Professur für Marketing, insbesondere Markenführung

Prof. Dr. Carsten Baumgarth
www.cbaumgarth.net

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

Liebe Freunde, Partner und Unterstützer,

ein ereignisreiches Jahr befindet sich auf der Zielgeraden.
Davon möchten wir Ihnen gern berichten! Unser Newsletter bietet Ihnen einen kurzen Überblick.

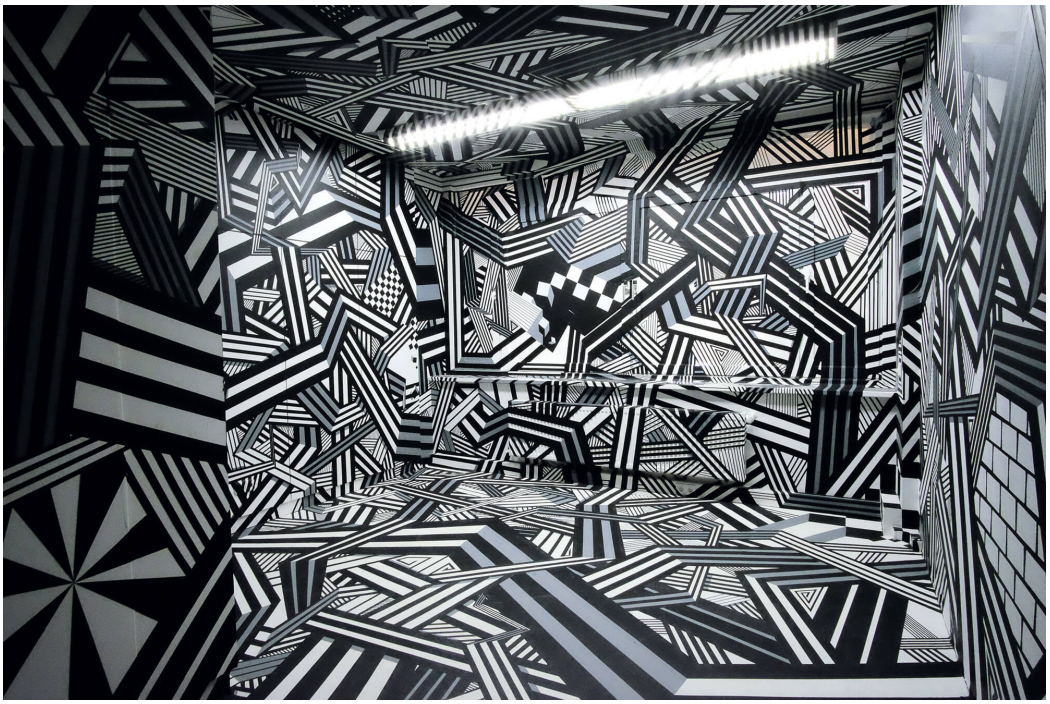
Wir wünschen Ihnen eine entspannte Vorweihnachtszeit!
Grüße aus Berlin!

Veranstaltungen

14th Global Brand Conference 2019

Wir hatten die Ehre, die diesjährige Global Brand Conference in Berlin an der Hochschule für Wirtschaft und Recht zu organisieren und fast 200 Teilnehmer zu uns einzuladen.

Verena Bahlsen, Gründerin von Herrmanns, Maik Richter, CEO von Heimat, das Street Art-Kollektiv KlebeBande aus Berlin und Miriam Preissinger, Kreativdirektorin bei Cheil Germany waren unter vielen anderen Experten als Sprecher zu Gast, um zum Thema „Start-ups, Arts and Creative Industries: Fresh Perspectives on Brands“ von Erkenntnissen aus ihrer Arbeit zu berichten.



Drei Tage waren gefüllt mit spannenden Präsentationen, einem Brand Science Slam, inspirierenden Konversationen und verschiedensten Eindrücken Berlins: Abgesehen vom Brand Walk durch die sehenswertesten Flagship Stores der Stadt haben wir im Startup Incubator der HWR, der Pan Am Lounge und der Musikbrauerei getagt.

Zudem bereiteten die Conference Chairs ein Special Issue für das Journal of Marketing Management vor, in dem es um Startups, Kunst und Kreativindustrien geht.

Ein spezielles Dankeschön geht an die Co-Chairs Prof. Dr. Dirk-Mario Boltz, Prof. Dr. Holger J. Schmidt und SIG-Chair Prof. Dr. Stuart Roper, sowie unser Organisationsteam Lisa Rosenbaum, Greta Baumgarth, Alexandra Kirkby, Cosima Kaibel, Joshua Dörge und Leonard Boltz. Frau Kirkby und Frau Kaibel sind seit neuestem auch bei unserem aktuellen IFAF-Forschungsprojekt als wissenschaftliche Mitarbeiterinnen zur Unterstützung für Prof. Dr. Baumgarth und Prof. Dr. Boltz an Bord!

4. Expertenratforum Technologiemarken bei PhoenixContact

Der Expertenrat Technologiemarken wurde von Jürgen Gietl, Prof. Dr. Holger J. Schmidt, Prof. Dr. Karsten Kilian und Prof. Dr. Carsten Baumgarth vor rund zwei Jahren ins Leben gerufen. Unternehmensvertreter von starken Technologiemarken wie Ottobock, Henkel, und PhoenixContact geben in diesem exklusiven Format Einblicke in ihre Arbeit und thematisieren aktuelle Herausforderungen. Am 10. September 2019 fand das 4. Expertenforum bei PhoenixContact in Bad Pyrmont statt. Thema war der Umgang von CEOs von Technologieunternehmen mit Marken. Es wurden Strategien behandelt, die Marketer nutzen können, um verschiedene Führungspersönlichkeiten von der Relevanz von Marken für ihr Unternehmen zu überzeugen.

IFAF - NeMa - “Neue Markenarbeit”

Seit April diesen Jahres arbeiten wir an unserem neuen Forschungsprojekt „Neue Marken Arbeit (NeMA)“, in dem wir die Auswirkungen der digitalen Transformation auf den Aufbau und die Führung von Marken erkunden. Gemeinsam mit einem Expertenrat mit Unternehmen und Beratern werden insbesondere Antworten auf die Frage gesucht, ob und wie die Markenführung im Unternehmen neu zu organisieren ist. Die Aufgabenpakte werden interdisziplinär unter der Leitung von Prof. Dr. Carsten Baumgarth (HWR), Prof. Dr. Dirk-Mario Boltz (HWR) und Prof. Daniela Hensel (HTW) untersucht.

Nach dem Forschungsprinzip Erheben, Erproben, Empfehlen verfolgt das Pro-

jekt einen Multimethod-Ansatz, der einen hohen Praxisbezug herstellt.

In einer qualitativen Studie mit unserem Expertenrat haben wir bereits die wichtigsten Prinzipien neuer Marken Arbeit identifiziert und daraus das „Brand Work Manifesto“ entwickelt, das die Richtung für unsere weitere Forschungsarbeit weist.

Das B*lab wächst weiter!

Prof. Dr. Baumgarth hat im Sommer 2017 mit dem B*lab einen Ort zum praktischen Erproben, Erforschen und Experimentieren an der HWR in Berlin aufgebaut.

Das B*lab verbindet Ansätze zur Customer-Insights-Gewinnung, zur experimentell-quantitativen Forschung und zur impliziten Forschung miteinander. U.a. sind Methoden des Design-Thinkings, der computergestützten Inhaltsanalyse und des (mobilen und stationären) Eyetrackings vorhanden. Neben dem Erproben der neuen Technologien und ersten Forschungsprojekten wird auch an einer Erweiterung des B*labs gearbeitet. U.a. wurde mit iMotions ein System zur Integration von Eye-Tracking, GSR und Emotionsmessung via Gesichtserkennung integriert.

Dank der Einwerbung neuer Drittmittel vom Institut für angewandte Forschung (IFAF Berlin) konnte das Labor durch Geräte zum Eye-Tracking für Smartphones, Eye Tracking für VR sowie ein EEG-System aktuell erweitert werden.
Daher können wir nun UX-Testing von Werbespots, Apps und Webseiten anbieten.

Bitte melden Sie sich hierfür direkt telefonisch oder per Email bei uns.

Doktorarbeit zu Brand Co-Creation von Samuel Kristal

Am 4. Oktober hat Dr. Samuel Kristal an der Universität Twente seine Doktorarbeit „Theory and Practice of Brand Co-Creation“ erfolgreich verteidigt.

Die beiden Betreuer Prof. Baumgarth und Prof. Henseler freuen sich und sind stolz, dass die Reise, die 2014/2015 mit einer ersten Präsentation während der 10th Global Brand Conference gestartet hat, nun einen erfolgreichen Abschluss gefunden hat. Herzlichen Glückwunsch!

Lehre

Exkursion nach St. Petersburg

Der Masterstudiengang Marketing Management hat im Rahmen des Moduls „Marketing Project and Project Management“ zusammen mit Prof. Dr. Baumgarth eine Exkursion nach St. Petersburg organisiert, die zahlreiche Unternehmensbesuche umfasste. Das russische Beratungs- und Dienstleistungsunternehmen Schneider Group und die Coca-Cola Bottling Company haben spannende Einblicke in die Herausforderungen im russischen Markt, Werbung und Vermarktung in Russland und Besonderheiten der russischen Wirtschafts- und Arbeitspolitik gewährt. Die Studierenden lernten außerdem in der dynamischen Start-Up-Atmosphäre des Ingria Inkubators das junge Gesundheitsunternehmen Welltory und seine Gründer kennen. Neben den Unternehmensbesuchen bot sich den Exkursionsteilnehmern die Gelegenheit unter anderem die Residenz Peterhof zu besuchen und die geschichtlichen Hintergründe dazu zu erfahren.

Der Masterkurs Brand Management im Wintersemester

Desweiteren hat im Oktober das Programm für die neuen Studierenden des Masterkurses „Brand Management“ begonnen. Sie beschäftigen sich dieses Semester insbesondere mit Nachhaltigkeitsmarken und arbeiten hierfür in direkter Kooperation mit Partnerfirmen. In diesem Semester führen studentische Teams für die folgenden Marken in kleinen Gruppen Markenaudits durch.

followfood
Folge dem wahren Geschmack

ANNEMARIE BÖRLIND
NATURAL BEAUTY

Veganz

AlmaWin
NATÜRLICH SAUBER

GLS Bank

BIO COMPANY®

MÄRKISCHES LANDBROT

Öffentliche Auftritte

Im Rahmen der Preisverleihung des Real Estate Brand Awards stand Prof. Dr. Baumgarth am 23. Mai zusammen mit dem TV-Star Barbara Schöneberger im AXICA in Berlin auf der Bühne (Foto: Henrik Jordan).

Nur wenige Tage später gab er in Wien im Rahmen des AMA Milchsymposiums 2019 am 28. Mai eine Keynote mit dem Titel „Neue Markenführung – Impulse (auch) für Milchmarken“. Es war ein ganz besonderer Vortrag, denn auf Wunsch des Veranstalters eröffnete er ihn mit einem Zauberkunststück mit Milch. Den gesamten Vortrag finden Sie auf YouTube.

Im Oktober war Prof. Dr. Baumgarth zum wiederholten mal in der Zeit-Sendung des ZDF mit dem Titel „Penny oder Netto? Der große Einkaufs-Check mit Nelson Müller“ zu sehen und stand bei einer Veranstaltung des bvik in der Sennebogen Akademie in Straubing auf der Bühne, um von der sich verändernden Zusammenarbeit mit Agenturen und der Verwendung agiler Methoden in bestehenden B2B-Unternehmen im digitalen Zeitalter zu berichten.

50 Marken als GREEN BRANDS Germany 2019 ausgezeichnet

Die internationale GREEN BRANDS zeichnete am 14. November 2019 im Senckenberg Naturmuseum in Frankfurt 50 Marken als GREEN BRANDS Germany 2019 aus. Nina Ruge, bekannte Moderatorin, Autorin und UNICEF-Botschafterin sowie Botschafterin der UN-Dekade für biologische Vielfalt wurde als GREEN BRAND Germany-Persönlichkeit 2019 geehrt.

Prof. Baumgarth, der seit Beginn die Arbeit von GREEN BRANDS als Jury-Mitglied unterstützt, überreichte nicht nur zusammen mit dem Organisator Norbert Lux die Auszeichnungen an die Preisträger, sondern vermittelte in seiner kurzen Keynote „Neue Markenarbeit – Impulse für Green Brands“ auch neue Anregungen für die Nachhaltigkeitsunternehmen. Hierbei kündigte er unter anderem auch das 2. GREEN BRAND-Seminar an, das Prof. Baumgarth zusammen mit der GREEN BRAND-Organisation konzipiert hat. Die Veranstaltung wird in Kooperation mit den Nachhaltigkeitsmarken Werkhaus, Primavera, Goldeimer, Bio-Seehotel Zeulenroda und Followfood vom 5. bis 6. März 2020 im Bio-Seehotel Zeulenroda stattfinden. Wir möchten Sie ganz herzlich dazu einladen. Hier finden Sie weitere Informationen.

Publikationen

Auch in Hinblick auf Publikationen konnten wir in diesem Jahr so manche Erfolge verzeichnen: Auf Google Scholar konnte im November 2019 erstmals mit 4068 Zitaten die 4000er-Grenze überschritten werden. Hier finden Sie eine Übersicht unserer neusten Publikationen:

Lückenbach, F.; Baumgarth, C.; Schmidt, H. J., Henseler, J. (2019): To perform or not to perfom? How strategic orientations influence the performance of Social Entrepreneurship Organizations, in: cogent - business & management, 6, 1-15.

Baumgarth, C. (2019): Management von Ingredient Brand, in: Handbuch Markenführung, Hrsg.: Esch, F.-R., Bd. 1, Wiesbaden, S. 435-458.

Baumgarth, C. (2019): Moments of Brand Experience - Customer Journey als Denk- und Analyserahmen für Markenerlebnisse, in: Superbrands Germany 2018/2019, Hrsg.: Superbrands, London, S. 108-112.

Hesse, A.; Schmidt, H. J.; Baumgarth, C. (2019): How brand ambassadors utilize social software platforms: The case of Pawel Dillinger from Deutsche Telekom, in: Proceedings 14th Global Brand Conference, Berlin.

Baumgarth, C. (2019): Employer Branding for Real Estate Companies, in: European Real Estate Brand Book 2019, Ed.: Steiner, H., Berlin, S. 16-21.

Baumgarth, C.; Schmidt, H. J.; Hesse, A. (2019): Markenbotschaferprogramm - Erfolgsfaktoren eines oft vergessenen Instruments der internen Markenführung, in: transfer - Zeitschrift für Kommunikation und Markenmanagement, 65(1), S. 23-27.

Baumgarth, C. (2019): Brand Canvas: Hin zur ganzheitlichen Markenführung, in: markenartikel, 81. Jg., H. 1-2, S. 58-61

Eine vollständige Übersicht finden Sie hier.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Bei Fragen, kontaktieren Sie uns gern.

Mit freundlichen Grüßen,

Prof. Dr. Carsten Baumgarth & Team

http://cbaumgarth.net