

# Call for Papers

**DERMARKENTAG2014**

**25. – 26. September 2014**

**Koblenz, Deutschland**

DERMARKENTAG2014 will den aktuellen Stand und neue Projekte der deutschsprachigen und internationalen **Markenwissenschaft** präsentieren und eine Diskussionsplattform für die Zukunft der Markenführung sein. Neben der fachlichen Diskussion soll die Veranstaltung auch zur Pflege und zum Aufbau von Netzwerken beitragen, um neue Forschungsprojekte im Bereich der Markenforschung zu initiieren.

DERMARKENTAG2014 heißt alle **Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler** herzlich willkommen, die sich in der Forschung mit dem Thema „Marke und Markenführung“ beschäftigen. Neben etablierten ForscherInnen soll die Veranstaltung insbesondere auch **jungen WissenschaftlerInnen** die Möglichkeit geben, aktuelle Forschungsprojekte vorzustellen und mit ExpertInnen aus Wissenschaft und Industrie zu diskutieren. Die Konferenz spricht aber auch **Praktikerinnen und Praktiker** an, die nach wissenschaftlich fundierten und innovativen Lösungsansätzen für die praktische Markenführung suchen. Schließlich soll die Veranstaltung auch für **Studierende** mit Vertiefung im Marketing oder in der Markenführung die Möglichkeit eröffnen, renommierte und junge WissenschaftlerInnen sowie interessante PraktikerInnen und deren Forschungsarbeiten live zu erleben.

DERMARKENTAG2014 wird nach den Veranstaltungen an der WU Wien (2005, 2009), der Marmara Universität Istanbul (2007) und der HWR Berlin (2011) nun in Koblenz und damit bereits zum fünften Mal stattfinden.

## **Veranstalter**

DERMARKENTAG2014 findet am Rhein-Mosel-Campus (Standort Koblenz) der Hochschule Koblenz statt. Aus einer renommierten Ingenieurschule hervorgegangen, bietet die Hochschule Koblenz verschiedene technische sowie wirtschafts- und sozialwissenschaftliche Studiengänge an. Kunst ergänzt die Fächerpalette und schafft damit eine hervorragende Ausgangsbasis für interdisziplinäre Studienangebote. Zurzeit studieren rund 8.400 junge Frauen und Männer an den drei Standorten Koblenz, Remagen und Höhr-Grenzhausen.

Die im Fachbereich Wirtschaftswissenschaften angebotenen Studiengänge orientieren sich an den Anforderungen der Wirtschaft und des Arbeitsmarktes. 20 Professorinnen und Professoren betreuen aktuell ca. 1.300 Studierende in diversen Bachelor- und Masterstudiengängen. Die enge Verzahnung von Theorie und Praxis qualifiziert für eine erfolgreiche berufliche Laufbahn.

Holger J. Schmidt, Professor für Marketing am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften auf dem Rhein-Mosel-Campus, ist der Veranstalter von **DERMARKENTAG2014**.

## **Veranstaltungsort**

Hochschule Koblenz

Konrad-Zuse-Str. 1

56075 Koblenz

[www.hs-koblenz.de](http://www.hs-koblenz.de)

## **Themen**

Erwünscht sind konzeptionelle und empirische Beiträge mit Bezug zum Generalthema Marke. Insbesondere folgende Themenstellungen sind von Relevanz, wobei diese Liste weder vollständig noch abschließend ist:

- Branding und Design
- Corporate Branding
- Interne Markenführung (Internal Branding, Behavioral Branding, Brand Orientation)
- Markenführung allgemein sowie in speziellen Branchen (z.B. B2B, Medien, Nonprofit, Politik, Kultur)
- CSR, Nachhaltigkeit und Marken
- Konsumentenverhalten und Wirkungen von Marken
- Markenstrategien (z.B. Markentransfers, Markenallianzen, Markenarchitektur, Markenportfolio)
- Globale, Internationale und Interkulturelle Markenführung
- Markenkommunikation (z.B. Social Media, Persönliche Kommunikation)
- Markencontrolling
- Markenstärke und Markenwert
- Handelsmarken und Storebrands
- Ingredient Branding
- Ethische Aspekte der Markenführung / Kritik an der Markenführung

## Beitragsformen

Papers können in zwei Kategorien sowohl in deutscher als auch in englischer Sprache eingereicht werden:

- **Competitive Paper**

behandeln abgeschlossene, bislang noch nicht publizierte Forschungsarbeiten theoretischer oder empirischer Natur. Sie werden einem doppelt-blinden Begutachtungsprozess unterzogen. Kriterien der Begutachtung sind neben der Nähe zum Generalthema Marke die Originalität der Arbeit, die Innovativität der Fragestellung und des forscherschen Zutritts, die theoretische und methodische Qualität der Arbeit sowie deren praktische Verwertbarkeit.

Competitive Paper dürfen max. einen Seitenumfang von **15 Seiten** (Times New Roman, 12 pt., 1,5-zeilig, Rand: 2 cm; inklusive Grafiken und Literaturverzeichnis, aber exklusive von Anhängen) aufweisen.

- **Work in Progress Paper**

behandeln noch nicht abgeschlossene Forschungsarbeiten und werden ebenfalls einem doppelt-blinden Begutachtungsprozess unterzogen. Kriterien der Begutachtung sind Innovativität der Fragestellung und des forscherschen Zutritts, theoretische und methodische Qualität der zu diskutierenden Ansätze sowie Klarheit und Ergiebigkeit der offenen Fragestellungen, welche der Autor/die Autorin auf der Tagung diskutieren möchte.

Work in Progress Paper dürfen max. einen Seitenumfang von **10 Seiten** (Times New Roman, 12 pt., 1,5-zeilig; Rand: 2 cm; inklusive Grafiken und Literaturverzeichnis, aber exklusive von Anhängen) aufweisen.

Aus Kapazitätsgründen ist die Zahl der Präsentationsplätze begrenzt auf:

- 8 Competitive Papers
- 4 Work in Progress Papers

Jeder Einreicher darf **maximal an zwei Paper** beteiligt sein. Die Einreichung eines Beitrages ist mit der Verpflichtung verbunden, dass bei positiver Begutachtung mindestens ein Autor/eine Autorin das Paper während der Konferenz in Koblenz präsentiert. **Formale Richtlinien** zur Erstellung der Beiträge stehen demnächst zum Download unter [www.dermarkttag.de](http://www.dermarkttag.de) zur Verfügung.

## Veröffentlichung und Auszeichnungen

Alle akzeptierten Beiträge erscheinen im Download-Bereich der Veranstaltungs-Homepage. Darüber hinaus wird im Anschluss an die Konferenz ein Buch bei einem noch zu benennenden Verlag mit den **besten Beiträgen** erscheinen.

Ferner werden drei Preise vergeben:

- **Bester Konferenzbeitrag:** Urkunde & 500€ Preisgeld (gestiftet von der Markenberatung cuecon); Vergabe durch Reviewer und Programmkomitee
- **Newcomer Award:** Urkunde & umfangreiches Buchpaket (gestiftet von Springer Gabler); Vergabe durch Reviewer und Programmkomitee – Der Preis richtet sich explizit an DoktorandInnen, HabilitandInnen und JuniorprofessorInnen
- **Beste Konferenzpräsentation:** Urkunde & 200€ Preisgeld (gestiftet von der Markenberatung cuecon); Vergabe durch die TeilnehmerInnen des Markentages

## Wichtige Termine

- Einreichungsfrist: **30. März 2014**
- Information über das Ergebnis des Begutachtungsprozesses nach doppelblinder Begutachtung: **02. Juni 2014**
- Abgabe der finalen Konferenzbeiträge: **31. August 2014**
- Konferenzdaten: **25. – 26. September 2014**

Die Einreichung erfolgt ausschließlich elektronisch an:

**info@dermarkentag.de**

## Programmkomitee



Prof. Dr. Holger J. Schmidt  
Hochschule Koblenz



Prof. Dr. Carsten Baumgarth  
Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin

## Programmassistenz

N.N.

## Board of Reviewers

- Prof. Dr. Michael Beverland (University of Bath, Großbritannien)
- Prof. Dr. Dirk-Mario Boltz (Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin)
- Prof. Dr. Manfred Bruhn (Universität Basel, Schweiz)
- Prof. Dr. Christoph Burmann (Universität Bremen)
- Dr. Christian Ebert (Leiter Markenmanagement & Projekte, DB Mobility Logistics, Berlin)
- Prof. Dr. Jutta Emes (Bauhaus-Universität Weimar)
- Jürgen Gietl (Geschäftsführender Gesellschafter, Brand Trust, Nürnberg)
- Prof. Dr. Matthias Gouthier (Universität Koblenz)
- Prof. Dr. Günter Hofbauer (Technische Hochschule Ingolstadt)
- Dr. Joachim Kernstock (Kompetenzzentrum für Markenführung St. Gallen, Schweiz)
- Prof. Dr. Karsten Kilian (Hochschule Würzburg-Schweinfurt; markenlexikon.com)
- Prof. Dr. Tobias Langner (Bergische Universität Wuppertal)
- Prof. Dr. Wolfgang Mayerhofer (Wirtschaftsuniversität Wien, Österreich)
- Frank Merkel (Vorstand, WOB, Viernheim)
- Prof. Dr. Waldemar Pfürtsch (Hochschule Pforzheim)
- Prof. Dr. Henrik Sattler (Universität Hamburg)
- Prof. Dr. Axel Schlich (Hochschule Koblenz)
- Dr. Cleopatra Veloutsou (University of Glasgow, Großbritannien)
- Dr. Nadine Wachter (Head Business Management & Client Services, Credit Suisse, Zürich, Schweiz)
- Prof. Dr. Klaus-Peter Wiedmann (Leibniz Universität Hannover)

## Aktuelle Informationen

Aktuelle Informationen über das Programm, den Call for Papers, die formalen Richtlinien, die Anmeldeformulare sowie Informationen zur Unterkunft finden Sie in Kürze unter:

**[www.dermarkttag.de](http://www.dermarkttag.de)**