

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:

Donnerstag, 28. Februar 2013: 09.30 bis 17.15 Uhr
Am Vorabend, **Mittwoch, 27. Februar 2013,** 19.00 Uhr:
Empfang der G·E·M und Verleihung des »G·E·M Award« 2013

Tagungsort:

**SEMINARIS CampusHotel Berlin
Science & Conference Center**
Takustraße 39, 14195 Berlin-Dahlem
www.seminaris.de/berlin

Zimmerkontingent im SEMINARIS CampusHotel Berlin
für 27. Februar bis 1. März 2013, Stichwort „GEM 2013“
EZ: 89,00 Euro; DZ: 109,00 Euro
eMail: berlin@seminaris.de; Tel.: 0 30/55 77 97-200, Fax: -100

Teilnahmegebühr:

Tagung und Vorabend, Lunch/Buffer, Getränke, Tagungsdokumentation
€ 400,- für Mitglieder der G·E·M
€ 800,- für Nichtmitglieder
€ 100,- für Lehrstuhlinhaber
€ 50,- für LS-Mitarbeiter und Studenten

Teilnahmebedingungen:

Zahlung der Teilnahmegebühr 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: 120



17. G·E·M Markendialog

Marken brauchen Preisführung

und

**Verleihung des »G·E·M Award« 2013
an Anton Wolfgang Graf von Faber-Castell**

**27./28. Februar 2013
SEMINARIS CampusHotel Berlin
Berlin-Dahlem**

28. Februar – 09.30 Uhr

Begrüßung und Einführung in die Thematik des 17. G·E·M Markendialogs
Friedrich Neukirch, Vorsitzender der G·E·M

Marken brauchen Preisführung

Preisführung bedeutet: Der Marken-Inhaber setzt, bestimmt, steuert, dirigiert den Preis in den Absatzwegen, mit denen er seine Endkunden erreichen will. Das gilt für Hersteller-, Handels- und Dienstleistungs-Unternehmen gleichermaßen.

Block I

Marke und Preisführung – 100 Jahre Rückschau

09.45 – 10.45 Uhr

Studie der G·E·M, die geschichtliche und theoretische Erkenntnisse aufbereitet – bis zurück ins Jahr 1896, als 23 Berliner Drogisten den Anstoß zur Einführung der Preisbindung durch den sie beliefernden Fabrikanten gaben.

❖ **Wolfgang K.A. Disch**, Geschäftsführer G·E·M

Der Preis als Orientierungsgröße für den Konsumenten

GfK-Daten zur Sicht der Verbraucher

❖ **Claudia Gaspar**, Head of Knowledge Management GfK Verein

Als das Instrument „Preisbindung der 2. Hand“ (1974) verloren ging

Ein Zeitzeuge berichtet

❖ **Peter Zühlsdorff**, Berlin – Industriemanager seit 1967:

Klosterfrau, Tondeo, Wella, DIH Deutsche Industrie-Holding

10.45 – 11.15 Uhr Diskussion

Gesprächsleitung: Jürgen Plüss

11.15 – 11.45 Uhr > Pause <

Block II

Marke und Preishoheit – Status quo und Ausbruch

Plädoyer für die Preissteuerung durch den Marken-Inhaber.
Wissenschaft und Praxis beziehen Position.

11.45 – 12.15 Uhr

❖ **Prof. Dr. Dieter Ahlert**, Westfälische Wilhelms-Universität Münster

Co-Autor „Vielfalt durch Gestaltungsfreiheit im Wettbewerb. Ein ökonomisches Manifest zur Deregulierung der Konsumgüter-Distribution“ und Co-Herausgeber „Vertikale Preis- und Markenpflege im Kreuzfeuer des Kartellrechts“

12.15 – 12.45 Uhr

❖ **Hanns-Thomas Schamel**, Schamel Meerrettich, Baiersdorf/Bayern

Einsatz für die Glaubwürdigkeit der unverbindlichen Verkaufspreise – am Beispiel der Firma Schamel Meerrettich

12.45 – 13.20 Uhr Diskussion

Gesprächsleitung: Peter-Michael Thom

13.20 – 14.30 Uhr > Lunch <

Block III

Streitgespräch – Marken brauchen Preisführung

Durch die Konzentration im Handel hat sich das Kräfteverhältnis zugunsten des Handels verschoben. Dies trifft vor allem mittelständische Hersteller. Aktuell wird die doppelte Preishoheit des Handels vor dem Hintergrund wachsender Eigenmarken beklagt. Also ungleiche Voraussetzungen bei Hersteller und Handel, wenn es um Preisführung geht. Im Hintergrund die Angst vor dem Kartellamt: Preisabsprachen.

14.30 – 15.30 Uhr und 16.00 – 17.00 Uhr

Zum Zwei-Stunden-Streitgespräch auf dem Podium treffen sich in zwei Runden: Hersteller, Handel, Wettbewerbszentrale, Kartellamt, Wissenschaft, Marken- und Rechtsberater, Zeitzeugen und Fachjournalisten.

❖ **Moderation: Prof. Dr. Martin Fassnacht**, WHU – Otto Beisheim School of Management in Vallendar/Koblenz

Inhaber des Lehrstuhls für BWL, insbesondere Marketing und Handel; zu seiner Expertise gehören das Preis-Management, Handels-Marketing, Marken-Management und marktorientierte Unternehmensführung

17.00 Uhr > Schlusswort <

Am Vorabend, Mittwoch, 27. Februar 2013, 19.00 Uhr:

Empfang der G·E·M für die Teilnehmer am 17. G·E·M Markendialog, Buffet

Verleihung des »G·E·M Award« 2013

an Anton Wolfgang Graf von Faber-Castell

Der »G·E·M Award«

Mit diesem Preis zeichnet die G·E·M Menschen aus, die hinter der Marke stehen. Persönlichkeiten, die Entwicklungen auf dem Gebiet des Markenwesens, der Markenführung und Markentechnik anführen oder entscheidend beeinflussen. Mit dem »G·E·M Award« wurden ausgezeichnet:

Emil Underberg – 2011 in Würdigung seines Engagements für ein lebendiges Markenbewusstsein, seines unternehmerischen Vorbildes als langfristiger Markengestalter, seines positiven Verhältnisses zu Tradition und Kontinuität in der Markenführung.

Albert Darboven – 2012 in Würdigung seiner auf Wertbeständigkeit angelegten Markenführung, seiner persönlichen Qualitäts-Garantie für die Marken seines Unternehmens, seines Einsatzes für Nachhaltigkeit und Fair Trade.