



PROGRAMM

der gemeinsamen Sitzung der Arbeitskreise Marketinggeschichte und Medienunternehmen
am Freitag, 26. Februar 2010
im Hause der Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck,
Gänsheidestr. 26, 70184 Stuttgart

Thema: Medien, Marketing und Medienmarketing

- 11.00 Uhr Begrüßung:
- Dr. Stefan von Holtzbrinck**, Geschäftsführer der Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck
- Christian Kleinschmidt**, Universität Marburg
Jan-Otmar Hesse, Universität Göttingen
- Vorträge:
- 11.30 Uhr **Günter Silberer, (Universität Göttingen):**
Medienmarken aus Sicht des Marketing
- 12.30 Uhr **Gerhard Paul (Universität Flensburg)**
Das HB-Männchen. Werbefigur der Wohlstandswundergesellschaft
- 13.30 Uhr Mittagspause mit Imbiss
- 14.30 Uhr **Sonia Landenberger (Universität Stuttgart):**
Die Internationalisierung der Marken- und Produktkommunikation am Beispiel der Marken Jaguar und Porsche
- 15.15 Uhr **Marius Lange (Freie Universität Berlin):**
Propaganda statt PR? Unternehmerische Öffentlichkeitsarbeit im Übergang von der Weimarer Republik zur NS-Diktatur
- 16.00 Uhr **Berti Kolbow (Universität Göttingen)**
Von der Kooperation zur Konkurrenz: Marketing bei Kodak und Agfa 1880-1945.
- 16.45 Uhr Abschlussdiskussion
- 17.00 Uhr Ende der Sitzung