

## Tagungsprogramme des Arbeitskreises Marketinggeschichte

[2007 konstituierende Sitzung](#)

[2008 Unternehmerische Marketingstrategien vom 18.-21. Jahrhundert](#)

[2009 Märkte und Markenwerte](#)

[2011 Internationale Marketingstrategien nach 1945](#)

[2012 Pharma-Marketing: Erkundungen zwischen Unternehmens- und Medizingeschichte](#)

[2013 Marketingstrategien der Finanzwirtschaft seit dem 20. Jahrhundert](#)

[2014 Ethnic Marketing und Interkulturelles Marketing in historischer Perspektive](#)

[2015 Markenschutz und Markenrechtsverletzungen in historischer Perspektive](#)

[2017 Marktforschung und Konsumgütermarketing im 20. Jahrhundert](#)

[2018 Markenstrategien in historischer Perspektive](#)

[2019 «Neue Medien – Neues Marketing?» Marketing im Zeichen von Digitalisierung und neuer Kommunikation](#)

[2022 Verkehrswenden. Marketing für Mobilität und Verkehrssysteme](#)

[2024 Werbung und Energiesparen. Marketing als Verbrauchererziehung](#)

**Programm der konstituierenden Sitzung  
des Arbeitskreises Marketinggeschichte  
der Gesellschaft für Unternehmensgeschichte e.V.**

am Freitag, dem 16. Februar 2007  
im Hause der  
TUI AG, Karl-Wiechert-Allee 4, 30625 Hannover

- 11.00 Uhr Begrüßung:  
**Michael Lambertz**, Direktor Konzern-Marketing der TUI AG  
**Prof. Dr. Hartmut Berghoff / PD Dr. Paul Erker / PD Dr. Christian Kleinschmidt:**  
Begrüßung und inhaltliche Einführung
- 11.15 Uhr **Dr. des. Roman Rossfeld**, Universität Göttingen:  
«Pfadfinder der Kultur» oder «Totengräber des lokalen Kleinhandels»? Die Reisenden  
als Schaltstelle zwischen Unternehmen und Markt im 19. und 20. Jahrhundert
- 12.15 Uhr **Dr. Stefanie van de Kerkhof**, Fernuniversität Hagen:  
Europäisches Rüstungsmarketing im Kalten Krieg - das Fallbeispiel Rheinmetall
- 13.15 Uhr Mittagspause
- 14.15 Uhr **Dr. Florian Triebel**, BMW AG, München:  
Die Wiederentdeckung der sportlichen Mittelklasse – Vom Produktionsregime zur  
Marketingorientierung bei BMW in den 1960er Jahren
- 15.15 Uhr **Frank Hasenfuß**, Volkswagen AG, Wolfsburg:  
Werbung für fünf Generationen des Golf – Über die Vermittlung des Markenkerns von  
Volkswagen
- 16.15 Uhr Kaffeepause
- 16.45 Uhr Diskussion über die künftige Ausrichtung des Arbeitskreises Marketinggeschichte
- 18.00 Uhr Ende der Sitzung



2. Sitzung des Arbeitskreises Marketinggeschichte  
am Freitag, dem 22. Februar 2008  
im Umspannwerk Recklinghausen, Museum Strom und Leben,  
Uferstr. 2 – 4 in 45663 Recklinghausen

Thema: Unternehmerische Marketingstrategien vom 18.-21. Jahrhundert

- 11:00      **Begrüßung:**
- Dr. Theo Horstmann, Leiter Unternehmenskommunikation, RWE AG
- PD Dr. Christian Kleinschmidt, Universität Paderborn:  
*Begrüßung und inhaltliche Einführung*
- Vorträge:**
- 11:15      Günter Silberer, Universität Göttingen:  
*Zur zeitgenössischen Dokumentation und historischen Rekonstruktion der Marketingpraxis*
- 12:15      Roman Rossfeld, Universität Zürich:  
*«Vorwärts! Das sei deine Losung!» Die Reisenden als Schaltstelle zwischen Unternehmen und Markt im 19. und 20. Jahrhundert*
- 13:15      Mittagspause
- 14:15      David Ackermann, Universität Zürich:  
*Have You Seen This Ad Before? Reklame als Grundbaustein des Marketings*
- 15:15      Kai-Uwe Hellmann, TU Berlin:  
*4 Ps und die nordische Schule des Marketing*
- 16:15      Kaffeepause
- 16:30      Meinhard Nowak, Bochum:  
*Monopol – Markt – Marketing: Social Marketing in Unternehmen der öffentlichen Energieversorgung nach 1945*
- 17:30      Diskussion über die weiteren Schritte des Arbeitskreises
- 18:00      Ende der Sitzung



### 3. Sitzung des Arbeitskreises Marketinggeschichte

am Freitag, dem 27. März 2009,  
im Hause der Loewe AG,  
Industriestr. 11, 96317 Kronach

#### Thema: „Märkte und Markenwerte“

- 10.00 Uhr **Begrüßung**  
Frieder C. Löhner, Vorstandsvorsitzender Loewe AG
- Einführung in das Thema der Sitzung**  
PD Paul Erker, LMU München
- 10.20 Uhr **Markus Speidel** (München):  
*Vom Nischenhersteller zum wendigen Mittelständler. Technik als Markenwert bei Loewe in den 1970er und 1980er Jahren*
- 10.50 Uhr **Henrik Rutenbeck** (Kronach):  
*Loewe als Markenunternehmen*
- 11.20 Uhr Diskussion
- 11.50 Uhr Rundgang durch Museum & Fertigung
- 12.30 Uhr Mittagessen
- 13.30 Uhr **Britta Stücker** (Köln):  
*Unternehmensmarken made in Germany*
- 14.00 Uhr Diskussion
- 14.30 Uhr Kaffeepause
- 14.45 Uhr **Dirk Schaal** (Mannheim/Leipzig):  
*Zuckerreklame: Marketing oder PR?*
- 15.15 Uhr **Stephanie Tilly** (Bochum):  
*«Partner der Großen»? Marketing auf Industriegütermärkten - das Beispiel der Automobilzulieferindustrie*
- 15.45 Uhr Diskussion
- 16.15 Uhr Ende der Tagung

PROGRAMM

5. Sitzung des Arbeitskreises Marketinggeschichte  
der Gesellschaft für Unternehmensgeschichte e.V.

am Freitag, den 25. Februar 2011,  
im Hause der Bayer AG,  
Altes Hauptverwaltungsgebäude Q26, 51368 Leverkusen

**Thema: Internationale Marketingstrategien nach 1945**

- 11:00 Uhr **Begrüßung:**
- Michael Pohlenz** (Leiter Corporate History & Archives, Bayer AG)
- Prof. Dr. Christian Kleinschmidt/PD Dr. Paul Erker** (Leiter des Arbeitskreises Marketinggeschichte)
- Vorträge:**
- 11:15 Uhr **Dr. Friedrich Gruber** (Bayer CropScience):  
*Internationale Marketingstrategien bei Bayer CropScience*
- 12:00 Uhr **Tobias Cramer** (Universität zu Köln):  
*Bayers "Wunderdroge" in Lateinamerika. Marketingstrategien des OTC-Segments in der Zwischenkriegszeit*
- 12:45 Uhr Mittagspause
- 13:45 Uhr **Führung durch das Alte Hauptverwaltungsgebäude Q 26**  
Hans-Hermann Pogarell (Corporate History & Archives, Bayer AG)
- 14:15 Uhr **Heiko Braun** (Universität Bonn)/**Prof. Dr. Christian Kleinschmidt** (Universität Marburg):  
*Die Internationalisierung des Pharma- und Pflanzenschutz-Marketings. Das Beispiel der Bayer AG (1952-1979)*
- 15:00 Uhr **Dr. Elfriede Grunow-Osswald** (Stuttgart):  
*Marketing bei Daimler-Benz 1960-1985. Der lange Weg der organisatorischen Integration*
- 15:45 Uhr Planung der weiteren Schritte des Arbeitskreises
- 16:00 Uhr Ende der Sitzung

PROGRAMM

6. Sitzung des Arbeitskreises Marketinggeschichte  
der Gesellschaft für Unternehmensgeschichte e.V.

Donnerstag/Freitag, den 22./23. März 2012,  
Schweizerisches Wirtschaftsarchiv, Peter Merian-Weg 6, CH-4002 Basel

**Pharma-Marketing: Erkundungen zwischen Unternehmens- und Medizingeschichte**

**Donnerstag, 22. März 2012**

- 18:00 Uhr **Führung über den Novartis-Campus mit Walter Dettwiler** (Leiter Firmenarchiv Novartis AG)  
**Treffpunkt:** Haupteingang Novartis-Campus
- 20:00 Uhr Abendessen im Restaurant Zur Mägd (St. Johans-Vorstadt 29)

**Freitag, 23. März 2012**

- 9:00 Uhr **Begrüßung:**  
**Irene Amstutz** (Leiterin Schweizerisches Wirtschaftsarchiv)  
**Christian Kleinschmidt/Paul Erker** (Leiter des Arbeitskreises Marketinggeschichte)
- Vorträge:**
- 9:15 Uhr **Axel Hüntelmann** (Bielefeld):  
*Verschiedene Arten des «Marketing»: Das Beispiel Salvarsan*
- 10:00 Uhr **Nils Kessel** (Strasbourg):  
*Gift und Arznei? Skandale und Arzneimittelmarketing in historischer Perspektive*
- 10:45 Uhr Kaffeepause
- 11:15 Uhr **Lucie Gerber** (Paris):  
*Marketing Loops. The development of psychopharmacological screening at Geigy, 1957–1970*
- 12:00 Uhr **Führung durch das Schweizerische Wirtschaftsarchiv mit Irene Amstutz** (Leiterin SWA)
- 12:30 Uhr Mittagessen in der Cafeteria La Strada (Peter Merian-Weg 8)
- 14:00 Uhr **Roman Rossfeld** (Zürich):  
*«Ein offenes Ohr ist ein guter Freund»: Die Ciba-Ärztebesucher in den 1950er und 60er Jahren*
- 14:45 Uhr **Ulrike Thoms** (Berlin):  
*Fachmann oder Buhmann? Der Pharmareferent als Marketinginstrument im 20. Jahrhundert*
- 15:30 Uhr Schlussdiskussion und Planung der weiteren Schritte des Arbeitskreises
- 16:00 Uhr Ende der Sitzung



## Programm

### Marketingstrategien der Finanzwirtschaft seit dem 20. Jahrhundert

Gemeinsamer Workshop der Wissenschaftsförderung der Sparkassen-Finanzgruppe,  
des Instituts für bankhistorische Forschung sowie der Arbeitskreise  
Banken- und Versicherungsgeschichte und Marketinggeschichte  
der Gesellschaft für Unternehmensgeschichte

am Donnerstag, dem 19., und Freitag, dem 20. September 2013  
im Hause der ÖSA Versicherungen  
Am Alten Theater 7, 39104 Magdeburg

#### Donnerstag, 19. September 2013

##### 14:00 Uhr Begrüßung und Einführung:

Rainer Bülow (Mitglied des Vorstandes, ÖSA Öffentliche Versicherungen  
Sachsen-Anhalt): *Begrüßung*

Prof. Dr. Christian Kleinschmidt (Philipps-Universität Marburg):  
*Einführung aus marketinggeschichtlicher Perspektive*

Prof. Dr. Günther Schulz (Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn):  
*Einführung aus bank- und versicherungsgeschichtlicher Perspektive*

##### Vorträge:

**14:40 Uhr Dr. Peter Gleber/Fabian Engel** (Stiftung Genossenschaftshistorisches  
Informationszentrum Berlin/Georg-August-Universität Göttingen):  
*Eine vergleichende Analyse der Marketingstrategien der Volksbanken und der  
Raiffeisenbanken seit den 1950ern bis in die 1970er Jahre*

**15:25 Uhr Reinhard Frost** (Deutsche Bank AG, Historisches Institut, Frankfurt a. M.):  
*„Fragen Sie die Deutsche Bank!“ Marketingstrategien einer Großbank*

##### 16:10 Uhr Kaffeepause

**16:30 Uhr Prof. Dr. Peter Borscheid** (Philipps-Universität Marburg):  
*Agenten der Versicherung - Zur weltweiten Expansion der Versicherungstechnik  
im 19. Jahrhundert*

**17:15 Uhr Prof. Dr. Jan Körnert** (Ernst-Moritz-Arndt-Universität Greifswald):  
*Markenphantasie im Internetbanking Ende der 1990er Jahre . kritische  
Anmerkungen zu praktizierten Markenstrategien in Deutschland*

##### 18:00 Uhr Ende des Fachprogramms

**19:00 Uhr Abendveranstaltung im Kulturhistorischen Museum Magdeburg**  
Otto-von-Guericke Straße 68 -73, 39104 Magdeburg



**Freitag, 20. September 2013**

- 9:00 Uhr Prof. Dr. Paul Thomes/Harald Brock** (RWTH Aachen):  
*Die Entwicklungslogik des stationären Vertriebs im Sparkassensektor unter Shared Value Gesichtspunkten*
- 9:45 Uhr Prof. Dr. Stephan Paul** (Ruhr-Universität Bochum):  
*(Fast) 50 Jahre Werbung deutscher Banken: Wo bleibt das Vertrauen? Neuer theoretischer Bezugsrahmen und erste empirische Ergebnisse*
- 10:30 Uhr Dr. Wilhelm Kraetschmer** (Österreichischer Sparkassenverband):  
*Werbungs- und Marketingstrategien der österreichischen Sparkassen nach 1945*
- 11:15 Uhr Kaffeepause**
- 11:45 Uhr Jan Engel** (Ludwig-Maximilians-Universität München):  
*Mitarbeiter als Markenbotschafter*
- 12:30 Uhr Zusammenfassung der Ergebnisse:**  
Prof. Dr. Dieter Ziegler (Ruhr-Universität Bochum)
- 13:00 Uhr Mittagsimbiss im MARITIM Hotel Magdeburg / Ende der Veranstaltung**

**Programm**

**8. Sitzung des Arbeitskreises Marketinggeschichte  
der Gesellschaft für Unternehmensgeschichte e.V.**

am Freitag, den 24. Oktober 2014,  
im Hause der Alfred Kärcher GmbH & Co. KG  
Alfred-Kärcher-Str. 28-40, 71364 Winnenden

**„Ethnic Marketing und Interkulturelles Marketing in historischer Perspektive“**

**Freitag, 24. Oktober 2014**

10:30 Uhr Begrüßung  
**Bernd Rützler** (Bereichsleiter Marketing, Brand Management  
International Alfred Kärcher GmbH & Co. KG)  
**Christian Kleinschmidt/Paul Erker** (Leiter des Arbeitskreises Marketinggeschichte)

**Vorträge:**

10:45 Uhr **Valerio Varini** (Universität Bocconi, Mailand)  
The origin of a brand: Campari and its international success

11:30 Uhr **Hans-Joachim Keil** (Detmold)  
Aspekte der (Inter)Kulturellen und internationalen Marketinggeschichte der  
ehemaligen Sinalco AG in Detmold

12:15 Uhr Mittagessen und anschließende Führung durch das Museum

13:45 Uhr **Hannes Schamann** (Universität Hildesheim)  
Ethnomarketing in der Automobilindustrie: Beispiele aus Deutschland, den USA und  
Großbritannien

14:30 Uhr **Nina Härter** (Universität Göttingen)  
Inca Cola - Der Schluck nationale Identität? (Inter)Kulturelles Marketing  
im Modernisierungsprozess Perus

15:15 Uhr Schlussdiskussion und Planung der weiteren Schritte des Arbeitskreises

16:00 Uhr Ende der Sitzung

Bitte melden Sie sich an unter <http://www.unternehmensgeschichte.de/anmeldung/?C6L>



PROGRAMM

9. Sitzung des Arbeitskreises Marketinggeschichte  
der Gesellschaft für Unternehmensgeschichte e.V.

am Freitag, den 6. November 2015, im Gästehaus der Mast-Jägermeister SE,  
Campestr. 50-54, 38296 Wolfenbüttel

«Markenschutz und Markenrechtsverletzungen in historischer Perspektive»

Freitag, 6. November 2015

10:00 Uhr **Begrüßung:**

**Astrid van Delden, Leiterin Public Relations** (Mast-Jägermeister SE)

**Christian Kleinschmidt/Paul Erker** (Leiter des AK Marketinggeschichte)

**Vorträge:**

10:15 Uhr **Nils Langemann** (Mast-Jägermeister SE)

*Markenschutz bei JÄGERMEISTER im Wandel der Zeit*

10:45 Uhr **Andreas Sattler** (LMU München, Akademischer Rat a. z. am Lehrstuhl für  
Bürgerliches Recht, Recht des Geistigen Eigentums und Wettbewerbsrecht)

*Der Markenschutz seit 1874 in rechtshistorischer Perspektive*

11:15 Uhr **Anna Pauli** (Universität Regensburg)

*Die Einführung von Handelsmarken im Textileinzelhandel*

11:45 Uhr Diskussion

12:15 Uhr Mittagessen und kurze Führung durch das Unternehmen

14:00 Uhr **Benjamin Obermüller** (Konzernarchiv Henkel)

*Patent- und markenrechtliche Probleme im frühen 20. Jahrhundert.  
Das Beispiel Persil (1907-1929)*

14:30 Uhr **Florian Triebel/Manfred Grunert** (BMW AG)

*BMW gegen BMW (1945-1952)*

15:00 Uhr Kaffeepause

15:30 Uhr Diskussion und Planung der weiteren Schritte des Arbeitskreises

15:45 Uhr Ende der Sitzung



Programm

**10. Sitzung des Arbeitskreises Marketinggeschichte**

am Freitag, den 12. Mai 2017

im Hause der GfK-Nürnberg e.V., Nordwestring 101, 90419 Nürnberg

**Thema:**

**«Marktforschung und Konsumgütermarketing im 20. Jahrhundert»**

ab 10:30 Uhr Registrierung der Teilnehmer bei Kaffee

- 11:00 Uhr **Begrüßung:**  
**Prof. Dr. Raimund Wildner** (GfK-Nürnberg e.V.)  
**Prof. Dr. Christian Kleinschmidt/PD Dr. Ingo Köhler** (Leiter Arbeitskreis Marketinggeschichte)
- Vorträge:**
- 11:15 Uhr **Prof. Dr. Raimund Wildner** (GfK-Nürnberg e.V.)  
*Die GfK und die Anfänge der Konsumforschung in Deutschland*
- 12:00 Uhr **Jan Logemann** (Georg-August Universität Göttingen)  
*Eine Wiener Schule der Marktforschung? Konsumentenforschung und Social Engineering im transatlantischen Austausch, 1930er bis 1960er Jahre*
- 12:45 Uhr Mittagspause
- 13:45 Uhr **Dr. Hans-Diether Dörfler/Andreas Plöger M.A.**  
*Wie man durch Verbraucherforschung gestütztes Marketing zum lokalen Synonym für „Bettenfachgeschäft“ wird. Der Fall Bettenrid*
- 14:30 Uhr **Jörg Lesczenski** (Goethe-Universität Frankfurt)  
*Marketing und Marktforschung in der westdeutschen Tourismusbranche in den 1960er- und 1970er-Jahren*
- 15:15 Uhr **Michael Zeheter** (Universität Trier)  
*Mineralwasser. Vom urbanen Massenkonsumgut zum Lifestyle-Accessoire im Spiegel von Werbung und Marketing (1960 – 2016)*
- 16:00 Uhr Abschlussdiskussion und Planung der weiteren Schritte des Arbeitskreises
- 16:30 Uhr Ende der Sitzung



Programm

**11. Sitzung des Arbeitskreises Marketinggeschichte**

vom am 26.04.-27.04.2018

im Hause der Henkel AG & Co. KGaA, Henkelstr. 67, 40589 Düsseldorf  
(Zugang Tor 1, Fritz-Henkel-Haus)

**Thema:**  
**«Markenstrategien in historischer Perspektive»**

Donnerstag, 26.04.2018

ab 14:30 Uhr Registrierung der Teilnehmer bei Kaffee

- 15:00 Uhr **Begrüßung:**  
**Benjamin Obermüller** (Henkel)  
**Prof. Dr. Christian Kleinschmidt/Dr. Ingo Köhler** (Leiter, Arbeitskreis Marketinggeschichte)
- Vorträge:**
- 15:30 Uhr **Benjamin Obermüller** (Henkel)  
*Bestände zur Marketinggeschichte im Konzernarchiv Henkel*
- 16:15 Uhr Kaffeepause
- 16:30 Uhr **Claudius Ruch** (Universität Marburg)  
*Diversifikation durch Akquisition. Die Übernahmen der Therachemie GmbH und der Dreiring-Werke KG als Einstieg Henkels ins Markenartikelgeschäft im Kosmetik- und Körperpflegesektor*
- 17:15 Uhr Kaffeepause
- 17:30 Uhr **Sandra Trapp/Christian Kleinschmidt** (GUG/Universität Marburg)  
*Markenstrategien bei adidas - langfristige Perspektiven (1949-2016)*
- 19:00 Uhr gemeinsames Abendessen (Restaurant wird noch bekannt gegeben)



Freitag, den 27.04.2018

- 09:00 Uhr **Florian Eisenblätter** (GUG/Universität Marburg)  
*Akquisitionsstrategien deutscher Automobilunternehmen in den 1950er- und 1960er-Jahren*
- 09:45 Uhr **Alexander von den Benken** (Porsche, Stuttgart)  
*Die Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG zwischen Boom und Krise von 1972 bis 1987*
- 10:30 Uhr Kaffeepause
- 10:45 Uhr **Juliane Czierpka** (Universität Bochum)  
*Der Ruhrkohlenbergbau und die Vermarktung der Steinkohle in den 1950er Jahren*
- 11:30 Uhr Abschlussdiskussion und Planung der weiteren Schritte des Arbeitskreises
- 12:00 Uhr **Unternehmensführung Kolonialwarenhandel Henkel**
- 12:45 Uhr gemeinsames Mittagessen
- 13:30 Uhr Ende der Veranstaltung



**Programm**

**12. Sitzung des Arbeitskreises Marketinggeschichte**

am Freitag, den 29. November 2019  
im Hause der Sartorius AG,  
Otto-Brenner-Straße 20, 37079 Göttingen

**«Neue Medien – Neues Marketing?» Marketing im  
Zeichen von Digitalisierung und neuer Kommunikation**

ab

10:30 Uhr Registrierung der Teilnehmer bei Kaffee

11:00 Uhr **Begrüßung:**  
**Prof. Dr. Christian Kleinschmidt** (Universität Marburg)  
**Dr. Ingo Köhler** (Humboldt Universität Berlin)

Vorträge

11:15 Uhr **Philipp Mosmann** (Universität Göttingen)  
*Communities in der Sharing Economy: Ihre Bedeutung, Struktur und Steuerung*

12:00 Uhr **Heike Wieters** (Universität Göttingen/Humboldt Universität Berlin)  
*Von der Remittance Postkarte zum charity click? Der Wandel von «charity-marketing» am Beispiel von CARE International (1945-heute)*

12:45 Uhr Mittagspause

13:45 Uhr **Fabian Engel** (RWTH Aachen)  
*Die Sparkassen sehen rot! Die lange Transformation von öffentlichen Einrichtungen zu vertriebsorientierten Finanzdienstleistern*

14:30 Uhr **Florian Triebel** (BMW, München)  
*Unternehmen und «neue Medien». Beobachtungen aus unternehmenshistorischer Perspektive*

15:15 Uhr Abschlussdiskussion und Planung der weiteren Schritte des Arbeitskreises

16:00 Uhr Ende der Sitzung



Anmeldungen bis zum 15. November 2019 über :  
<https://unternehmensgeschichte.de/public/Marketing2019>

## Programm

### Sitzung des Arbeitskreises Marketinggeschichte und des Arbeitskreises Verkehrsgeschichte (Gesellschaft für Technikgeschichte)

am Freitag, den 24. Juni 2022  
Rhein-Main-Verkehrsverbund GmbH  
House of Logistics and Mobility (HOLM),  
Bessie-Coleman-Straße 7, Gateway Gardens, 60549 Frankfurt am Main

### «Verkehrswenden. Marketing für Mobilität und Verkehrssysteme»

- 10:30 **Ankunft und Empfang**
- 11:00 **Begrüßung**  
**PD Dr. Ingo Köhler**, Hessisches Wirtschaftsarchiv  
(Arbeitskreis Marketinggeschichte, Gesellschaft für Unternehmensgeschichte)  
**PD Dr. Christopher Neumaier**,  
Leibniz-Zentrum für Zeithistorische Forschung Potsdam  
(Arbeitskreis für Verkehrsgeschichte, Gesellschaft für Technikgeschichte)
- 11:15 **Dr. André Kavai**, Geschäftsführer, Rhein-Main-Verkehrsverbund GmbH

#### Vorträge

- 11:30 **Zofia Durda M.A. M.Sc.** (Freilichtmuseum am Kiekeberg, Ehestorf)  
"Kleine Geschenke - große Wirkung?" Gasolin-Werbeartikel der 1950er und 1960er Jahre.
- 12:15 **Johannes Baumeister M.A.** (Technische Universität Berlin)  
Die Deutsche Reichsbahn-Gesellschaft und die kraftwagenpolitischen Konzepte in der Zwischenkriegszeit – Bahn frei für die individuelle Massenmobilisierung?
- 13:00 Mittagessen
- 14:00 **PD Dr. Christian Henrich-Franke & Dr. Veit Damm** (Universität Siegen)  
Werbung für Verkehrsinformationssysteme von den 1960er Jahren bis zur Gegenwart.
- 14:45 **Prof. Dr. Borislav Bjelicic** (Universität Mannheim)  
Finanzierung von Verkehrssystemen –  
der Werdegang der DVB Bank von einer Hausbank der Reichsbahn zu einer global tätigen Spezialbank für Verkehrsfinanzierungen
- 15:30 **Abschlussdiskussion** und Planung der weiteren Schritte des Arbeitskreises
- 16:15 Ende der Sitzung

## Programm

### 14. Sitzung des Arbeitskreises Marketinggeschichte

am Freitag, den 28. Juni 2024

im Hause des TECHNOSEUM Landesmuseum für Technik und Arbeit in Mannheim  
Museumsstr. 1, 68165 Mannheim

### Werbung und Energiesparen. Marketing als Verbrauchererziehung

10:30 **Ankunft und Empfang**

11:00 **Begrüßung**

**Apl. Prof. Dr. Ingo Köhler** (Hessisches Wirtschaftsarchiv Darmstadt)

**Prof. Dr. Christian Kleinschmidt** (Philipps-Universität Marburg)

11:15 **n.n.** (TECHNOSEUM)

#### Vorträge

11:30 **Dr. Frank Dittmann** (Deutsches Museum, München)

„Alles elektrisch“. Von den Ausstellungen zur Elektrizität im Haushalt zum vollelektrischen Haus

12:15 **Dr. Sebastian Knoll-Jung** (Otto-Friedrich-Universität Bamberg)

Küchentechnikbegleitende Kochbücher als Werbemittel und Medium des Energiesparens und Energiekonsums ca. 1880 bis heute

13:00 **Mittagessen**

13:30 **Museumsführung „Energie im Wandel“**

15:00 **Associate Prof. Dr. Jan Hansen** (University of California San Diego / HU Berlin)

Als Los Angeles das Licht ausmachte: Stromknappheit, Verbraucherlenkung und der Wandel sozialer Ordnungen in den 1920er Jahren

15:45 **Joachim Brenner** (Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg)

„Micky Maus & Goofy auf Entdeckungsreise“ – Exxon und Disney erklären Kindern das Energiesparen

16:30 **Abschlussdiskussion** und Planung der weiteren Schritte des Arbeitskreises

17:00 Ende der Sitzung