

Erinnerungen an Richard Köhler

In memoriam Ein großartiger Weggefährte hat uns am 4. September 2020 im Alter von 83 Jahren unerwartet für immer verlassen: Richard Köhler. Wir kannten uns fast vierzig Jahre, hatten erste Kontakte in den frühen 1970ern. In Erinnerung sind mir vor allem die Jahre, die wir ab 2002 gemeinsam bei der Gesellschaft zur Erforschung des Markenwesens (G·E·M) verbrachten.

Prof. Dr. Richard Köhler, seit 1993 Mitglied im G·E·M Kuratorium, 2011 zum Ehrenmitglied der G·E·M ernannt, engagierte sich besonders für den 1997 gestarteten „G·E·M Markendialog“. Bei diesen jährlichen Vortrags- und Diskussionsveranstaltungen wird ein aktuelles Dachthema aus dem Bereich des Markenwesens in drei Unterthemen gegliedert und jeweils von einem Wissenschaftler und einem Praktiker aufbereitet. Nach jedem Vortragspaar eine Diskussion mit dem Auditorium. Prof. Köhler besorgte die Auswahl der Themen und der Referenten. Er hat die Veranstaltung von 1997 bis 2011 moderiert und die Diskussionen mit den Teilnehmern geführt. Ich habe seine Kunst bewun-

**PROF. DR. DR. H.C. DR. H.C.
RICHARD KÖHLER**
Diskutant beim
19. G·E·M Markendialog
am 19. Februar 2015 in Berlin.



dert, wie er dies mit Ruhe und Überlegenheit tat. Großartig seine Fähigkeit, zu einem in die Diskussion eingebrachten Gedanken ein Zitat mit Quelle hinzuzufügen. Er hatte ein unwahrscheinliches Wissen, das er bei Bedarf abrufen und einbringen konnte.

2001 erscheint das von Prof. Dr. Richard Köhler gemeinsam mit Dr. Wolfgang Majer und Heinz Wiezorek im Auftrag der G·E·M herausgegebene Buch *Erfolgsfaktor Marke. Neue Strategien des Markenmanagements*. Der Sammelband mit 13 ausgewählten Themen folgt dem bei den G·E·M Markendialogen entwickelten und bewährten Konzept: Es schreibt jeweils ein Autoren-Paar, ein Wissenschaftler und ein Praktiker.

2010 folgt das im Auftrag der G·E·M und mit Unterstützung des Markenverbandes von Prof. Dr. Manfred Bruhn und Prof. Dr. Dr. h.c. Dr. h.c. Richard Köhler herausgegebene Buch *Wie Marken wirken. Impulse aus der Neuroökonomie für die Markenführung* mit 20 Beiträgen von Autoren aus Wissenschaft und Praxis. Vorausgegangen war am 18. November 2008 das 1. G·E·M Forum „Neuroökonomie und Markenführung“, konzipiert von Prof. Dr. Richard Köhler und Prof. Dr. Dieter Ahlert, Universität Münster.

Zwei Werke, die neuen Strategien des Marken-Managements und Impulsen für die künftige Markenführung gewidmet sind. Die Handschrift von Richard Köhler ist unverkennbar. Ebenso das Ziel, Wissenschaft und Praxis zusammenzuführen, Wissenschaft in den Dienst der Praxis zu stellen. Professor Köhler lebte die „Angewandte Wissenschaft“.

Bei der Verleihung des Ehrendokortitels der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Katho-

lischen Universität Eichstätt am 26. Januar 2005 wurde dies besonders hervorgehoben: Professor Dr. Bernd Stauss beschrieb in seiner Laudatio Köhler als wissenschaftlichen Zehnkämpfer: Köhler stehe für den Brückenschlag zwischen Theorie und Praxis. Das gelte für seine verständliche, relevante und anwendungsbezogene Forschung sowie sein ganzes

„Wenn heute das akademische Marketing in der unternehmerischen Praxis einen guten Ruf hat, dann ist das in hohem Maße auch Richard Köhlers Verdienst, seines Werkes und seines engagierten Einsatzes, diesen Brückenschlag herzustellen.“

Professor Dr. Bernd Stauss

akademisches Leben. „Wenn heute das akademische Marketing in der unternehmerischen Praxis einen guten Ruf hat, dann ist das in hohem Maße auch Richard Köhlers Verdienst, seines Werkes und seines engagierten Einsatzes, diesen Brückenschlag herzustellen.“

Textquelle: *markenartikel*, Heft 10/2020



WOLFGANG K.A. DISCH,
Verleger, Hamburg.