

# Call for Papers

**DERMARKENTAG2020**

**17. - 18. September 2020**

**Mainz, Deutschland**

**DERMARKENTAG** hat sich in den letzten Jahren zu einer führenden Diskussionsplattform für die Zukunft der Markenführung im deutschsprachigen Raum entwickelt. Auf der wissenschaftlichen Konferenz erörtern junge und etablierte Forscherinnen und Forscher den aktuellen Stand der Markenwissenschaft. 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.

**DERMARKENTAG2020** heißt alle Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler herzlich willkommen, die sich in der Forschung mit dem Thema „Marke und Markenführung“ beschäftigen. Neben etablierten Forscherinnen und Forschern soll die Veranstaltung insbesondere auch jungen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern die Möglichkeit geben, aktuelle Forschungsprojekte vorzustellen und mit Expertinnen und Experten aus Wissenschaft und Industrie zu diskutieren. Die Konferenz richtet sich demnach auch an Praktikerinnen und Praktiker, die nach wissenschaftlich fundierten und innovativen Lösungsansätzen für die praktische Markenführung suchen.

Nach den Veranstaltungen an der WU Wien (2005, 2009), der Marmara Universität Istanbul (2007), der HWR Berlin (2011, 2016) und der Hochschule Koblenz (2014, 2018) wird **DERMARKENTAG** zum insgesamt achten Mal und zum ersten Mal an der Hochschule Mainz stattfinden.

## **Veranstaltungsort**

Veranstaltungsort von **DERMARKENTAG2020** ist Mainz. Die gesamte Tagung findet im LUX – Pavillon der Hochschule Mainz (<https://lux.hs-mainz.de/>) statt, direkt in der eindrucksvollen Mainzer Innenstadt. Die Hochschule Mainz ist eine junge staatliche Hochschule mit großer Tradition. Aus der 1757 gegründeten Maler- und Bildhauerakademie des Mainzer Kurfürsten hervorgegangen, bietet die Hochschule Mainz heute Studiengänge in den Feldern Technik, Gestaltung und Wirtschaft an. Zurzeit studieren rund 5.500 junge Frauen und Männer an dieser Hochschule, davon über 3.000 im Bereich Wirtschaft.

Informationen und organisatorische Hinweise zum Veranstaltungsort finden Sie ab Ende Januar 2020 unter [www.dermarkttag.de](http://www.dermarkttag.de).

## **Veranstalter**

Veranstalter der Konferenz 2020 ist die Hochschule Mainz. Die Konferenz ist initiiert, organisiert und wissenschaftlich betreut von

Prof. Gregor Ade, Professor für Typografie an der Hochschule Mainz,

Prof. Dr. Carsten Baumgarth, Professor für Marketing, insb. Markenführung an der HWR Berlin.

Prof. Dr. Jörn Redler, Professor für ABWL, insb. Marketing an der Hochschule Mainz,

Prof. Dr. Holger J. Schmidt, Professor für Marketing an der Hochschule Koblenz.

## **Themen und Einreichungen**

Geleitet von dem Motto „Brand New Thinking“ fordern wir zur Einreichung von konzeptionellen, empirischen oder projektbezogenen Beiträgen mit Bezug zum Generalthema Marke auf. Dazu zählen u. a. folgende Themenstellungen:

- Strategische Haltungen von Marken
- Transformative Ansätze zur Marke, neue Blickwinkel und Kritik an der Marke(nführung)
- Co-Creation, User-Generated Content und Markenführung
- Corporate Branding und Reputation
- Interne Markenführung
- CSR, Nachhaltigkeit und Marken, ethische Aspekte der Markenführung
- Konsumentenverhalten und Wirkungen von Marken
- Marketing Automation und Performance-Marketing
- Markencontrolling, Markenstärke und Markenwert
- Handelsmarken und Store Brands
- Employer Branding
- Agile Perspektiven und organisatorische Herausforderungen der Markenführung
- Markenführung allgemein sowie in speziellen Branchen (z. B. B2B, Technologie, Medien, Nonprofit, Sozialunternehmen, Politik, Kultur)
- Einsatz von Artificial Intelligence (AI) und Nutzung von Big Data in der Markenführung

Ein Schwerpunkt des Mainzer **DERMARKENTAG**2020 soll sich der Verbindung von Design und Markenführung widmen. Daher sind Einreichungen, die sich dem Phänomen Marke aus dem Blickwinkel von Designprojekten, -strategien oder -konzepten nähern oder Gesichtspunkte der Ästhetik oder Designtheorie an das Thema Marke fokussieren, besonders willkommen. Mögliche Themenstellungen hierzu können u. a. sein:

- Neue Verbindungen von Marke, Branding und Design
- Brand Design, Design Brands und UX
- Neue Techniken des Branding
- Ästhetische Konzepte und Marken
- Management von Markenprojekten
- Gestalterische Arbeit im Spannungsfeld von Markenpositionierung und kontinuierlicher Transformation
- Marke und Kreativität

## Beitragsformen

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

**Competitive Paper** behandeln abgeschlossene, bislang noch nicht publizierte Forschungsarbeiten theoretischer oder empirischer Natur und dürfen einen Seitenumfang von 15 Seiten nicht überschreiten. **Work in Progress Paper** behandeln noch nicht abgeschlossene Forschungsarbeiten und dürfen einen Seitenumfang von 10 Seiten nicht überschreiten. Beide Beitragsformen werden einem doppelt-blinden Begutachtungsprozess unterzogen. Kriterien der Begutachtung sind neben der Nähe zum Generalthema Marke die Originalität der Arbeit, die Neuartigkeit der Fragestellung und des forscherschen Zutritts, die theoretische und methodische Qualität der Arbeit sowie deren praktische Verwertbarkeit. Bei Work in Progress Paper werden zusätzlich Klarheit und Ergiebigkeit der offenen Fragestellungen, welche der Autor/die Autorin auf der Tagung diskutieren möchte, bewertet.

**Project Work Paper**, die wir vornehmlich zum oben beschriebenen Themenkreis der Verbindung von Design und Markenführung erwarten, stellen auf einem maximalen Seitenumfang von 5 Seiten oder in einem anderen, geeigneten Format innovative Markenaktivitäten in strukturierter Form vor und unterliegen einem Veranstalterreview. Bei ihnen wird die Herausarbeitung der markenbezogenen Herausforderung, die Entwicklungsmethode der Problemlösung, die Projektstrukturierung sowie der erarbeitete Beitrag zur Markenführung bewertet.

Der Veranstalter kann die Zahl der angenommenen Paper und somit auch der Präsentationsplätze aus Kapazitätsgründen begrenzen. Jeder Einreicher darf maximal an zwei Papers beteiligt sein. Die Einreichung eines Beitrages ist mit der Verpflichtung verbunden, dass sich bei positiver Begutachtung mindestens ein Autor für die Konferenz anmeldet und das Paper während der Konferenz in Mainz präsentiert.

Bei der Formatierung der Competitive Paper und Work in Progress Paper sind folgende Regelungen zu beachten (Project Work Paper sind in einem geeigneten Format einzureichen):

Schrift: Times New Roman; Schriftgröße: 12 Punkt; Zeilenabstand: 1,5-zeilig; Rand (oben, unten, links, rechts): 2 cm. Die oben genannte Seitenzahl versteht sich inklusive Grafiken und Literaturverzeichnis, aber exklusiv von Anhängen. Die Zitierweise hat im Harvard-Stil

zu erfolgen und muss den Vorgaben des „Journal of Product and Brand Management“ entsprechen. Siehe hierzu:

[http://emeraldgrouppublishing.com/products/journals/author\\_guidelines.htm?id=jpbm#23](http://emeraldgrouppublishing.com/products/journals/author_guidelines.htm?id=jpbm#23)

Die Einreichung erfolgt bis spätestens 18. Mai 2020 ausschließlich elektronisch an: [info@dermarkentag.de](mailto:info@dermarkentag.de).

## **Tagungsband, Special Issue-Veröffentlichung und Auszeichnungen**

Alle akzeptierten Beiträge erscheinen in einem geschützten Onlinebereich für die Teilnehmer der Konferenz. Wie schon bei den letzten Durchgängen der Konferenz wird im Anschluss ein Buch „Forum Markenforschung 2020“ beim Springer Gabler-Verlag erscheinen, das die besten Beiträge der Konferenz umfasst.

Neu – **Special Issue mit der Marketing ZfP**: Ausgewählte Beiträge der Konferenz werden außerdem für den gesonderten Review eines anlässlich der Tagung erscheinenden Special Issue bei der Marketing-ZfP empfohlen. Für diese englischsprachigen Einreichungen besteht damit erhöhte Publikationswahrscheinlichkeit in der führenden deutschsprachigen Zeitschrift der Marketingwissenschaft.

Ferner werden zwei Auszeichnungen vergeben:

- Bester Konferenzbeitrag (Vergabe durch die Veranstalter)
- Beste Konferenzpräsentation (Vergabe durch die Teilnehmer der Konferenz)

## **Wichtige Termine**

- Einreichungsfrist: **18. Mai 2020**
- Information über das Ergebnis des Begutachtungsprozesses nach doppelt-blinder Begutachtung: Ab dem 27. Juni 2020
- Abgabe der finalen Konferenzbeiträge: 07. September 2020
- Konferenztermin: **17.-18. September 2020**

Aktuelle Informationen über das Programm, den Call for Papers, die Anmeldeformulare sowie Informationen zur Unterkunft finden Sie demnächst unter:

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