

**Names in the Economy 2, Wirtschaftsuniversität Wien, 14. bis 16. Juni 2007**

Freitag, den 15. Juni 2007 (UZA1: Festsaal)		Samstag, den 16. Juni 2007	
	<b>Sektion 1</b> (UZA1: Festsaal)	<b>Sektion 4</b> (UZA 4: S. B208)	<b>Sektion 7</b> (UZA 4: S. B206)
9.00 Uhr – 9.30 Uhr	<b>Eröffnung</b> (Fischer/ Kuhn / Stegu / Wochele)	J. Humbley / J.-L. Vaxelaire: <i>Les enjeux du nom des ONG</i> (UZA 4: S. B206)	
9.30 Uhr – 10.00 Uhr	L. Kremer: <i>Von der Vereinsbank in Hamburg zur HVB: Zur Diachronie deutscher Unternehmensnamen</i>	A. Teutsch: <i>Linguistische Expertise bei der Frage der Markeneignung – Wer sagt wann, was Marken sind?</i>	A. Zilg: <i>Markennamen im italienischen Lebensmittelmarkt</i>
10.00 Uhr – 10.30 Uhr	A. Bergien: <i>Business names as indicators of tradition and innovation</i>	S. Pizziconi: <i>From the name of inventions to the invention of names</i>	S. Reimann: <i>Unternehmensgeschichte kompakt – Namen in der Werbung</i>
10.30 Uhr – 11.00 Uhr	Kaffeepause	Kaffeepause	
	<b>Sektion 2</b> (UZA1: Festsaal)	<b>Sektion 5</b> (UZA 4: S. B208)	<b>Sektion 8</b> (UZA 4: S. B206)
11.00 Uhr – 11.30 Uhr	E. Ronneberger Sibold: <i>Assoziationen deutscher Markennamen in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts</i>		M. Martin: <i>Du vin et des mots, une analyse comparative de l'onomastique des noms de vin en France et dans la province du Québec [Canada]</i>
11.30 Uhr – 12.00 Uhr	P. Coticelli Kurras: <i>Assoziationen italienischer Markennamen in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts</i>	S. Goryaev: <i>The name and the game. Product- and company names of the anthroponymic origin in the modern Russian language</i>	M. Rieger: <i>Trattoria Alfredo oder Da Marco – Wie viel Italianità braucht der deutsche Lebensmittelmarkt?</i>
12.00 Uhr – 12.30 Uhr	Mittagessen (Ruben's Palais & Ruben's Brasserie, Palais Liechtenstein, 9., Fürstengasse 1)	O. Vrublevsckaya: <i>Die Pragmatik der Namen von ökonomischen Events</i>	W. Brandl: <i>Naming Strategies in Relation to Product Strategies – A preliminary investigation in naming patterns for diverse brand levels</i>
12.30 Uhr – 14.30 Uhr		Mittagessen (Zum Reznicek, 9., Reznicekgasse 10)	
	<b>Sektion 3</b> (UZA1: Festsaal)	<b>Sektion 6</b> (UZA 4: S. B208)	<b>Sektion 9</b> (UZA 4: S. B206)
14.30 Uhr – 15.00 Uhr	M. Stegu / A. Gelke: <i>Brand name awareness: Beziehungen zwischen Marken-, Namen- und Sprachbewusstheit</i>	E. Trifonova: <i>The opposition of „naming person – addressee“ in commercial ergonomics (experimental investigation)</i>	Chr. Zschieschang: <i>Zwischen Böhmen und Sachsen – Mobilität und Wirtschaft im Namenschatz des Früh- und Hochmittelalters</i>
15.00 Uhr – 15.30 Uhr	E. Lavric: <i>Towards a rhetoric of dish names on restaurants' menus</i>	A. Garovi: <i>Kaparre – der Einfluss Italiens auf die Wirtschaftssprache</i>	P. Sjöblom: <i>Some viewpoints to the meaning and interpretation of company names</i>
15.30 Uhr – 16.00 Uhr	Kaffeepause	K. Leibring: <i>Is your name a good investment? Socio-economic reasons for surname changes in Sweden</i>	I. Spitzner: <i>Firmennamen</i>
16.00 Uhr – 16.30 Uhr	G.-L. Ballon: <i>La protection juridique des marques banales ou génériques</i>	Kaffeepause	
16.30 Uhr – 17.00 Uhr	B. Ulrich: <i>Der Prozess der Namensfindung in der Agenturpraxis</i>	A. Loetscher: <i>Ciba-Geigy + Sandoz → Novartis + Syngenta + Clariant. Firmennamentypen in der Fusions- und IPO-Welle</i> (UZA 4: S. B206)	
17.00 Uhr – 17.30 Uhr	<b>Roundtable / Table ronde</b>	<b>Verabschiedung der TeilnehmerInnen</b>	
17.30 Uhr – 18.00 Uhr		Ab 17.30 Uhr: Abendprogramm: Heurigenbesuch (Heuriger <i>Schübel-Auer</i> , Kahlenberger Straße 22, 1190 Wien-Nussdorf; Endhaltestelle Straßenbahnlinie D, „Nussdorf“)	
Ab 18.00 Uhr	Stadtspaziergang und gemeinsames Abendessen (Zwölf-Apostelkeller; 1., Sonnenfelsgasse 3)		