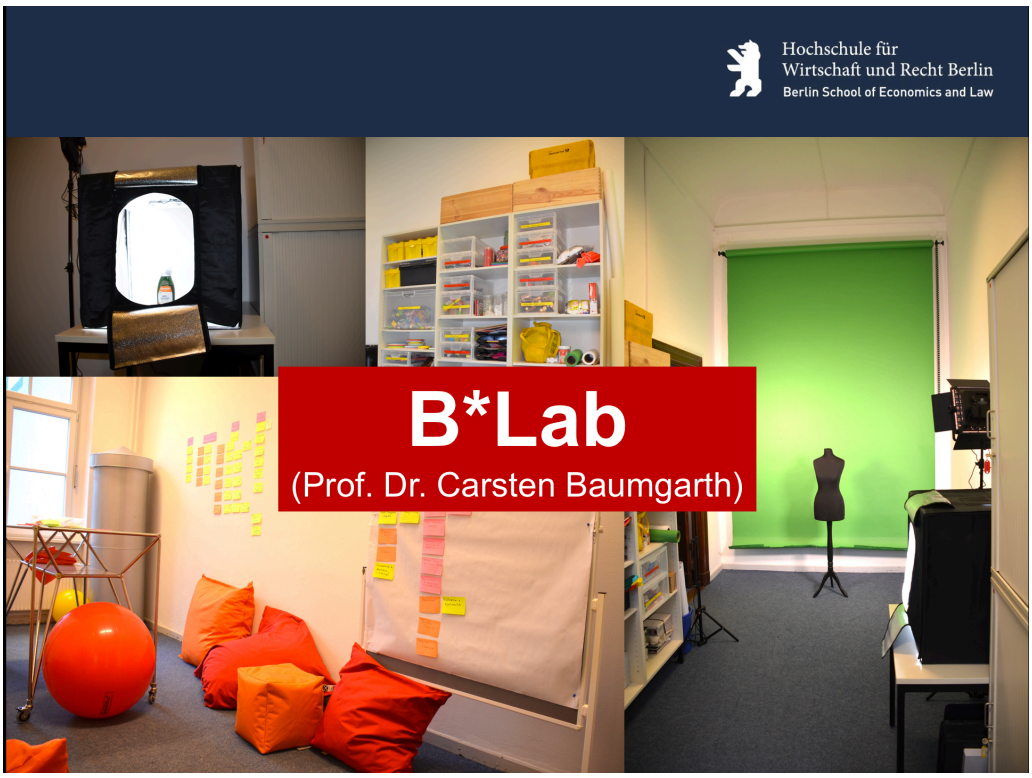
Jahresbilanz 2017

Prof. Dr. Carsten Baumgarth

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

(1.1.2017 – 31.12.2017)



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 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.; Schmidt, H. J. (Hrsg.) (2018): Forum Markenforschung 2016, Wiesbaden.

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

2. Baumgarth, C. (2017): The backfire effects of doing good - Robust negative effects of CSR on consumer's evaluation of products and brands, in: Proceedings of The 2nd International Conference on Business, Ho Chi Minh City (Vietnam), pp. 337-349.

3. Schmidt, H.; Baumgarth, C.; (2017): Empowerment from a "student as customer" perspective: Literature review and development of a framework in the context of higher education, in: Praxis WISSEN Marketing, 2. Jg., S. 88-104.

c. Beiträge zu wissenschaftlichen Tagungen (doppelt blinde Begutachtung)

4. Lückenbach, F., Baumgarth, C., Schmidt, H. J., & Henseler, J. (2017): To perform or not to perform? How strategic orientations influence the performance of social entrepreneurship organizations, in: 7th GIKA Conference Proceedings "Innovation, Knowledge, Judgement and Decision-Making as Virtuous Circles", Lisbon, June 28-30, p. 325.

5. Kristal, S.; Baumgarth, C.; Henseler, J. (2017): Brand meaning and equity in b-to-b markets: A brand co-creation view, in: Proceedings of the 8th BMM-EMAC Conference, Graz (10 Seiten).

6. Baumgarth, C.; Neugebauer, F.; Kristal, S. (2017): Brand play and brand attack by artists, in: Proceedings of the 14th International Conference on Arts and Cultural Management (AIMAC), Peking (9 Seiten).

7. Baumgarth, C.; Schmidt, H. J. (2017): Brand Ambassador Programs - An Analysis of the 'ghost' of internal branding instruments, in: Conference Proceedings of the 12th Global Brand Conference of Academy of Marketing, Kalmar (Schweden), pp. 64-72.

8. Kristal, S.; Baumgarth, C.; Henseler, J. (2017): Let's defend our brand! A typology of response strategies to restore brand equity in non-collaborative brand co-creation, in: Conference Proceedings of the 12th Global Brand Conference of Academy of Marketing, Kalmar (Schweden), pp. 251-255.

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

9. Baumgarth, C.; Binckebanck, L. (2017): ‚Living the CSR brand‘: Model, best practices and recommendations, in: Branding inside out, Ed.: Ind., N., London, New York, pp. 95-118.

10. Baumgarth, C. (2017): Kunst & Marke: Eine kommentierte Collage der Spielarten, in: Wirtschaft trifft Kunst, Hrsg.: Lehmann, U., Wiesbaden, S. 479-498

11. Baumgarth, C.; Schmidt, R. (2017): Handmade-Marken - Erfolgsfaktorenmodell im Bereich Süßwaren, in: transfer - Werbeforschung & Praxis, 63(2), S. 29-35.

12. Baumgarth, C.; (2017): Wie ein Gummiring meine Marke im Chaos rettet - Von der bürokratischen zur elastischen Markenführung, in: Superbrands, 2016/2017, Hrsg.: Superbrands, London, S. 120 - 125.

13. Baumgarth, C.; Steiner, H. (2017): Positionierung als Herz des Real Estate Brand Managements, in: Real Estate Brand Book 2017, Hrsg.: Steiner, H., Berlin, S. 6 - 13.

14. Baumgarth, C.; Kastner, O. L. (2017): Luxusmarken durch Kunst stärken – Konzept, Typen und Erfolgsfaktoren von Kunst-Luxusmarken-Kollaborationen, in: Luxusmarkenmanagement, Hrsg.: Thieme, W. M., Wiesbaden, S. 357 – 379.

15. Baumgarth, C. (2017): Management von Ingredient Branding, in: Handbuch Markenführung, Hrsg.: Esch, F.-R., Wiesbaden (DOI 10.1007/978-3-658-13361-0_20-1).

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

16. Baumgarth, C.; Binckebanck, L. (2017): Digitaler Champion im Marketing, in: Industrieanzeiger, H. 28, S. 22-23.

17. Baumgarth, C. (2017): Intermediär zwischen zwei Welten: Kunst-Unternehmens-Kooperationen managen, in: KM, Nr. 125, S. 16-19.

18. Baumgarth, C. (2017): Andreas Greiner: Von Heinrich und anderen lebenden Skulpturen, in: forum NachhaltigWirtschaften, o. Jg. (3), S. 104-107.

19. Baumgarth, C. (2017): Nachhaltigkeit ist eine Haltung, in: Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht 2016 - Weleda Gruppe und Weleda AG, Arlesheim, S. 27.

20. Baumgarth, C. (2017): Mbongeni Buthelezi: Der Plastikmaler aus Südafrika, in: forum NachhaltigWirtschaften, o. Jg. (2), S. 98-101.

II. FORSCHUNG

a. Vorträge

1. Brand Management for Entrepreneurs, Ho Chi Minh City Open University, Ho Chi Minh City (Vietnam) (13. Oktober 2017).

2. The backfire effects of doing good – Robust negative effects of CSR on consumer's evaluation of products and brands, The International Conference on Business – Leading and Innovating Sustainable Business Development, Ho Chi Minh City (Vietnam) (12. Oktober 2017).

3. Color explosion meets RAL 4010 – Boundary points and collaborations of arts and brands, Ho Chi Minh City Open University (Vietnam) (9. Oktober 2017).

4. Brand play and brand attack by artists, 14th AIMAC conference, Peking (China) (27. Juni 2017).

5. Farbrausch trifft RAL 4010 – Berührungspunkte und Kollaborationen von Kunst und Marke, Universität Düsseldorf (Prof. Dr. Peter Kenning/Dr. Julia Römhild) (22. Juni 2017).

6. Farbrausch trifft RAL 4010 – Berührungspunkte und Kollaborationen von Kunst und Marke, Schumpeter School of Business and Economics – Bergische Universität Wuppertal (Prof. Dr. Tobias Langner) (21. Juni 2017).

7. Die „dunkle" Seite von Nachhaltigkeit für Marken, 16. Nachhaltigkeitsforum, Berlin (20. Juni 2017).

8. Mit Spraydosen Marken gestalten, Tag der offenen Tür der HWR Berlin, Berlin (1. Juni 2017).

9. Farbrausch trifft RAL 4010 – Berührungspunkte und Kollaborationen von Kunst und Marke, WU Wien/WWG (Prof. DDr. Bernadette Kamleitner) (11. Mai 2017).

10. Let's defend our brand (zusammen mit Samuel Kristal), 12th Global Brand Conference, Kalkar (Schweden) (27. April 2017).

11. Brand Ambassador Programms: An analysis of the ‚ghost' of internal branding instruments (zusammen mit Prof. Dr. Holger J. Schmidt), 12th Global Brand Conference, Kalkar (Schweden) (26. April 2017).

12. CSR-Brands in Germany: Framework and Jury Game, BPS Berlin (29. März 2017).

13. Mit Spraydosen Marken stärken – Impulse und Potentiale von Urban Art für die Markenführung und Markenwissenschaft, 10. Jahrestagung Fachverband Kulturmanagement an der Hochschule für Musik Franz Liszt, Weimar (21. Januar 2017).

b. Leistungen für die akademische Community

1. Reviewtätigkeiten

Im Jahre 2017 wurden Reviews für die Zeitschriften *Journal of Brand Management*, *Journal of of Business Review*, *Journal of Product & Brand Management*, *International Marketing Review, Journal of Retailing and Consumer Services* und *Zeitschrift für Kulturmanagement* erstellt. Darüber hinaus wurden mehrere Beiträge für die *13th Global Brand Conference* begutachtet. Schließlich fungierte Prof. Baumgarth 2017 als Guest Editor für ein Special Issue des *Journal of Product & Brand Management.*

2. Reviewboard

2017 war Prof. Baumgarth in folgenden Reviewboards tätig: *transfer – Werbeforschung & Praxis*, *Marketing* ZFP (einziger Fachhochschulprofessor in dem Board), *Journal of Product & Brand Management* und *International Journal of Arts Management* (neu berufen in 2017). Darüber hinaus ist er seit 2013 Mitherausgeber der Reihe *IMB Working Paper* (http://www.mba-berlin.de/de/imb-community/forschung/).

3. Unterstützung Promotionen

2017 hat Prof. Baumgarth als externer Gutachter die Doktorarbeit von Muhammad Anes-ur-Rehnan („How multiple strategic orientations affect the brand performance of B2B SMEs“) an der University of Oulu (Finnland) 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.

4. Akademische Selbstverwaltung

Prof. Baumgarth war 2017 Mitglied in der Forschungskommission des Fachbereichs I sowie Vorsitzender der Fachkommission Forschung und Nachwuchsförderung (FNK) der HWR Berlin.

5. Mitarbeit im Institut für Nachhaltigkeit (INa)

Prof. Baumgarth hat 2017 sich für den weiteren Aufbau des 2012 an der HWR mitgegründeten Instituts für Nachhaltigkeit (INa) (www.institut-ina.de) engagiert. U.a. hat er am 20. Juni 2017 die 16. Auflage des Nachhaltigkeitsforums zum Thema „Nachhaltigkeitsmarke – Spagat zwischen Nische, Glaubwürdigkeit und Begeisterung“ mit über 100 Teilnehmern organisiert.

c. Forschungs- und Publikationsprojekte

1. Kunst & Marke

Auch 2017 wurde zu dem Thema Kunst & Marke weiter geforscht und publiziert. U. a. wurde vom 17.-19. Mai die Pop-up-Ausstellung „Farbrausch trifft RAL 40101“ an der *designakademie Berlin* gezeigt. Ferner fungierte Prof. Baumgarth als Guest Editor für das Speical Issue „Arts & Branding: Collaboration, Co-Cretation and Inspiration of Brands by Arts“, welches 2018 im *Journal of Product & Brand Management* erscheinen wird. Darüber hinaus präsentierte er an der Universitäten WU Wien, Düsseldorf, Bremen und Ho-Chi-Minh-City Open University den aktuellen Stand dieses Forschungsfeldes. Neue Forschungsergebnisse wurden auf Konferenzen in Weimar und in Peking präsentiert.

2. Aufbau des B*Labs

Die Professur für Marketing, insbesondere Markenführung hat im Sommer 2017 mit dem **B*Lab** einen Ort zum praktischen Erproben, Erforschen und Experimentieren eröffnet. Das **B*Lab** verbindet Ansätze zur Customer Insights-Gewinnung, zur experimentell-quantitativen Forschung und zur impliziten Forschung miteinander. U. a. sind Methoden des Design-Thinking, der computergestützten Inhaltsanalyse und des Eyetracking (stationär, mobil) vorhanden. Es wurde finanziell unterstützt durch das Institut für angewandte Forschung (IFAF), die HWR Berlin und eigene Drittmittel.

3. bvik-Budget-Studie

Seit 2014 unterstützt Prof. Baumgarth die jährliche Budgetstudie des Bundesverbandes Industriekommunikation (bvik) in konzeptioneller und methodischer Hinsicht. Als Schwerpunktthema wurde 2017 das Thema „Digital Marketing Leadership“ ausgewählt. Zusammen mit Prof. Dr. Lars Binckebanck hat Prof. Baumgarth einen Bezugsrahmen erstellt und diesen durch Experteninterviews inhaltlich spezifiziert und validiert. Die Datenerhebung wurde kurz vor Weihnachten abgeschlossen und befindet sich zur Zeit in der Auswertungsphase. Ergebnisse werden im Frühjahr 2017 zur Verfügung stehen.

4. Expertenrat Technologiemarken

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. Im September 2017 fand im Ottobock Science Center das erste Expertenforum statt und in 2017 wurde die offizielle Vereinsgründung formal abgeschlossen. Prof. Baumgarth wurde zum 2. Vorsitzenden gewählt.

d. Organisation von Tagungen

Am 20. Juni 2017 wurde von Prof. Baumgarth und seinem Team das 16. Nachhaltigkeitsforum des Instituts für Nachhaltigkeit der HWR (INa) in Kooperation mit der Gesellschaft für Nachhaltigkeit e.V. an der HWR Berlin organsiert. Der Fokus lag dieses Mal auf der Wahrnehmung von Nachhaltigkeitsmarken und dem Spagat zwischen Nische, Glaubwürdigkeit und Begeisterung, der sich in der Markenführung ergibt. Als Einstieg führte Prof. Baumgarth zunächst in das Thema Markenführung und die Besonderheiten einer Nachhaltigkeitsmarke ein. Des Weiteren stellte er mit der „dunklen Seite von Nachhaltigkeit" etwaige Risiken von Nachhaltigkeit in der Markenführung vor und erklärte: „Nachhaltigkeit kann aus psychologischer Sicht durchaus negative Effekte beim Konsumenten verursachen. Laientheorien wie die Heuristik ‚Nachhaltigkeit = geringe Leistungsperformance' oder Konsumentenverwirrung durch zu viele Siegel sind nur zwei Beispiele dafür." Im Anschluss daran folgten drei spannende Praxisfälle, die ihre Geschichten und Besonderheiten in ihrer Markenführung teilten. Den Anfang machte Jürg Knoll (Geschäftsführer von *followfood*), der seinen Weg und seine Überzeugung zu einer nachhaltigen Marke wie *followfish* schilderte. Angefangen als Fischhändler zwischen Russland und Großhändlern in Deutschland, folgte 2007 der „verrückte Schritt, die weltweit erste nachhaltige Fischmarke zu gründen" und sich auf gute Fischerei zu spezialisieren, so Knoll. Bei *followfish* lässt sich mit Hilfe eines Tracking Codes auf der Verpackung der gesamte Weg des Fisches vom Meer bis in den Laden nachverfolgen. Die Markenführung basiert laut Herrn Knoll dabei auf folgender Überzeugung: „Wir glauben die Konsumenten wollen am Ende das Gute. Darauf bauen wir unsere gesamte Marke auf." Roland Schüren (Inhaber von *Ihr Bäcker Schüren*) präsentierte im Anschluss sein 1905 gegründetes Unternehmen und dessen Weg zu einer nachhaltigen Marke. Dabei liegt der Schwerpunkt der Nachhaltigkeit, neben einer fairen Lieferkette, insbesondere auf technologischen Umsetzungen, die eine nachhaltige Produktion ermöglichen. Dabei sind besonders die deutliche Senkung des CO_2-Ausstoßes bei steigender Produktion und die Stromgenerierung durch Photovoltaikanlagen zu nennen. Der generierte Strom wird u. a. für elektrische Ladefahrzeuge etc. verwendet. Dieser Wandel zur nachhaltigen Produktion im Jahr 2010 entwickelte sich über die Jahre hinweg: "Wir haben einfach mal angefangen und was gemacht und dann hat sich gezeigt - das ist ja nachhaltig!", so Schüren. Der dritte Praxiscase wurde von Holger Danneberg (Geschäftsführer von *Werkhaus*) vorgestellt, der als „Überzeugungstäter" sehr lebhaft von der Vision und Grundidee seines Unternehmens berichtete. „Es war ein Freitag 1991" so Danneberg, als er gemeinsam mit seiner Frau Eva Danneberg die Idee für das Stecksystem ihrer Waren entwickelte. 25 Jahre später hat Werkhaus 170 feste Mitarbeiter und kauft noch immer bei den gleichen Lieferanten ein. Dabei befindet sich die gesamte Lieferkette in Werkhaus' Hand. Trotz tiefer Überzeugung deutete er schmunzelnd auf kleinere Schwierigkeiten hin, die Nachhaltigkeit mit sich bringen kann: „Als Ökofreak ist das Leben noch schwerer, weil man ganz viele Sachen nicht machen kann", so Danneberg. Nach den Praxisbeispielen stellten Dr. Florian Wecker (*Deutscher Nachhaltigkeitspreis*) und Norbert Lux (Gründer von *Green Brands*) ihre Siegel und Auszeich-

nungen für Nachhaltigkeitsmarken vor. In einer anschließenden Podiumsdiskussion, moderiert von Dr. Florian Wecker, diskutierten alle fünf Vortragenden noch einmal über aktuelle Themen und die Bedeutung von Auszeichnungen für Nachhaltigkeitsmarken.

(v.l.n.r. Norbert Lux, Jürg Knoll, Prof. Dr. Carsten Baumgarth, Roland Schüren, Holger Danneberg, Dr. Florian Wecker)

e. Impact & Auszeichnungen

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

- Zitate: 3046
- h-Index: 27
- i-Index: 55

ResearchGate ermittelt einen RG-Score von 23,91 (mehr als 77,5 % aller RG-Mitglieder).

2017 wurde Prof. Baumgarth in das Editorial Board der weltweit wichtigsten Zeitschrift für Kulturmanagement berufen (*International Journal of Arts Management*).

Weiterhin wurde er von der Ho-Chi-Minh City Open University zum Adjunct Professor ernannt.

III. LEHRE

a. Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin

Im Sommersemester 2017 haben wir folgende Lehrveranstaltungen an der HWR Berlin durchgeführt:

- Einführung ins Studium (Bachelor, 2 SWS)
- Marketing (Bachelor, 4 SWS)
- Brand Management (Master, 4 SWS)

Im Rahmen der Masterveranstaltung „Brand Management“ erstellten studentische Teams in Zusammenarbeit mit den Firmen *Werkhaus*, *Weleda*, *Voelkel*, *Vaude* und *BUND* Markenaudits für Nachhaltigkeitsmarken.

Im WS 2017/2018 hat die Professur folgende Lehrveranstaltungen angeboten:

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

b. Sonstiges Lehre

2017 wurden mehrere ein- und mehrtätige Seminarveranstaltungen an den folgenden Hochschulen durchgeführt: *Universität Würzburg*, *Hochschule Luzern*, *Steinbeis Universität*, *Nordakademie Elmshorn* und *Ho-Chi-Minh-City University*.

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. 2017 besuchten wir mit studentischen Gruppen u. a. die Ausstellung „Pure Gold“ im Museum für Kunst und Gestaltung Hamburg, das Museum Urban Nation, den Startup Incubator Berlin sowie den Künstler Andrei Krioukov. Auch organsierten wir für unsere Studierende Exkursionen zu den Firmen Coca-Cola (Berlin), Ottobock Science Center, ic!Berlin, Wilmersdorfer Arcaden und Berliner Seilfabrik. Melanie Hübel (Geschäftsführung Sawade), Dr. Florian Maier (Leiter Brand Jungheinrich) und Philipp Geist (Künstler) teilten in Praxisvorträgen ihr Wissen und ihre Erfahrungen mit uns.

c. Betreuung und Abschluss von Bachelor- und Masterarbeiten

Insgesamt wurden 2017 an der HWR Berlin und der Universität Würzburg von Prof. Baumgarth elf Bachelor- bzw. Masterarbeiten als Erstbetreuer betreut.

IV. HOMEPAGE UND PR

Zur Unterstützung der Lehre und auch der Forschung wurde auch in 2017 die Seite www.cbaumgarth.net regelmäßig gepflegt. Zudem 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	4.298	2.418	70.441
www.arts-push-business.de	782	649	12.331

Darüber hinaus wurden 2017 zwei Newsletter (abrufbar über www.cbaumgarth.net) erstellt und versandt, um unser Netzwerk über Aktuelles der Professur zu informieren.

V. PRAXIS

a. Jurys

Im Jahre 2017 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.green-brands.org) und **Superbrands** (http://www.superbrands.info) engagiert.

b. Methodenpartner Deutscher Nachhaltigkeitspreis

Bereits zum achten Mal unterstützte Prof. Baumgarth 2017 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 in der Jurysitzung.

c. Vorträge, Podiumsdiskussionen und Moderationen

1. Markenführung für Nachhaltigkeitsmarken – Vom grünen Geschäftsmodell zur starken Marke (zusammen mit Holger Danneberg und Jörg Knoll), 1. GREEN BRANDS Germany Seminar, Frankfurt (13. November 2017).

2. Vom grünen Geschäftsmodell zur Power-Marke, GREEN BRANDS-Gala im Senckenberg-Museum, Frankfurt (13. November 2017).

3. Zwischen VDI 4506 und supergeil – Erfolgsfaktoren der B-to-B-Markenführung, Keynote GWA Effie-Kongress, Frankfurt (9. November 2017).

4. Wie ein Gummiring die Markenführung verändert – Von der bürokratischen zur elastischen Markenführung, Keynote der Nexus Roundtable-Veranstaltung, Hamburg (27. Oktober 2017, abgesagt).

5. Neue Modelle der Zusammenarbeit zwischen Künstlern und Entrepreneuren im Kreativbereich (Podiumsdiskussion), Entrepreneurship Summit 2017, Berlin (22. Oktober 2017).

6. Kunst & Marke: eine kommentierte Collage der Spielarten, Buchpräsentation „Wirtschaft trifft Kunst“ von Ulrike Lehmann, Galerie Teubert, Berlin (20. September 2017).

7. Digital Leadership in Marketing und Branding, 1. Expertenforum des Expertenrats Technologiemarken, Berlin (13. September 2017).

8. B2B-Marketing-Budgets und Marketingkompetenzen, bvik/KUKA (4. Mai 2017).

9. B2B branding for STILL, interne Veranstaltung STILL GmbH, Hamburg (2. Februar 2017).

VI. TEAM & NETZWERKE

a. Studentische Hilfskräfte

Die Arbeit der Professur wurde durch studentische Hilfskräfte mit unterschiedlichen Laufzeiten und Verträgen im Jahr 2017 unterstützt: Katharina Schmiedichen, Katharina Böhling und Annika Ott.

b. Partner

Ferner hinaus danken wir einer Vielzahl von Firmen, Personen und Institutionen, die uns in 2017 in der einen oder anderen Weise unterstützt haben:

Prof. Dr. Lars Binckebanck
BUND
bvik
Coca-Cola
Dr. Salima Douven
dr. wecker consult
Deutscher Nachhaltigkeitspreis
EUREB
followfood
Philipp Geist
Christin Gunkel
Prof. Dr. Jörg Henseler
ic! Berlin
IFAF (Institut für Angewandte Forschung)
Ihr Bäcker Schüren
Andrei Krioukov
Dr. Florian Maier
OttoBock
Norbert Lux
Sawade
Prof. Dr. Holger J. Schmidt
Vaude
Prof. Dr. Cleopatra Veloutsou
Voelkel
Weleda
Werkhaus
Wilmersdorfer Arcaden

AUSBLICK 2018

2018 steht ganz im Zeichen der Markenforschung. Im Sommersemester 2018 hat Prof. Baumgarth ein Forschungssemester und wird sich in diesem verstärkt mit dem Thema Kunst & Marke auseinandersetzen. Ferner wird ein Buch zu Nachhaltigkeitsmarken mit Schwerpunkt Markenaudit fertiggestellt.

Desweiteren werden Kompetenzen für das B*Lab weiter aufgebaut und auch zusätzliche Technologien beschafft und implementiert. 2017 sind beim IFAF zwei Forschungsanträge gestellt worden und wir hoffen, dass unsere Anträge erfolgreich sein werden und wir uns dann in diesem Jahr mit den beantragten Themen auseinandersetzen können. Auch werden wir 2018 wieder versuchen, weitere Forschungsanträge zu stellen, um insbesondere die personelle Ausstattung der Professur deutlich zu verbessern. Die Sicherstellung einer personellen Grundausstattung sowie die Reduzierung der Lehrbelastung bleiben für eine Fachhochschulprofessur auch 2018 die notwendigen Voraussetzungen, um neben der Lehre relevante und seriöse Forschung zu betreiben.

Zusätzlich wird Prof. Baumgarth zusammen mit Prof. Schmidt (Hochschule Koblenz) vom 27. -28.9.2018 in Koblenz die siebte Auflage der Konferenz DER**MARKENTAG**2018 organisieren (www.dermarkentag.de). Zusammen mit Prof. Boltz (HWR Berlin) und Prof. Schmidt (Hochschule Koblenz) wird sich Prof. Baumgarth ferner um die Ausrichtung der Global Brand Conference 2019 bewerben. Dies wäre das erste Mal, dass diese wichtigste internationale Wissenschaftskonferenz zum Thema Marke in Deutschland (Berlin) stattfinden würde.

Darüber hinaus sollen dieses Jahr insbesondere die internationalen Kontakte durch gemeinsame Forschungs- und Publikationsprojekte und gegenseitige Besuche weiter intensiviert werden.

Schließlich soll das Langfristprojekt „Eröffnung eines Markenmuseums“ wieder in Angriff genommen werden.

Berlin, 7.1.2018

Prof. Dr. Carsten Baumgarth