

## Organisatorische Hinweise

### Veranstalter:

**G·E·M**  
**Gesellschaft zur Erforschung des  
Markenwesens e. V.**  
Unter den Linden 42, 10117 Berlin  
Tel.: 0 30/20 61 68-0  
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, 12. November 2013: 9.30 bis 16.30 Uhr.**

### Tagungsort:

**Deutsches Institut für Ernährungsforschung  
Potsdam-Rehbrücke (DIfE)**  
Großer Konferenzraum im Konferenzzentrum  
Parkplätze auf dem DIfE-Gelände  
Adresse für Taxi und Navi:  
Arthur-Scheunert-Allee 114–116  
14558 Nuthetal



### 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: 25



## 6. G·E·M Forum

**„Wie Marken schmecken.  
Impulse aus der Geschmacks-Forschung  
für die Markenführung“**

**12. November 2013  
9.30 bis 16.30 Uhr**

**Deutsches Institut für Ernährungsforschung  
Potsdam-Rehbrücke (DIfE)  
Arthur-Scheunert-Allee 114–116  
14558 Nuthetal**

## 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/Forschungsstelle 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.

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

am 13. November 2012 am Paul-Flechsig-Institut für Hirnforschung, Haptik-Forschungslabor, Universität Leipzig, PD Dr. phil. habil. Martin Grunwald.

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)

Vorbereitung und Moderation: Wolfgang K.A. Disch

## 6. G·E·M Forum: „Wie Marken schmecken. Impulse aus der Geschmacks-Forschung für die Markenführung“

12. November 2013, 09.30 bis 16.30 Uhr

### Thema 1: Wie wird der Geschmack gebildet und wie gelangt er ins Gehirn? Neueste Erkenntnisse aus der Geschmacks-Forschung

Prof. Dr. rer. nat. Wolfgang Meyerhof

*Leiter der Abteilung Molekulare Genetik des Deutschen Instituts für Ernährungsforschung Potsdam-Rehbrücke (DIfE). Mit seinem Team sorgte er in den letzten Jahren für eine ganze Reihe von neuen Erkenntnissen. So gelang es, die Gene für die 25 unterschiedlichen menschlichen Geschmacksrezeptoren zu isolieren. – Welche Rezeptoren es gibt, wie sie funktionieren und wie ihre Informationen im Gehirn verrechnet werden, ist Prof. Meyerhofs Forschungsgebiet.*

### Thema 2: Getränke: Die feinen Unterschiede beim Geschmack Wie kommuniziere und realisiere ich eine gewünschte Geschmacksidee

Prof. Dr. Theo Smaczny

*Leiter der Abteilung Forschung und Entwicklung der Semper idem Underberg GmbH und Geschäftsführer der QS Quality Services GmbH, Rheinberg.*

### Thema 3: Pharmazeuten: Wie man den Geschmack überlistet

Dr. rer. nat. Uwe Löffler

*Leiter der Abteilung Product Support in einem Hamburger Unternehmen. 20 Jahre Erfahrung in der pharmazeutisch-technologischen Entwicklung; im Rahmen dieser Tätigkeit mit Geschmacks-Maskierung befasst.*

### Thema 4: Geschmacksstoffe: Gezielter Zukauf vom Aromastoff-Lieferanten N.N.

*Anbieter von Geschmacksstoffen befassen sich für ihre Kunden mit den Geschmacksvorlieben der Konsumenten und kommenden Trends.*

### Thema 5: Wie schmecken Tiere? Geschmackssinn bei Hunden und Katzen

Dr. Claudia Rade

*Fachtierärztin für Tierernährung, seit 2001 für Royal Canin Tiernahrung GmbH & Co. KG, Köln, tätig; Senior Scientific Support.*