

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

