

**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