

Referent*innen

Ahlers, Felix

Felix Ahlers absolvierte eine Kochlehre in Frankreich und Italien und studierte Volkswirtschaft. Nach Stationen beim Pastahersteller „Delverde“ in Italien und bei Sheraton begann er im Jahr 1999 bei FRoSTA.

Seit 2010 ist er Vorsitzender des Vorstandes von FRoSTA. Er war maßgeblich an der Einführung des FRoSTA Reinheitsgebotes im Jahr 2003 beteiligt. Seitdem verzichtet FRoSTA auf alle Zusatzstoffe und reduzierte das Sortiment um 50%. „Als ich bei FRoSTA Anfang hatten wir dort mehr Lebensmittelchemiker als Köche. Aber zum Mittagessen gab es bei den eigenen Mitarbeitern nie FRoSTA Gerichte“, sagt Felix Ahlers. „Wir waren alle davon überzeugt, dass man Lebensmittel im großen Stil auch nach den Regeln der guten Küche herstellen kann. Die Umsetzung zum „Reinheitsgebot“ war aber länger und schmerzhafter als wir uns vorgestellt hatten.“

Prof. Dr. Baumgarth, Carsten

Prof. Dr. Carsten Baumgarth ist Professor für Markenführung der HWR Berlin, Betreiber des B*labs und Creator des Instagram-Wissenschaftskanals „Brückenbau Marke – Wissenschaft trifft Praxis“ (@prof.baumgarth).

Berninger, Matthias

Matthias Berninger joined Bayer in January 2019. As Senior Vice President Public Affairs, Science & Sustainability, he is responsible for the company's global public affairs practice, and for making Bayer's approach to sustainability a key pillar of its business strategy. Previously, he worked for 12 years at Mars, where as head of global public affairs he developed the company's sustainability strategy, including its leadership on climate change and cocoa sustainability. Mr. Berninger served as a Member of the German Federal

Parliament between 1994 and 2007, representing the Green Party. During his time in government, he focused on trade policy, food safety and renewable energy.

Hässig, Gabriele

Gabriele Hässig verantwortet die Kommunikation, Public Affairs und Nachhaltigkeit von Procter & Gamble (P&G) in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Vor ihrem Wechsel an die Spitze der Unternehmenskommunikation im Jahr 2012 leitete sie die internationale Kommunikation der Landesorganisationen von P&G Prestige und zuvor die Markenkommunikation des Konzerns in der DACH-Region. Zusätzlich zu ihren Aufgaben als Geschäftsführerin Kommunikation & Nachhaltigkeit von P&G DACH engagiert sich Hässig als stellvertretende Vorsitzende im IKW (Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel), im Vorstand des Deutschen Verpackungsinstituts dvi und in verschiedenen gesellschaftlichen Initiativen im Raum Frankfurt. Unter anderem ist sie im Kuratorium des Rheingau Musik Festivals.

Prof. Dr. Lengfeld, Holger

Dr. Holger Lengfeld ist Soziologe und Professor an der Universität Leipzig. Er beschäftigt sich mit Fragen des gesellschaftlichen Wandels. Aktuelle Forschungsthemen sind der gesellschaftliche Zusammenhalt in Deutschland und Europa, die Lage der Mittelschicht, Motive der Wähler populistischer Parteien und Fremdenfeindlichkeit in Behörden. Er hat eine tragende Funktion im neuen „Forschungsinstitut Gesellschaftlicher Zusammenhalt“ inne, das von der Bundesregierung seit 2020 gefördert wird, er ist seit vielen Jahren Fellow des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung Berlin (DIW) sowie seit 2019 Vorsitzender der „Akademie für Soziologie“, die Fachvereinigung der forschungstarken analytisch-empirischen Soziologie in Deutschland.

Referent*innen

Schmidt, Holger

Prof. Schmidt forscht und lehrt zur Markenführung an der Hochschule Koblenz. 2021 veröffentlichte er Ergebnisse einer globalen Studie zum soziopolitischen Aktivismus von Marken, die das Thema differenziert aufarbeitet.

Stolz, Anja

Anja Stolz ist Sozialwissenschaftlerin und hat eine nachweisliche Erfolgsgeschichte in dynamischen und komplexen Unternehmensumfeldern. Sie bringt über 20 Jahre Leadership Erfahrung mit und verfügt zudem über einen starken Consulting-Background gepaart mit eigener Gründer- und Startup Erfahrung im e/m-Commerce Umfeld. Anja Stolz ist seit vielen Jahren national und international leitend im Bereich Marketing, Strategie, Data Analytics, Digitale Transformation und Corporate Communications tätig. Als CMO/Bereichsleiterin Marketing bei der R+V Versicherung verantwortet sie heute u.a. die Themen Strategisches Marketing & Brand Management, Omnichannel-Management, Customer Experience, Marketing Automation, CRM/Predictive Data Analytics und Produktmanagement. Seit Juli 2021 ist sie zusätzlich als Mitglied des Vorstands der R+V Direktversicherungs AG für den Ausbau des Digital Vertriebs zuständig.

Moderator*innen

Prof. Dr. Boltz, Dirk-Mario

Prof. Dr. Dirk-Mario Boltz ist Professor für Marketing-Kommunikation an der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin. Er ist im Vorstand der Gesellschaft zur Erforschung des Markenwesens e.V. (G·E·M). Sein aktuelles Forschungsprojekt untersucht die „Neue Marken Arbeit“.

Hartmann, Olaf

Olaf Hartmann ist Geschäftsführer von Multisense, einer auf sensorische Markenführung spezialisierten Markenberatung. Er begann seine Karriere in der internationalen Werbung der Bayer AG, war 7 Jahre Dozent am Institut für Betriebswirtschaft der Universität St. Gallen und gründete 1995 die Agentur Touchmore. Zusammen mit dem Psychologen Sebastian Haupt beschrieb er in „Touch“ (Haufe) erstmals den Haptik-Effekt im multisensorischen Marketing, erstellte die erste Metaanalyse über die Werbewirkung von Print und forscht aktuell zum Thema kontextsensitive Mediaplanung.

Olaf Hartmann ist im Kuratorium der Gesellschaft zur Erforschung des Markenwesens aktiv und Host des Podcasts MARKENKRAFT.

Moderator*innen

Lönneker, Jens

Jens Lönneker ist Tiefenpsychologe mit dem Schwerpunkt Markt-, Medien und Kulturforschung. Er forscht und berät national wie international in den Bereichen Grundlagenforschung, Produkt- und Markenentwicklung und Kommunikationsstrategien. Er hat u.a. Beiträge zu den Themenfeldern Ernährung, Medien, öffentliche Meinungsbildung, Sponsoring und Verfassungsmarketing veröffentlicht. Als Lehrbeauftragter bzw. Referent war er u.a. an der Universität der Künste in Berlin, der Business School Berlin (BSB) und der Universität St. Gallen tätig. Jens Lönneker ist Präsident der Gesellschaft zur Erforschung des Markenwesens e.V. (G·E·M) – eine der ältesten Forschungsgesellschaften in Deutschland mit einer Tradition von über 100 Jahren.

Jens Lönneker ist einer der Gründer der rheingold Gruppe. Zusammen mit seiner Frau Ines Imdahl gründete er 2010 den rheingold salon – heute eine der ersten Adressen in der qualitativen Markt-Medienforschung.

Munzinger, Uwe

Uwe Munzinger ist Geschäftsführer und Gründer von Munzinger Brand & Experience, einer Berliner Markenberatung und führender Experte zu allen Fragen der strategischen Markenführung und -entwicklung mit mehr als 25 Jahren internationaler Erfahrung (u.a. GfK, BBDO, ICON, Sasserath Munzinger Plus).

Uwe Munzinger ist Vorstand der Gesellschaft zur Erforschung des Markenwesens (G·E·M) und Autor zahlreicher Fachzeitschriftenbeiträge und Bücher zum Thema Markenführung, zuletzt: „11 Irrtümer über Marken“ (Springer Gabler 2016).

Schulze, Monika

Monika Schulze verfügt über ein breites Spektrum an Erfahrung in der FMCG- und Versicherungsbranche, da sie fast 30 Jahre lang in verschiedenen Ländern erfolgreich in leitenden Positionen tätig war.

Bevor sie als Leiterin des Bereichs Innovation und Market Management in Deutschland tätig wurde, wechselte sie als Global CMO zum Hauptsitz in die Schweiz. Davor führte sie ihr eigenes Unternehmen als strategische Beraterin. In den letzten beiden Positionen bei Unilever war sie als Vice President Brand Development Europe und als Business Director Foods mit P&L-Verantwortung in Ungarn tätig. Monikas Stärke ist es, neue, leistungsfähigere und profitablere Wege zu finden, um starke Unternehmen und Marken aufzubauen - insbesondere vor dem Hintergrund massiver Branchentransformation und digitaler Veränderungen. Sie setzte sich schon frühzeitig für digitale Plattformen und Projekte ein.

Professor Dr. Raimund Wildner

Prof. Dr. Raimund Wildner ist Vizepräsident des Nürnberg Institut für Marktentscheidungen e.V. (vormals GfK Verein). Von 1995 bis September 2018 war er Geschäftsführer des GfK Vereins. Darüber hinaus lehrt er als Honorarprofessor an der Universität Erlangen-Nürnberg, ist Vorstandsvorsitzender des „Rats der Deutschen Markt- und Sozialforschung“, Mitglied des „Professional Standards Committee“ von ESOMAR und Vorstandsmitglied der G·E·M. Was ihm an der Marktforschung gefällt: „Sie verknüpft Menschliches mit Mathematik und Statistik. Auf diesem Gebiet mit viel Freiheit zu forschen ist immer wieder faszinierend.“ 2007 wurde er vom BVM zur „Marktforschungspersönlichkeit des Jahres“ gewählt und 2013 mit dem ARF Great Minds Award in der Kategorie Innovation ausgezeichnet.

Teilnehmer*innen Podiumsdiskussion

Volker Trommsdorff, 78, ist Professor Emeritus für Marketing der TU Berlin. Die jüngste Ausgabe seines Standardwerks „Konsumentenverhalten“ enthält den Abschnitt „Kaufen ohne Nutzen“ (KoN). Volker Trommsdorff bezeichnet Kaufen ohne Nutzen als Verschwendung und rät anhand des Kubus der Verschwendung das eigene Konsumentenverhalten zu reflektieren.

Marion Sollbach, 53, war im jüngsten Wahlkampf Bundestagskandidatin der SPD für Köln und streitet in Politik und Wirtschaft seit über zwei Jahrzehnten für nachhaltige Transformation. Marion kennt die Spannungen zwischen Unternehmenswerten und den Einstellungen von Verbraucherinnen.

Anna-Lena von Hodenberg, 38, ist Gründerin von HateAid. HateAid bietet Betroffenen digitaler Gewalt ein kostenloses Beratungsangebot und Prozesskostenfinanzierung. Menschen, die online Hass und Hetze erleben, die beleidigt, verleumdet oder bedroht werden, können sich an sie wenden. Anna-Lena ist Journalistin und weiß um den Einfluss von Medien auf Wertvorstellungen und Verhalten.

Juni Neyehuys, 25, ist Textil-Designerin und Co-Gründerin von Mujolab, einem Startup, das dafür sorgt, dass Verpackungen von heute nicht zum Müll von morgen werden. Das Unternehmen entwickelt algenbasierte Verpackungsmaterialien, die sich nach dem Gebrauch auflösen und wurde gerade mit dem NTM Award ausgezeichnet. Juni begreift Startup als Impact und hat hohe Ansprüche an Marken und deren Kommunikation.

Organisatorische Hinweise

Veranstalter:

Gesellschaft zur Erforschung
des Markenwesens (G·E·M) e. V.
Unter den Linden 42, 10117 Berlin
eMail: info@gem-online.de
Präsident: Jens Lönneker, rheingold salon

Geschäftsstelle:

Anja Boenke, rheingold salon
Hohe Str. 160-168, 50667 Köln
Tel.: 02 21/86 006-30, Fax: 02 21/86 006-999
eMail: info@gem-online.de

Termine:

Mittwoch, 16. Februar, 2022
15:00 – 16:00 Uhr G·E·M Award 2022
16:15 – 19:30 Uhr G·E·M Markendialog Teil 1

Donnerstag, 17. Februar, 2022
9:00 Uhr Eröffnung
9:15 – 13:30 Uhr G·E·M Markendialog Teil 2

Teilnahmegebühr 26. G·E·M Markendialog und 12. G·E·M Award	
300 €	für Mitglieder*innen der G·E·M
450 €	für Nichtmitglieder*innen (inkl. einer Jahres-Mitgliedschaft in der G·E·M für Einzelpersonen im Wert von bis zu 150€)
100 €	für Lehrstuhlinhaber*innen
50 €	Studierende

Im Falle einer Stornierung der Anmeldung bis 8.02.2022 (1 Woche vorher) fällt eine halbe Gebühr an, bei einer Stornierung danach und bei Nichterscheinen die volle Gebühr.

Zahlung der Teilnahmegebühr nach Erhalt der Rechnung.

Begrenzte Teilnehmerzahl: 120

[Jetzt anmelden](#)