

Jahresbilanz 2016

Prof. Dr. Carsten Baumgarth

(Professur für Marketing, insbesondere Markenführung
an der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin)

(1.1.2016 – 31.12.2016)



Hochschule für
Wirtschaft und Recht Berlin
Berlin School of Economics and Law

DERMARKENTAG2016

29.–30. September 2016



Höhepunkte der Veranstaltung:

- 3 Schwerpunkte: Co-Creation, Handmade & CSR
- Keynotes u.a. von Prof. Dr. Nicholas Ind & Prof. Dr. Christoph Fuchs
- Praxisbeispiele von Coca Cola, Otto Bock, ppd, Sawade & Werkhaus
- 4 Science Sessions mit wissenschaftlichen Vorträgen
- Besuch der Pop-up-Ausstellung »Farbrausch trifft RAL 4010«
- Attraktives Abendprogramm

Keynotes von:

							
Thomas Halstrick (Gründer & Geschäftsführer ppd Paperproducts Design)	Axel Bachmann (Geschäftsleiter Nachhaltigkeit Coca-Cola)	Prof. Dr. Christoph Fuchs (Technische Universität München)	Tobias Pämmerich (Marketingleiter ppd Paperproducts Design)	Benno Hübel (Inhaber Sawade)	Prof. Dr. Nicholas Ind (Kristiania University College, Oslo)	Holger Danneberg (Gründer & Geschäftsführer Werkhaus)	Christin Gunkel (CMO Otto Bock)

Aktuelle Informationen & Anmeldung unter: www.dermarkttag.de
Die Veranstaltung wird durchgeführt in Kooperation mit: 

Sponsored by

   

Adresse: Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin ♦ Fachbereich I ♦ Professur für Marketing, insbesondere Markenführung ♦ Badensche Straße 52 ♦ 10825 Berlin ♦ Tel.: +49 (0)30 30 877 1481 ♦ E-Mail: cb@cbaumgarth.net ♦ Homepage: www.cbaumgarth.net

VORBEMERKUNG

Hochschulen und Hochschulprofessoren werden zumindest an staatlichen Hochschulen überwiegend vom Steuerzahler finanziert. Daher sehe ich es persönlich als Verpflichtung an, einmal pro Jahr Rechenschaft (seit 2007) über die Ergebnisse des eigenen Tuns zu geben und diese auch öffentlich zugänglich zu machen. Gleichzeitig soll die Jahresbilanz auch dazu dienen, Interessierten einen Einblick in die Arbeit der Professur für Marketing, insbesondere Markenführung an der HWR Berlin zu geben und bei Anknüpfungspunkten auch die Möglichkeit eröffnen, Kontakt mit uns aufzunehmen. Schließlich dient die Jahresbilanz auch zur Reflektion der eigenen Tätigkeiten im abgelaufenen Jahr.

I. PUBLIKATIONEN

a. Monographien und Herausgeberwerke

1. Baumgarth, C.; Sandberg, B. (Hrsg.) (2016): Handbuch Kunst-Unternehmens-Kooperationen, Bielefeld.

b. Beiträge in wissenschaftlichen Zeitschriften/Büchern (doppelt blinde Begutachtung)

2. Baumgarth, C.; Kaluza, M.; Lohrisch, N. (2016): Brand Audit for Cultural Institutions (BAC): A Validated and Holistic Brand Controlling Tool, in: *International Journal of Arts Management*, Vol. 19, No. 1, pp. 54-68.
3. Kristal, S.; Baumgarth, C.; Behnke, C.; Henseler, J. (2016): Is co-creation really a booster for brand equity? The role of co-creation in observer-based brand equity (OBBE), in: *Journal of Product and Brand Management*, Vol. 25, No. 3, pp. 247-261.
4. Merrilees, B.; Baumgarth, C. (2016): Performance Benefits of Hybrid Brand and Market Orientation Interactions, in: *Looking Forward, Looking Back*, Eds.: Campbell, C.; Ma, J. J., New York et al., pp. 868-875.

c. Beiträge zu wissenschaftlichen Tagungen (doppelt blinde Begutachtung)

5. Baumgarth, C. (2016): The collage 'Arts & Corporate Branding' - Research streams, examples and springboard for further research", in: Proceedings 19th Symposium of the International Corporate Identity Group (ICIG), University of Essex, pp. 28-30.
6. Kristal, S.; Baumgarth, C.; Henseler, J. (2016): When co-creation goes wrong - Brand dilution through non-collaborative co-creation, Proceedings 11th Global Brand Conference, Bradford University (9 Seiten).
7. Baumgarth, C.; Yildiz, Ö. (2016): Discovery of brand image by arts - Comparison of Arts-based brand research methods (ABBR), Proceedings 11th Global Brand Conference, Bradford University (14 Seiten).



8. Lückenbach, F.; Baumgarth, C.; Schmidt, H. J.; Henseler, J. (2016): Identity, customer needs or risk-taking? Empirical analysis of the impact of brand, market and entrepreneurial orientation on the performance of Social Entrepreneurial Organizations (SEOs), Proceedings 11th Global Brand Conference, Bradford University (12 Seiten).
9. Boltz, D.-M.; Baumgarth, C. (2016): Domizlaff revisited – Expert validation of the ‘brand laws’ by a live research (LR) approach, Proceedings 11th Global Brand Conference, Bradford University (10 Seiten).

d. Beiträge in wissenschaftlichen Zeitschriften und Sammelwerken (Begutachtung durch Herausgeber)

10. Baumgarth, C. (2016): Marken-Audit - Skizze und Erfahrungen mit einem holistischen Markencontrolling, in: *PraxisWISSEN Marketing*, 1. Jg., H. 1, S. 22-34.
11. Baumgarth, C.; Lohrisch, N.; Bieleke, S. (2016): Wie Kooperationen mit Unternehmen gelingen können - KUK-Checkliste für Künstler, in: *Handbuch Kunst-Unternehmens-Kooperationen*, Hrsg.: Baumgarth, C.; Sandberg, B., Bielefeld, S. 455-464.
12. Baumgarth, C.; Lohrisch, N.; Bieleke, S. (2016): Wie Kooperationen mit Künstlern gelingen können - KUK-Checkliste für Unternehmen, in: *Handbuch Kunst-Unternehmens-Kooperationen*, Hrsg.: Baumgarth, C.; Sandberg, B., Bielefeld, S. 443-453.
13. Baumgarth, C.; Brunsen, H.; Lohrisch, N. (2016): Die Partner suchen und finden - KUK-Plattformen als Impulsgeber, in: *Handbuch Kunst-Unternehmens-Kooperationen*, Hrsg.: Baumgarth, C.; Sandberg, B., Bielefeld, S. 365-388.
14. Baumgarth, C.; Brunsen, H. (2016): BENEOLifestyle-Kampagne, in: *Handbuch Kunst-Unternehmens-Kooperationen*, Hrsg.: Baumgarth, C.; Sandberg, B., Bielefeld, S. 321-334.
15. Baumgarth, C.; Kaluza, M.; Lohrisch, N. (2016): WARSTEINER Art Collection, in: *Handbuch Kunst-Unternehmens-Kooperationen*, Hrsg.: Baumgarth, C.; Sandberg, B., Bielefeld, S. 307-320.
16. Engelhardt, M.; Schwär, L.; Baumgarth, C. (2016): Markenrelaunch und Positionierungskampagne der aixigo, in: *Handbuch Kunst-Unternehmens-Kooperationen*, Hrsg.: Baumgarth, C.; Sandberg, B., Bielefeld, S. 297-306.
17. Lohrisch, N.; Baumgarth, C. (2016): 'Act Leadership' - ein theaterbasiertes Trainingsformat für Immobilienscout24, in: *Handbuch Kunst-Unternehmens-Kooperationen*, Hrsg.: Baumgarth, C.; Sandberg, B., Bielefeld, S. 271-281
18. Baumgarth, C. (2016): Markenführung mit Kunst - Berührungspunkte und Kollaborationen zweier Welten, in: *Handbuch Kunst-Unternehmens-Kooperationen*, Hrsg.: Baumgarth, C.; Sandberg, B., Bielefeld, S. 155 - 171.

19. Baumgarth, C. (2016): Was wir schon wissen - Stand der KUK-Forschung, in: Handbuch Kunst-Unternehmens-Kooperationen, Hrsg.: Baumgarth, C.; Sandberg, B., Bielefeld, S. 49-79.

e. Arbeitspapiere

20. Baumgarth, C.; Yildiz, Ö. (2016): Discovery of Brand Image by the Arts - Empirical Comparison of Arts-Based Brand Research Methods (ABBR), Working-Paper No. 91 des IMB, Berlin.
21. Baumgarth, C.; Mutze, S. (2016): Technologiemarken-Ranking B-to-C (2016): Modell und Ergebnisse, Arbeitspapier Nr. 2 des Expertenrats Technologiemarken, Koblenz.
22. Baumgarth, C.; Gietl, J.; Kilian, K.; Schmidt, H. J. (2016): Technologiemarken: Definition, Relevanz und Trends, Arbeitspapier Nr. 1 des Expertenrats Technologiemarken, Koblenz.

f. Sonstiges (Praxiszeitschriften, Kurzbeiträge, Interviews etc.)

23. Baumgarth, C. (2016): Buchbesprechung "The Routledge Companion to Contemporary Brand Management (Hrsg.: Dall'Olmo Riley, F.; Singh, J.; C. Blankzog), in: *transfer - Werbeforschung & Praxis*, 62. Jg., H. 4, S. 63.
24. Baumgarth, C.; Mutze, S. (2016): Technologiemarken-Ranking: Samsung schlägt Apple deutlich, in: *Markenartikel*, 78. Jg., H. 12, S. 66-68.
25. Baumgarth, C. (2016): Neue Trends_Alte Gesetze, in: *B2B - Das Magazin für B2B-Marken*, o. Jg., H. 2, S. 46-48.
26. Baumgarth, C. (2016): NachhaltigKunst - Der Elektroschrott-Transformer Batman, in: *forum NachhaltigWirtschaften*, o. Jg., H. 4, S. 100 - 102.
27. Baumgarth, C. (2016): Ingredient Branding: Gemeinsamkeiten von CR7, Tesla, Porsche Design mit Intel und Gore-Tee, in: *BusinessIntegrator*, Issue 20, S. 1-3.
28. Baumgarth, C. (2016): Andrei Krioukov - Der Cola-Dosen-Künstler, in: *forum - NachhaltigWirtschaften*, o. Jg., H. 3, S. 102-103.
29. Baumgarth, C. (2016): Lichtung im Dschungel der Markenweltmodelle, in: *Real Estate Brand Book 2016*, Hrsg.: Steiner, H., Berlin, S. 6-8.
30. Baumgarth, C. (2016): NachhaltigKunst - Der Upcycler Michael Albert, in: *forum NachhaltigWirtschaften*, o. Jg., H. 2, S. 117-118.
31. Baumgarth, C. (2016): NachhaltigKunst - Songs of the T-Shirt, in: *forum NachhaltigWirtschaften*, o. Jg., H. 1, S. 80-82.

II. FORSCHUNG

a. Vorträge

1. Farbrausch trifft RAL 4010 – Berührungspunkte und Kollaborationen von Kunst und Marke, Universität Bremen, Bremen (5. Dezember).
2. Farbrausch trifft RAL 4010 – Berührungspunkte und Kollaborationen von Kunst und Marke, Hochschule Luzern, Luzern (17. November).
3. The collage “Arts & Corporate Branding” – Research streams, examples and spring-board for further research, 19th ICIG Symposium, University of Essex (14. Juni).
4. Domizlaff revisited – Expert validation of the ‘brand laws’ by a live research (LR) approach, 11th Global Brand Conference, Bradford University (zusammen mit Dirk-Mario Boltz) (29. April).
5. When co-creation goes wrong – Brand dilution through non-collaborative co-creation, 11th Global Brand Conference, Bradford University (zusammen mit Samuel Kristal und Jörg Henseler) (28. April).
6. Identity, customer needs or risk-taking? Empirical analysis of the impact of brand, market and entrepreneurial orientation on the performance of Social Entrepreneurial Organizations (SEOs), 11th Global Brand Conference, Bradford University (zusammen mit Florian Lückenbach, Holger J. Schmidt und Jörg Henseler) (28. April).
7. Discovery of brand image by arts – Comparison of Arts-based brand research methods (ABBR), 11th Global Brand Conference, Bradford University (zusammen mit Özelm Yildiz) (27. April).

b. Leistungen für die akademische Community

1. Reviewtätigkeiten

Im Jahre 2016 wurden Reviews für die Zeitschriften *Journal of Brand Management*, *Journal of Business Review*, *Journal of Human Resource and Sustainability Studies*, *Journal of Product and Brand Management*, *Marketing Review St. Gallen*, *Marketing ZFP* und *Online Information Review* erstellt. Darüber hinaus wurden mehrere Beiträge für die 12th Global Brand Conference begutachtet.

2. Reviewboard

2016 war Prof. Baumgarth in folgenden Reviewboards tätig: *transfer – Werbeforschung & Praxis*, *Marketing ZFP* (einziger Fachhochschulprofessor in dem Board) und *Journal of Product and Brand Management*. Darüber hinaus ist er seit 2013 Mitherausgeber der Reihe *IMB Working Paper* (<http://www.mba-berlin.de/de/imb-community/forschung/>).

3. Betreuung und Abschluss von Bachelor- und Masterarbeiten

Insgesamt wurden 2016 an der HWR Berlin und der Nordakademie 16 Bachelor- bzw. Masterarbeiten als Erstbetreuer betreut.

4. Unterstützung Promotionen

2016 hat Prof. Baumgarth als externer Gutachter die Doktorarbeit von Sascha Worrich („Die Stärke von Luxusmarken im interkulturellen Kontext: Eine Untersuchung in Österreich und China) an der WU Wien unterstützt. Darüber hinaus hat er als Zweitbetreuer zusammen mit Prof. Dr. Jörg Henseler (Universität Twente) die Betreuung und Förderung des Doktoranden Samuel Kristal weiter vorangetrieben.

5. Akademische Selbstverwaltung

Prof. Baumgarth war 2016 Mitglied in der Forschungskommission des Fachbereichs I sowie Vorsitzender der Fachkommission Forschung und Nachwuchsförderung (FNK) der HWR Berlin.

6. Mitarbeit im Institut für Nachhaltigkeit (INa)

Prof. Baumgarth hat 2016 sich für den weiteren Aufbau des 2012 an der HWR mitgegründeten Instituts für Nachhaltigkeit (INa) (www.institut-ina.de) engagiert.

c. Forschungs- und Publikationsprojekte

1. Kunst-Unternehmens-Kooperationen (KUK) als Motor für Wirtschaft und Kunst

Anfang 2016 wurde das Forschungsprojekt (Beginn 2013) zur Erforschung des Nutzens, der Barrieren und der Prozesse von Kollaborationen von Künstlern und Unternehmen abgeschlossen. Als Abschluss hat Prof. Baumgarth zusammen mit Prof. Dr. Berit Sandberg (HTW Berlin) Anfang 2016 das „Handbuch Kunst-Unternehmens-Kooperationen“ mit 29 Beiträgen beim Verlag transcript herausgegeben. Aktuelle Informationen zu diesem Forschungsfeld finden sich auch unter www.arts-push-business.de.

2. Pop-up Ausstellung und Vortrag „Farbrausch trifft RAL 4010“ sowie Nachhaltig-Kunst

Auch in 2016 wurde die Pop-up-Ausstellung „Farbrausch trifft RAL 4010“ (Konzeption: Ende 2014) wieder gezeigt. Neben der Integration in die Konferenz **DERMARKEN-TAG2016** an der HWR Berlin (29.9.2016) wurde die Ausstellung auch erstmal in der Schweiz an der Hochschule Luzern (17. -19.11.2016) gezeigt. Darüber hinaus wurde aufbauend auf der Ausstellung sowie eigenen Forschungsarbeiten ein Vortrag mit dem gleichen Titel entwickelt, der 2016 erstmals an der Universität Bremen gehalten wurde. Schließlich wurde 2016 in der Zeitschrift *forum - Nachhaltig Wirtschaften* die Kolumne NachhaltigKunst etabliert, die in jeder Ausgabe einen Künstler oder ein Kunstwerk mit einem Bezug zum Thema Nachhaltigkeit vorstellt. Bislang wurden die Theaterperformance „Songs of the T-Shirt“ sowie die Künstler Michael Albert, Andrei Krioukov und Muharem Batman porträtiert.

3. bvik-Budget-Studie

Seit 2014 unterstützt Prof. Baumgarth die jährliche Budgetstudie des Bundesverbandes Industriekommunikation (bvik) in konzeptioneller und methodischer Hinsicht. Als Schwerpunktthema wurde 2016 das Thema Kompetenzen der Marketingabteilung ausgewählt. Ergebnisse werden im Frühjahr 2017 zur Verfügung stehen.

4. Arts-based brand research (ABBR)

2015 wurde zusammen mit Özlem Yildiz ein neues Forschungsprojekt gestartet, welches sich mit dem Einsatz von künstlerischen Methoden zur Analyse von Markenimages beschäftigt. In einer ersten Studie wurden rund 80 „Kunstwerke“ von Probanden für zwei Marken mithilfe von Collagen, Psychodrawing, Multi-Sensory-Sculpting und Lego Serious Play erstellt. 2016 wurden die Ergebnisse auf der 11th Global Brand Conference in Bradford international präsentiert sowie in einem Arbeitspapier dokumentiert.

5. Expertenrat Technologiemarken und Technologiemarken-Ranking B-to-C (2016)

Zusammen mit den Professoren Dr. Holger J. Schmidt (Hochschule Koblenz) und Dr. Karsten Kilian (Hochschule Würzburg-Schweinfurt) und Herrn Jürgen Gietl hat Prof. Baumgarth in 2015 den Expertenrat Technologiemarken mitgegründet. 2016 hat Prof. Baumgarth in Zusammenarbeit mit Sophie Mutze, dem Expertenrat Technologiemarken sowie dem Marktforschungsunternehmen puls das erste Technologiemarken-Ranking B-to-C mit über 60 Marken und rund 4.800 Markenbewertungen erstellt. Das Ranking wurde auf der Konferenz **DER-MARKENTAG2016** der Fachöffentlichkeit vorgestellt, in einem Arbeitspapier ausführlich dokumentiert und in der Zeitschrift *Markenartikel* der breiteren Fachöffentlichkeit zugänglich gemacht. Weitere Informationen & kostenloses Download des Arbeitspapiers unter www.technologiemarken.de.

6. Nachhaltigkeitsbarometer LOXXESS und VAILLANT

Für das Logistikunternehmen *Loxxess* und das Heiz-, Lüftungs- und Klimaunternehmen *Vaillant* wurde zusammen mit *dr. wecker consulting* Marktforschungsprojekte zum Thema Nachhaltigkeit realisiert.

d. Organisation von Tagungen

Nach intensiver Vorbereitung können wir auf eine gelungene Konferenz zurückblicken. Ende September fand **DERMARKENTAG2016** in Berlin an der Hochschule für Wirtschaft und Recht statt. Prof. Baumgarth und Prof. Holger J. Schmidt organisierten die sechste Auflage dieser Konferenz mit den thematischen Schwerpunkten Co-Creation, Handmade und CSR. Interessante Insights zu diesen Themen lieferten dabei unsere beiden wissenschaftlichen Keynote-Speaker Prof. Christoph Fuchs (TU München) und Prof. Nicholas Ind (Kristiania University College, Oslo). Axel Bachmann (Coca-Cola), Holger Danneberg (Werkhaus), Christin Gunkel (Ottobock), Thomas Halstrick (ppd paper design) und Benno Hübel (Sawade) begeisterten durch spannende Cases. Ein Abstecher in unsere Pop-up-Ausstellung „Farbrausch trifft RAL 4010“ gehörte ebenso wie ein Workshop zur Kreation einer „Männerservierte“ zum Programm. Ein weiteres Highlight der Konferenz war der Besuch der „PanAm Lounge“, einem Retro-Penthouse aus den Sixties, der ikonischen und mittlerweile untergegangenen Marke *PanAm*. Die Location liegt im zehnten Stock des „Eden Hochhauses“ mitten im alten Westen von Berlin. Bei perfektem Spätsommerwetter konnten alle einen fantastischen Blick über die Stadt genießen. 2017 wird ein Buch mit den einzelnen Konferenzbeiträgen erscheinen. Als Vorbereitung für die Konferenz wurden auch Videos mit den Keynote-Speakern erstellt, die auf dem YouTube-Kanal von Carsten Baumgarth verfügbar sind.

e. Impact und Auszeichnungen

Für den Namen Carsten Baumgarth liefert *Google Scholar* (<http://scholar.google.de/citations?user=QLiZ9ooAAAAJ&hl=de>) folgende Ergebnisse:

- Zitate: 2.559
- h-Index: 25
- i-Index: 54

ResearchGate ermittelt einen RG-Score von 21,63 (mehr als 72,5 % aller RG-Mitglieder).

Prof. Baumgarth hat zusammen mit Samuel Kristal für den Beitrag „Die Mitmachmarke – Forschungsstand und Agenda Brand Co-Creation (BCC)“ den **Best Paper Award – Forschung & Essays 2016** der Zeitschrift *transfer – Werbeforschung & Praxis* gewonnen.

Für den zusammen mit Mats Urde und Bill Merrilees 2013 im Journal of Business publizierten Beitrag „Brand orientation and market orientation – From alternatives to synergy“ hat Prof. Baumgarth 2016 gleich zwei Awards für den Impact des Beitrags gewonnen: **Emerald Citations of Excellence 2016** und **Elsevier Certificate for Highly Cited Research 2016**.

III. LEHRE

a. Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin

Im Sommersemester 2016 haben wir folgende Lehrveranstaltungen an der HWR Berlin durchgeführt:

- Einführung ins Studium (2 SWS)
- Marketing (4 SWS)
- Themenfeld „Rahmenbedingungen und Management von Dienstleistungen – Schwerpunkt Marketing & Management (3 SWS)
- Studium Generale: Kunst- und Unternehmen – Berührungspunkte, Erfahrungen und Nutzen (2 SWS)
- Ausgewählte Fragen des Marketing: Markenpolitik (4 SWS)
- Praxisseminar (1 SWS)

Im WS 2016/2017 hat die Professur folgende Lehrveranstaltungen angeboten:

- Einführung ins Studium (2 SWS)
- Marketing (4 SWS)
- Praxisseminar (1 SWS)
- Ausgewählte Fragen des Marketing: Markenpolitik (4 SWS)
- Themenfeld „Rahmenbedingungen und Management von Dienstleistungen – Schwerpunkt Marketing & Management (3 SWS)

b. Sonstiges Lehre

2016 wurden mehrere ein- und mehrtägige Seminarveranstaltungen an den folgenden Hochschulen durchgeführt: *Universität Würzburg, Hochschule Luzern, Steinbeis Universität, Nordakademie Elmshorn* und *European Business School Oestrich-Winkel*.

Ferner hat Prof. Baumgarth zusammen mit Anne Baumgarth für die Hochschule Luzern eine dreitägige Exkursion in Berlin organisiert und betreut. Im Rahmen dieser Exkursion wurden u. a. das *Bikini Berlin, KPM, Sawade, Ritter Sport, Mercedes* sowie *trial & error* besucht.

In allen unseren Lehrveranstaltungen in Berlin und anderswo versuchen wir Praxis und andere Sichtweisen durch Gastvorträge, gemeinsame Veranstaltungen oder Exkursionen in die Lehre zu integrieren. 2016 besuchten wir mit studentischen Gruppen u. a. die Agentur *kleiner & bold*, das Marktforschungsunternehmen *eye square*, die Künstler *Andrea Wallgren* und *Jakob Roepke* sowie die Unternehmen *LichtBlick, GASAG, Axel Springer, Kryolan, Otto-Bock, ImmobilienScout* und *Our Berlin*. Darüber hinaus hielt *Dr. Marc Herz* von *kleinundpläcking* einen Gastvortrag.

c. Homepage und PR

Zur Unterstützung der Lehre und auch der Forschung wurde auch in 2016 die Seite www.cbaumgarth.net regelmäßig gepflegt. Darüber hinaus wurde für das Forschungsprojekt Kunst-Unternehmens-Kooperationen die Internetpräsenz arts-push-business.de weiterhin gepflegt. Diese Seiten erreichten laut Google Analytics folgende Werte:

	Visits	Visitors	Page Views
www.cbaumgarth.net	5.068	3.350	84.094
www.arts-push-business.de	1.926	1.572	13.959

Darüber hinaus wurden 2016 zwei Newsletter (abrufbar über www.cbaumgarth.net) erstellt und versandt, um unser Netzwerk über Aktuelles der Professur zu informieren.

IV. PRAXIS

a. Jurys

Im Jahre 2016 hat sich Prof. Baumgarth ehrenamtlich in den Jurys für den **GWA Profi Award** (<http://www.gwa.de/awards-events/gwa-profi/>), **Green Brands** (<http://www.greenbrands.org>) und **Superbrands** (<http://www.superbrands.info>) engagiert.

b. Methodenpartner Deutscher Nachhaltigkeitspreis

Bereits zum siebten Mal unterstützte 2016 Prof. Baumgarth mit seinem Team als Methodenpartner den Deutschen Nachhaltigkeitspreis (<http://www.deutscher-nachhaltigkeitspreis.de>) in der Kategorie „Nachhaltigste Marke“. Die Unterstützung umfasste die Evaluation der Selbstbewertungen, die Integration einer externen Markenstärkemessung, die Erstellung einer Vorauswahl und sowie die Präsentation der potentiellen Kandidaten.

c. Vorträge, Podiumsdiskussionen und Moderationen

1. Moderation des Dialogforums “Nachhaltigkeit transportieren – Wie sich Marken und gesellschaftlicher Wandel gegenseitig beeinflussen” im Rahmen des 9. Deutschen Nachhaltigkeitstages, Düsseldorf (25. November).
2. B2B branding for STILL, interne Veranstaltung STILL GmbH, Hamburg (23. November).
3. Auf ein Wort mit Prof. Dr. Carsten Baumgarth, Studentenwettbewerb von Coca-Cola, Europarc und Deutscher Nachhaltigkeitspreis, Klieken (6. Oktober).
4. Mit Spraydosen Marken stärken – Berührungspunkte von Street Art und Marke, Tag der offenen Tür der HWR Berlin, Berlin (26. Mai).
5. “bvik-Studie – B2B-Marketing-Budgets 2015” im Rahmen der Veranstaltung ‘Mitglieder für Mitglieder’ bei Oracle, München (11. Mai).

6. “Markenorientierung im Kulturbereich – Konzepte, Erkenntnisse und Tools” im Rahmen des eventim-Anwenderforums, Bremen (15. April).
7. “Made in Germany”: success factors for good reputation of German products, RKWC-Studienreise “Advanced Manufacturing Industries in Germany”, Berlin (7. April).
8. “Gelingende Kunst-Unternehmens-Kooperationen” im Rahmen des Arts-Club des Verein Berliner Künstler (18. Januar).

V. TEAM & NETZWERKE

a. Mitarbeiter

- Özlem Yildiz (1.1.2016 – 30.9.2016)

b. Studentische Hilfskräfte

Darüber hinaus wurde die Arbeit der Professur durch eine Vielzahl von studentischen Hilfskräften mit unterschiedlichen Laufzeiten und Verträgen im Jahr 2016 unterstützt: Ersin Ak-sün, Antonia Baumgärtel, Sascha Liebau und Katharina Schmiedichen.

c. Partner

Ferner hinaus danken wir einer Vielzahl von Firmen, Personen und Institutionen, die uns in 2016 in der einen oder anderen Weise unterstützt haben:

Michael Albert	OttoBock
Axel Springer	Our Berlin
Muharem Batman	PanAm-Lounge
Prof. Dr. Lars Binckebanck	Norbert Lux
Coca-Cola	psv marketing
Dr. Marc Herz	puls - Marktforschung
dr. wecker consult	Jakob Roepke
Deutscher Nachhaltigkeitspreis	Barbara Roscher
EUREB	sanitized
eye square	Sawade
Prof. Christoph Fuchs	Prof. Dr. Holger J. Schmidt
GASAG	Peter Strahlendorf
Prof. Dr. Nicholas Ind	Verein Berliner Künstler/arts club berlin
ImmobilienScout	vaude
kleiner & bold	Andrea Wallgren
Kryolan	Weleda
Andrei Krioukov	Werkhaus
LichtBlick	

AUSBLICK 2017

Im Jahr 2017 werden insbesondere Publikations- und Konferenzprojekte im Vordergrund stehen. Die zweite Auflage des Buches „B-to-B-Markenführung“ wird im ersten Halbjahr einen Großteil der Kapazitäten einnehmen. Darüber hinaus werden wir auch 2017 wieder versuchen, trotz gravierender strategischer Nachteile gegenüber Universitäten (fehlende personelle und finanzielle Ausstattung, doppelt so hohes Lehrdeputat) sowohl in Quantität als auch Qualität relevante Forschung zu betreiben und zu publizieren. Dies kann uns nur gelingen, wenn wir Drittmittelprojekte generieren können und damit das Team vergrößern und die Lehrbelastung von 18 Semesterwochenstunden reduzieren können.

Ferner wird Prof. Baumgarth als Gastherausgeber für ein Special Issue zum Thema Marke & Kunst im *Journal of Product & Brand Management* fungieren. Auch wird angestrebt die Zusammenarbeit mit der Ho Chi Minh City Open University auszubauen und weitere internationale Forschungsnetzwerke zu etablieren.

Im Sommersemester 2017 startet an der HWR Berlin auch ein neues Masterprogramm im Bereich Marketing. Für diesen Master werden wir die Lehrveranstaltung Brand Management konzipieren und durchführen.

Schließlich sollen die Langfristprojekte „Gründung eines Markeninstituts an der HWR Berlin“ und „Eröffnung eines Markenmuseums“ wieder in Angriff genommen werden.



Prof. Dr. Carsten Baumgarth

Berlin, 2.1.2017