

**Universität der Freien und Hansestadt Hamburg  
Institut für Soziologie**

**Einführung in die Markensoziologie**

Prof. Dr. Alexander Deichsel  
Gründungsdirektor am Institut für Markentechnik Genf  
Mi 18-20 Uhr ESA Hörsaal M SS 2008

**Der Gegenstand Marke ...**

**9. April**

**Die soziologischen Lebewesen**

**16. April**

**Warum Leibniz schon alles wusste**

**23. April**

**Gastvorlesung: Dr. Timm Homann, Peek & Cloppenburg Hamburg  
BWL ohne Gestaltwissen?**

**30. April**

**Die Marke ist ein Energiesystem**

**... muss normativ geführt werden ...**

**7. Mai**

**Selbstähnliche Markenführung®**

**21. Mai**

**Managementfelder des Markensystems**

**28. Mai**

**Grenzmanagement**

**4. Juni**

**Gastvorlesung: Jan Biallas M.A., Institut für Markentechnik Genf  
Normatives Vertriebsmanagement**

## **... und gestaltdiszipliniert wachsen.**

**11. Juni**

**Substanzwachstum – Organisch und strukturell**

**18. Juni**

**Gastvorlesung: Manfred Schmidt, Institut für Markentechnik Genf**

**Typische Fehler: Das Bermudadreieck**

**25. Juni**

**Globalisierung ist Wettbewerb der Herkünfte**

**2. Juli**

**Gastvorlesung: Dr. Axel Schroeder, MPC Capital, Hamburg**

**MPC Capital AG – Wachstum zu Hanseatischen Bedingungen**

**9. Juli**

**Résumé und Empfehlungen**

### **Zu den Gastreferenten:**

Jan Biallas, M.A., Institut für Markentechnik Genf, Executive Consultant Markentechnik

Timm Homann, Dr. phil., Peek&Cloppenburg Hamburg, Unternehmensleitung

Manfred Schmidt, Institut für Markentechnik Genf, Delegierter des Verwaltungsrates

Axel Schroeder, Dr. phil., MPC Capital AG Hamburg, Vorsitzender des Vorstandes

### **Literatur:**

Busch, Martin, Der Radiosender als Marke, 2007, Bremen

Deichsel, Alexander, 2006, Markensoziologie, 2.erw. Auflg., Frankfurt/M

Deichsel, A. et. al. (Hrg.), Jahrbuch Markentechnik 1995ff., Frankfurt/M,

aktuell: Deichsel, A. et al. (Hrg.), 2005, Jahrbuch Markentechnik 2006/2007, Frankfurt/M

Homann, Timm, 2000, Die Marke als Instanz der strategischen Unternehmensführung. Ein Beitrag zur markentechnischen Führungslehre, Hamburg

Leibniz, Gottfried Wilhelm, Die Monadologie, 1998, übersetzt und philosophiewissenschaftlich kommentiert von Hartmut Hecht, zweisprachig, Stuttgart

Leibniz, Gottfried Wilhelm, Monadologie, 2006, markentechnisch kommentiert von Alexander Deichsel, édition bilingue, Genf

Schmidt, Manfred, 2003, Marken im Bermudadreieck. Wo Unternehmen ihr Geld versenken. Und wie sie es wieder heben können, Frankfurt/M

Schroeder, Axel, 1993, Betrachtungsweisen der Moderne und das Beispiel Brasilien, Hamburg

Zschesche, Arndt, 2007, Positives Vorurteil Deutschland gegenüber: Mercedes Benz, Münster

Dch / Stand: 20.2.08

**Prof. Dr. Alexander Deichsel · [deichsel@uni-hamburg.de](mailto:deichsel@uni-hamburg.de)  
Direktor am Institut für Markentechnik Genf · [alexander.deichsel@markentechnik.ch](mailto:alexander.deichsel@markentechnik.ch)**

## **Kommentar**

Die Marke ist ein Wirtschaftskörper, der die Leistungen der gesamten Wertschöpfungskette integriert und sie auf die gemeinsame Kundschaft ausrichtet. Die Genfer Schule der Markentechnik hat die Hamburger Anfänge zu moderner und durchsetzungsstarker Anwendung entwickelt. Die Vorlesung illustriert einige Blickweisen, wie Markensysteme aufgebaut und vererbungs-fähige geführt werden müssen.

Dch