

PROGRAMM TAG 1 (27.09.2018)**Hochschule Koblenz, Oberlichtsaal, Konrad-Zuse-Str. 1, 56075 Koblenz***Schwerpunktthema: „High-Tech in der Markenführung“*

13.00 Begrüßung durch die Veranstalter

13.10 Grußwort (Prof. Dr. Kristian Bosselmann-Cyran, Präsident der Hochschule Koblenz)

13.20 High-Tech in der Markenführung – Meinungen und Einschätzungen der Konferenzteilnehmer

Moderation: Prof. Dr. Holger J. Schmidt (Hochschule Koblenz)

14.00 Keynote Session 1: High-Tech in der Markenführung

Moderation: Prof. Dr. Carsten Baumgarth (HWR Berlin)

1. Stimmanalyse: Die Stimme des Verbrauchers zum Klingen bringen (Dr. Matthias Unfried, GfK Verein)
2. Virtual Reality: Spaßfaktor oder Business-Treiber? (Tanja Lockwood, Villeroy & Boch)

15.00 Pause

15.30 Science Session 1: Der Handel ist tot, es lebe die Marke im Handel

Chair: Prof. Dr. Bernhard Heidel (Hochschule RheinMain)

1. Customer-oriented atmospheric effects of online shops: Relevance for store brand management and initial scaling approaches for the German market (Prof. Dr. Jörn Redler, Hochschule Mainz)
2. Perceived consistency of the retailers marketing instruments is the key to create a strong retail brand (Prof. Dr. Frank Hälsig, HTW Saarland)
3. Handelsmarken und Retailer Brands im deutschen Modehandel (Prof. Dr. Joachim Hurth, Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften)

17.00 Pause

17.30 Science Session 2: Implementieren mit Markenprojekten und Markentools

Chair: Jürgen Gietl (BrandTrust)

1. Addressing the gap between brand strategy and service design: Developing and communicating the brand experience proposition (Dr. Alves de Motta Filho, University Twente)
2. Entwicklung und Anwendung eines Evaluationsinstrumentes zum Prozess-Monitoring der Markenführung in Industriegüterunternehmen (Jonas Kütt, Kantar Germany GmbH)
3. Epic fail: Exploring reasons, outcomes and indicators of brand project failure (Dr. Marc Herz, Kleinundpläcking; Dr. Nicco Krezdorn, Medizinische Hochschule Hannover)

19.00 Ende Tag 1 und Transfer zum Abendprogramm

DERMARKENTAG2018

27.-28. SEPTEMBER | HS Koblenz
www.dermarkttag.de

PROGRAMM TAG 2 (28.09.2018)

ISSO Institut Koblenz, Gewölbesaal, Peter-Altmeier-Ufer 50, 56068 Koblenz

Schwerpunktthema: „Marken mit einem Gewissen“

09.00 Begrüßung durch die Veranstalter

09.05 Keynote Session 2: Marken mit einem Gewissen

Moderation: Prof. Dr. Carsten Baumgarth (HWR Berlin)

1. Wirtschaft neu denken – die Markenführung von Social & Sustainable Startups (Martin Görlitz, Unternehmer und Stifter)
2. Brands with a Conscience (Prof. Dr. Oriol Iglesias, ESADE Barcelona)
3. Von der Fliege zu Insect Respect (Dr. Hans-Dietrich Reckhaus, Reckhaus GmbH & Co. KG)
4. Podiumsdiskussion: Brauchen Marken ein Gewissen? (Teilnehmer: Gerald Hensel, freier Markenstrategie sowie Martin Görlitz, Dr. Hans-Dietrich Reckhaus, Prof. Dr. Holger J. Schmidt)

11.15 Pause

11.30 Science Session 3: Ich liebe meine Marke – und ihre Partner

Chair: Prof. Dr. Dirk-Mario Bolz (HWR Berlin)

1. How deep is your love? - Der Einfluss der Liebesbeziehung zwischen Konsument und Marke auf die Beziehung zum Konkurrenzumfeld (Janine Klenke, design akademie berlin)
2. The impact of customer experience in offline vs. online channels on millennials' brand loyalty in the fashion industry (Katja Bertsche, Prof. Dr. Lars Binckebanck, Hochschule Furtwangen)
3. Rethinking brand fit in co-branding: antecedent, consequence, or both? (Prof. Dr. Philipp A. Rauschnabel, Universität der Bundeswehr München; Dr. Nina Krey, Rowan University)

13.00 Mittagspause

14.00 Science Session 4: Marke ist mehr!

Chair: Prof. Dr. Karsten Kilian (Hochschule Würzburg-Schweinfurt / markenlexikon.com)

1. Personal branding: A review on a contemporary phenomenon (Stefan Scheidt, Prof. Dr. Jörg Henseler, University of Twente)
2. Kunst gegen Leerstand und Tristesse - Urban Art Infusion-Effekt im Kontext der Einkaufscenter-Marke (Prof. Dr. Carsten Baumgarth, HWR Berlin)
3. The use of design thinking within the brand management discipline: A literature review (Benedikt Halstrick, University of Twente; Prof. Dr. Holger J. Schmidt, Hochschule Koblenz; Prof. Dr. Jörg Henseler, University of Twente)

15.30 Pause

16.00 Rückblick auf die Veranstaltung und Verleihung der Awards (Ende gegen 16.30 Uhr)