

2. Göttinger Marketingtag der PRIVATEN HOCHSCHULE GÖTTINGEN am 2.12.2011

Das Programm

ab 09.30	Get-together bei Kaffee und Croissants in den Räumen der PRIVATEN HOCHSCHULE GÖTTINGEN
10.00-10.15	Begrüßung und Eröffnung des 2. Göttinger Marketingtages durch Dr. Hans-Christian Riekhof, Professor für Internationales Marketing an der PFH
10.15-11.00	Dr. Oliver Hermes, BergerBaaderHermes: Netzwerke und Herrsche. Social Media aus marketingstrategischer Sicht.
11.00-11.30	Alexander Exner, Marketingleiter Calidris 28: Schwarze Dose 28 - wie man mit einem kleinen Marketingetat eine große Marke schafft
11.30-12.00	Kaffeepause
12.00-12.30	Dr. Bernd Samland, Geschäftsführer Endmark GmbH: Naming – der Beitrag des Markennamens zum strategischen Markenerfolg.
12.30-13.00	Gerd Herzog: Cross Channel Retailing: Was man von Otto, Media Saturn und Apple lernen kann.
13.00-14.00	Mittagspause

- 14.00-14.30 Hartmut Geibig, Global Director Ipsos ASI: Social Listening: Ganzheitliche Kommunikationsforschung statt atomisiertem Silo-Ansatz
- 14.30-16.30 Parallel-Vorträge (A und B) mit Diskussion:
- A1: Björn Loose, Direktor Marketing MAN Truck and Bus AG:
Markenführung im B2B Geschäft - Schärfung der Produktmarke MAN
A2: Henning Rabe, Leiter Marketing der Claas-Gruppe:
B2B Marketing bei Claas: Hat Landwirtschaft das Zeug zur Marke?
A3: Stefan Brinkhoff, PFH Göttingen: Absatzprognosen mit Predictive Markets: Voraussetzungen, Erfolgsfaktoren, Anwendungsbeispiele.
- B1: Anton-Christian Schafmayer, AUDI Retail GmbH: Die AUDI Strategie 2020: Konsequenzen für den AUDI Vertrieb Deutschland.
B2: Stefan Hartner, Leiter Servicenetze der MAN Truck and Bus AG: Strategische Entwicklung internationaler Service-Netzwerke.
B3: Jens Christian Wolter, Greenwich Consulting: Cross Channel Marketing im Bereich Telekommunikation.
- 16.30-16.45 Kaffeepause
- 16.45-17.30 Podiumsdiskussion mit den Referenten des Plenums
- 17.30 Ausklang der Veranstaltung bei Gesprächen mit den Referenten