forschungslabor

Liebigstr. 27, Eingang B

04103 Leipzig

## Die G·E·M Foren

Die G·E·M Foren sind die 2008 gestartete Herbst-Veranstaltung der Gesellschaft zur Erforschung des Markenwesens. 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 BWL, insbesondere Distribution und Handel, Leitung Prof. Dr. Dieter Ahlert, Westfälische 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, Prof. Dr. Martin Supper und Prof. Carl-Frank Westermann.

### 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.

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

### 5. G·E·M Forum: Wie Marken sich anfühlen. Impulse aus der Haptik-Forschung für die Markenführung

Das 5. G·E·M Forum will aufzeigen, welchen Nutzen die für Markenführung Verantwortlichen aus Erkenntnissen der Haptik-Forschung für ihre Arbeit ziehen können.

Vorbereitung und Moderation: Wolfgang K.A. Disch.

## 5. G·E·M Forum: „Wie Marken sich anfühlen. Impulse aus der Haptik-Forschung für die Markenführung“

Thema 1:

### **Der Mensch – ein haptisches Wesen. Ein Blick weit zurück und neueste Erkenntnisse der Haptik-Forschung**

PD Dr. phil. habil. Dipl.-Psych. Martin Grunwald

*Gründer und Leiter des Haptik-Forschungslabors am Paul-Flechsig-Institut für Hirnforschung, Universität Leipzig; durch neurobiologische Grundlagenforschung, psychophysiologisch-klinisch orientierte Forschung und industrielle Anwendungsforschung auf dem Gebiet der Haptik national sowie international ausgewiesen.*

Thema 2:

### **Entwicklung und Etablierung haptischer Marken aus der Sicht des Forschers**

Dr. Martin Grunwald

Thema 3:

### **Wie die Haptik in der Automobilindustrie Einzug hielt**

Dr. Petra Schütz

*Dipl.-Phys., Dipl.-Kfm., Dr. rer. pol. mit dem Thema „Die Macht der Marken“ begann 1996 ihre berufliche Laufbahn im Automobil-Marketing: Qualitäts-Management, Markenentwicklung, Markenleitbild, Design-Management, Markenstrategie und Markenführung; seit 2009 Lehrauftrag für Betriebswirtschaft, Mathematik und Physik an der Fachoberschule Freising sowie freiberufliche Markenberatung, Mitglied im Agentur-Netzwerk der 3. Kraft GmbH.*

Thema 4:

### **Die haptischen Potenziale einer Marke ergründen**

Dr. Oliver Nickel

*Gründer und Managing Partner der Agentur für Markenentwicklung SWELL GmbH, Nürnberg; Studienleiter der MARKENAKADEMIE des Markenverband e.V. an der EBS Business School; Lehrbeauftragter für Markenmanagement an der Hochschule Pforzheim und am GfK-Lehrstuhl für Marketing Intelligence in Nürnberg.*

Thema 5:

### **Rechtsschutz von Tastmarken**

Carolin Möller

*Wirtschaftsjuristin (Universität Bayreuth), Rechtsanwältin bei GLEISS LUTZ, Düsseldorf, im Bereich Gewerblicher Rechtsschutz; seit Februar 2012 Promotion an der Universität zu Köln zum Thema „Potenzial und Rechtsschutz von Tastmarken“.*