



Jahresbilanz 2013

Prof. Dr. Carsten Baumgarth

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

(1.1.2013 – 31.12.2013)



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 über die Ergebnisse des eigenen Tuns zu geben und diese auch öffentlich zugänglich zu machen. Gleichzeitig soll die Jahresbilanz auch dazu dienen, Interessierten einen Eindruck der Arbeit der Professur für Marketing, insbesondere Markenführung an der HWR Berlin zu geben und bei Anknüpfungspunkten auch 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.; Boltz, D.-M. (2013) (Hrsg.): Impulse für die Markenpraxis und Markenwissenschaft, Wiesbaden 2013 (Gabler-Verlag).
2. Baumgarth, C.; Kaluza, M.; Lohrisch, N. (2014): Markenaudit für Kulturinstitutionen - Ganzheitliches Tool zur Analyse und Professionalisierung der Markenführung im Kultursektor (Springer VS).
3. Baumgarth, C.; Merrilees, B.; Urde, M. (Guest Editor) (2013): Special Issue „Brand Orientation: Past, Present and Future“, *Journal of Marketing Management*, Vol. 29, No. 9-10 (<http://www.tandfonline.com/toc/rjmm20/29/9-10#.Ur1YHv2KWow>)

b. Beiträge in wissenschaftlichen Zeitschriften (doppelt blinde Begutachtung)

4. Urde, M.; Baumgarth, C.; Merrilees, B. (2013): Brand orientation and market orientation: From alternatives to synergy, in: *Journal of Business Research*, Vol. 66, No. 1, pp. 13-20.
5. Baumgarth, C.; Merrilees, B.; Urde, M. (2013): Brand orientation: Past, present, and future, in: *Journal of Marketing Management*, Vol. 29, No. 9-10, pp. 973-980 (Article Views: 305).
6. Baumgarth, C.; Lohrisch, N.; Kaluza, M. (2013): Arts push Business – Welchen Nutzen hat Kunst für Unternehmen tatsächlich?, in: *Jahrbuch Kulturmanagement 2013*, Hrsg.: Bekmeier-Feuerhahn, S. et al., Bielefeld, S. 143-164.

c. Beiträge zu wissenschaftlichen Tagungen (doppelt blinde Begutachtung)

7. Baumgarth, C.; Boltz, D.-M. (2013): Brand Authenticity – Content analysis of (official) ‘brand biographies’, Brand-Camp, Obergurgl/Österreich.

8. Baumgarth, C.; Lohrisch, N.; Kaluza, M. (2013): Arts push Business – Welchen Nutzen hat Kunst für Unternehmen tatsächlich?, 7. Jahrestagung des Fachverbandes Kulturmanagement, Potsdam.
9. Merrilees, B.; Baumgarth, C. (2013): Performance benefits of hybrid brand and market orientation interaction, Academy of Marketing Science World Marketing Congress, Melbourne/Australien.
10. Baumgarth, C.; Kaluza, M.; Lohrisch, N. (2013): Brand Audit for Cultural Institutions (BACI) – Model and Practical Application, XII. International Conference on Arts & Cultural Management, Bogotá/Kolumbien (15 Seiten).
11. Baumgarth, C. (2013): „Mein Theater, deshalb hänge ich mich hier richtig rein“ – Markenzuneigung als Determinante von intensivem Besucherverhalten in Kulturinstitutionen, Kulturbranding4, Berlin (15 Seiten).

d. Beiträge im Begutachtungsprozess (doppelt blinde Begutachtung)

12. Baumgarth, C.; Lohrisch, N.; Kastner, O. (2013): Arts meet luxury brands: Relevance and typology of Arts-Luxury-Brands-Collaboration, in: The Management of Luxury, Eds.: Berghaus, B.; Mueller-Stewens, G.; Reinecke, S., London (Kogan Page) (in press).
13. Baumgarth, C.; Kastner, O. L. (2013): When Luxury meets Art – Typology of Luxury Brand-Art Collaborations (LBACs), submitted to “2014 Monaco Symposium on Luxury”.

e. Beiträge in Wissenschaftlichen Zeitschriften und Sammelwerken (Begutachtung durch Herausgeber)

14. Boltz, D.-M.; Baumgarth, C. (2013): Trends in der Markenführung und Markenforschung, in: Impulse für die Markenpraxis und Markenforschung, Hrsg.: Baumgarth, C.; Boltz, D.-M., Wiesbaden, S. 3-28.
15. Binckebanck, L.; Baumgarth, C. (2013): CSR-Marke – Darstellung eines neuen Markenmodells und fallstudiengestützte Evaluation, in: Impulse für die Markenpraxis und Markenforschung, Hrsg.: Baumgarth, C.; Boltz, D.-M., Wiesbaden, S. 409-449.
16. Baumgarth, C.; Binckebanck, L. (2013): Best Practices der CSR-Markenführung und -kommunikation, in: Sustainable Marketing Management, Hrsg.: Meffert, H.; Kirchengo, M.; Kenning, P., Wiesbaden (im Druck).

f. Beiträge in Transferzeitschriften

17. Baumgarth, C. (2013): Der Vertrieb ist die größte Macht, in: *Werben & Verkaufen*, o. Jg., H. 8, S. 34.



18. Baumgarth, C. (2013): Welchen Wert haben B2B-Marken, in: *marconomy*, o. Jg. (2013), Mai, S. 34-36.
19. Baumgarth, C. (2013): Vom Frosch zum Prinzen, in: *new business*, o. Jg., H. 22, S. 14-15.
20. Kastner, O. L.; Baumgarth, C. (2013): Pop-up-Stores im Modebereich, in: *German Council Magazin*, 17. Jg., H. 2, S. 40-45.
21. Baumgarth, C. (2013): Discover B-to-B-Brand Value – Was sagen die „harten“ Fakten“?, in: GWA Profi 2013, Hrsg.: GWA, FAZ, Frankfurt, S. 12-14.
22. Baumgarth, C.; Kaluza, M.; Lohrisch, N. (2013): Holistisches Kulturbranding, in: *Public Marketing*, 5. Jg., H. 9, S. 42-44.
23. Baumgarth, C. (2013): Kunst in der Markenführung: Antagonisten oder symbiotische Partner der B2B-Markenführung, in: *B2B – Das Magazin für B2B-Marken*, o. Jg., H. 2, S. 50-53.
24. Baumgarth, C. (2013): Skizze eines CSR-Markenmodells: B2B-Unternehmen zu authentischen CSR-Marken entwickeln, in: *be Dossier für Markenkultur*, o. Jg., H. 2, S. 36-41.

g. Arbeitspapiere

25. Baumgarth, C.; Sandberg, B.; Brunsen, H.; Schirm, A. (2014): Kunst-Unternehmens-Kooperationen (KUK): Begriffsbestimmung, Typologie und Nutzen, in: IMB Working Papers (akzeptiert).

h. Sonstiges (Interviews etc.)

26. Neuhaus, C. (2013): Vorübergehend geöffnet, in: *Der Tagesspiegel* vom 19.1.2013.
27. Galileo ProSieben (Hrsg.): Was soll das? Kaufhaus, gesendet am 30.1.2013.
28. Schmitt, C. (2013): Rekordeinreichungen zum B2B-Markenpreis: B2B-Kommunikation wird selbstbewusster, in: *media-treff* vom 26.2.2013.
29. Hammer, P. (2013): Brückenbauer im Dienst der Marke, in: *werben & verkaufen*, 8/2013, S. 32-35.
30. Baumgarth, C. (2013): Kulturbranding, Webinar in der Reihe km treff am 11.9.2013 (http://kulturmanagement.net/beitraege/prm/39/v__d/ni__2654/cs__11/index.html)
31. Baumgarth, C. (2013): Erfolgreiches Marketingcontrolling im B2B-Bereich, Interview *marconomy*, 21.11.2013 (<http://www.youtube.com/watch?v=67pRq5Hyc0c>).

II. FORSCHUNG

a. Vorträge und Moderationen

1. Arts push business – Welchen Nutzen hat Kunst für Unternehmen tatsächlich?, 7. Jahrestagung des Fachverbandes Kulturmanagement, Potsdam.
2. Brand Audit for Cultural Institutions (BAC) – Model and Practical Application AIMAC 2013, Bogotá/Kolumbien.
3. Markenorientierung im Kultursektor, „Brown Bag-Seminar“ der HWR Berlin, Berlin.
4. This is my theatre, therefore I put my whole heart in it – Brand attachment as a driver of intensive visitor behavior in the cultural sector, Kulturbranding4, Berlin.
5. MAK und QuickCheck, Kulturbranding4, Berlin (zusammen mit Marina Kaluza und Nicole Lohrisch).
6. Moderation des Forums „Impulse: Best Practice für spezielle Herausforderungen der Markenführung im Kulturbereich“, Kulturbranding4, Berlin.

b. Leistungen für die akademische Community

1. Reviewtätigkeiten

Im Jahre 2013 wurden Reviews für die Zeitschriften *Marketing ZFP*, *Journal of Brand Management*, *Critical Perspectives on International Business*, *Journal of Management Studies*, *Journal of Business Research*, *International Journal of Arts Management* und *International Small Business Journal* erstellt. Darüber hinaus wurden mehrere Beiträge für die *IMB Working Paper* Reihe begutachtet.

2. Reviewboards

2013 war Prof. Baumgarth in folgenden Reviewboards tätig: *transfer – Werbeforschung & Praxis*, *Marketing ZFP* (einziger Fachhochschulprofessor in dem Board), *Journal of Product and Brand Management* (neu in 2013 berufen). 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 an der HWR Berlin und der Universität Würzburg 21 Bachelor- bzw. Masterarbeiten als Erstbetreuer begleitet.

4. **Akademische Selbstverwaltung:**

2012/2013 leitete Prof. Baumgarth eine Berufungskommission an der HWR Berlin. Weiterhin war er 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 2013 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. **Markenorientierung im Kultursektor**

Das vom Europäischen Sozialfonds (ESF) und vom Berliner Senat für zwei Jahre geförderte Forschungsprojekt „Markenorientierung im Kultursektor“ wurde Ende 2013 mit dem Abschlussbericht, der auf der Internetseite des Projektes als Download zur Verfügung steht (www.mo-kultur.de) erfolgreich abgeschlossen. Highlights in 2013 waren die Organisation der Konferenz Kulturbranding4, das Buch „Markenaudit für Kulturinstitutionen“ sowie die Präsentation von Projektergebnissen auf der AIMAC-Konferenz in Bogotá (Kolumbien).

2. **Kunst-Unternehmens-Kooperation**

Im Sommer 2013 wurde das für zwei Jahre vom IFAF geförderte Forschungsprojekt, welches zusammen mit der HTW Berlin durchgeführt wird, gestartet. Neben organisatorischen Aufgaben wie Personalgewinnung und Aufbau der Internetseite wurden 2013 vor allem eine Arbeitspapier zu den begrifflichen und konzeptionellen Grundlagen des Projektes erstellt sowie erste Fallstudien erhoben. Weiterhin wurden Netzwerke zu Künstlern und Unternehmen aufgebaut.

3. **Discover B2B Brand Value**

Im Auftrag des Gesamtverbands Kommunikationsagenturen (GWA) wurde 2013 die Studie „Discover B2B Brand Value“ fortgeführt. Zielsetzung der Studie ist es, die Ergebnisse empirischer Studien zum Thema B-to-B-Marke systematisch zu erfassen und benutzerfreundlich aufzubereiten.

4. **Buchprojekt: Markenpolitik (4. Auflage, SpringerGabler)**

Einen weiteren Schwerpunkt der Arbeit der Professur stellte 2013 die finale Erstellung der vollständig überarbeiteten Auflage des etablierten Lehrbuchs „Markenpolitik“ (letzte Auflage: 2008) dar. Neben der umfangreichen Aktualisierung der Literatur und der Markenbeispiele, der Integration von zusätzlichen Aspekten und Studienergebnissen wurde auch ein neues Kapitel zu Markentheorien aufgenommen. Das überarbeitete Manuskript wurde Ende 2013 an den Verlag gesandt und das Buch wird 2014 erscheinen.

5. **Buchprojekt: Kulturbranding4 (Leipziger Universitätsverlag)**

Aufbauend auf der Konferenz Kulturbranding4 wurde 2013 mit den Arbeiten an einem Herausgeberwerk zu diesem Thema begonnen. Zusammen mit Prof. Dr. Steffen Höhne und Dr. Ralph-Philip Ziegler soll im ersten Halbjahr 2014 das Buch mit rund zehn bis zwölf Beiträgen erscheinen.

6. **Special Issue „Brand Management in the Arts and Cultural Sector“**

Zusammen mit Daragh O'Reilly (University of Sheffield, Großbritannien) wurde 2013 mit den Arbeiten am Special Issue „Brands in the arts and culture sector“ der Zeitschrift *Arts Marketing – An International Journal* begonnen. Das entsprechende Call for Papers wurde im März 2013 veröffentlicht und die Schwerpunktausgabe soll im Sommer 2014 erscheinen.

7. **Forschungsanträge**

Im Jahr 2013 wurden die beiden folgenden Anträge für zukünftige Drittmittelprojekte erstellt und eingereicht:

- Verhaltensmuster von wirtschaftlich erfolgreichen KünstlerInnen –Identifikation und interkultureller Vergleich von „Archetypen“ selbständiger KünstlerInnen zur Vermeidung prekärer Einkommensverhältnisse (Fritz-Thyssen-Stiftung)
- Nachhaltigkeitsbewertung und -transformation von Marken - Entwicklung und Verbreitung eines Markenaudits zur Evaluation der internen und externen Stärke von Nachhaltigkeitsmarken im Mittelstand (NaMA) (FONA, BMBF) (zusammen mit Prof. Dr. Anja Groth, Holger Rohn, Antje Meyer)

d. **Organisation von Tagungen**

Ein wichtiges und zeitlich stark beanspruchendes Arbeitspaket bildete 2013 die Organisation und Durchführung der Konferenz Kulturbranding4 (www.kulturbranding4.de), die mit rund 100 Teilnehmern vom 26. - 27. September an der HWR Berlin stattgefunden hat.

e. **Impact**

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

- Zitate: 1.567
- h-Index: 19
- i-Index: 40

f. **Auszeichnungen**

Frau Olga Louisa Kastner gewann für ihre von Herrn Prof. Baumgarth betreute Bachelorarbeit „Erfolgsfaktoren von Pop-up-Stores“ den EHI Wissenschaftspreis 2013 (<http://www.wissenschaftspreis.org>). Die offizielle Preisverleihung des mit 5.000 € dotierten Preises fand am 20. Februar 2013 vor rund 300 geladenen Gästen in Düsseldorf statt.

III. LEHRE

a. Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin

Im Wintersemester 2012/2013 wurden an der HWR Berlin folgende Lehrveranstaltungen durchgeführt:

- 2 x Vorlesung/Übung: Einführung Marketing (je 4 SWS)
- Vorlesung/Übung: Marktforschung (4 SWS)

Im Sommersemester 2013 wurden an der HWR Berlin folgende Lehrveranstaltungen durchgeführt:

- 2 x Vorlesung/Übung: Einführung Marketing (je 4 SWS)
- Vorlesung/Übung: Ausgewählte Fragen des Marketing: Markenführung (4 SWS)

Im WS 2013/2014 hat Prof. Baumgarth ein Forschungssemester, in dem er sich schwerpunktmäßig mit dem Thema B-to-B-Marke beschäftigt. Frau Özlem Yildiz hat im WS 2013/2014 folgende Veranstaltungen übernommen:

- 2 x Vorlesung/Übung: Einführung Marketing (je 4 SWS)

b. Sonstige Lehre

Darüber hinaus wurden 2013 mehrere Tagesveranstaltungen an den folgenden Hochschulen durchgeführt: *Universität Würzburg, Hochschule Luzern, Steinbeis Universität, Nordakademie Elmshorn* und *European Business School O9estrich-Winkel*.

c. Lehr- und Forschungshomepage

Zur Unterstützung der Lehre und auch der Forschung wurde im Sommer 2013 die eigene Interpräsenz vollständig überarbeitet (www.cbaumgarth.net). Darüber hinaus wurden Interpräsenzen für die Tagung Kulturbranding4 sowie die beiden Forschungsprojekte Markenorientierung im Kultursektor und Kunst-Unternehmenskooperationen aufgebaut bzw. gepflegt. Diese Seiten erzielten laut Google Analytics folgende Werte:

	Visits	Visitors	Page Views
www.cbaumgarth.net	2.381	1.152	6.173
www.mo-kultur.de	3.065	913	11.193
www.kulturbranding4.de	4.607	2.025	26.602
www.arts-push-business.de	632	180	1.988

IV. PRAXIS

a. Jurys

Im Jahre 2013 hat sich Prof. Baumgarth in den Jurys für den GWA Profi Award (<http://www.gwa.de/awards-events/gwa-profi/>), Green Brands (<http://www.green-brands.org>) und VBC-Verkaufs-Award (<http://www.vbc.biz/Awards.2069.0.html>) engagiert.

b. Methodenpartner Deutscher Nachhaltigkeitspreis

Bereits zum vierten Mal unterstützte 2013 Prof. Baumgarth mit seinem Team als Methodenpartner den Deutschen Nachhaltigkeitspreis (<http://www.deutscher-nachhaltigkeitspreis.de>) in der Kategorie „Nachhaltigste Marke“. Neben der Evaluation der Selbstbewertungen, der Erstellung einer Vorauswahl und Präsentation der potentiellen Kandidaten und dem Erstellen eines Best-Practice-Berichts wurde 2013 insbesondere von uns das Verfahren in Richtung externe Messung der Markenstärke erweitert. Dazu wurde eine Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsinstitut facit research initiiert und realisiert.

c. Vorträge und Moderationen

1. Markenorientierung als Nucleus der B-to-B-Markenführung und -kommunikation, Symposium „Kommunikation in B2B-Märkten“, Linz/Österreich.
2. B2B-Marketingcontrolling – Mit H.A.S.E. etablieren Sie erfolgreich ein Marketingcontrollingsystem!, B2B Marketing Kongress 2013, Würzburg.
3. Zur Macht der Marke: Was die Immobilienwirtschaft von anderen Branchen lernen kann, 4. BFW-Marketing- und Marktforschungssymposium, Hamburg.
4. Moderation des Themenforums „Markenstrategien mit Augenmaß entwickeln – Vom Showroom zum Credo“, Deutscher Nachhaltigkeitstag 2013, Düsseldorf.

V. TEAM

a. Mitarbeiter

- Hendrik Brunsen (15.5. - 31.12.2013)
- Marina Kaluza (1.1. - 31.12.2013)
- Nicole Lohrisch (1.1.2013 - 31.12.2013)
- Özlem Yildiz (1.7. - 31.12.2013)

b. Studentische Hilfskräfte

Darüber hinaus wurde die Arbeit der Professur durch eine Vielzahl von studentischen Hilfskräften mit unterschiedlichen Laufzeiten und Verträgen im Jahr 2013 unterstützt: Jessica Bahr, Melanie Engelhardt, Maike Hoffmann, Jenifer Köhler, Tatsiana Mandel, Gyde Petersen, Linda Schwär, Marena Seidel und Arne Viebrock.

AUSBLICK 2014

Im Jahr 2014 werden insbesondere das Forschungsprojekt „Kunst-Unternehmens-Kooperationen (KUK) als Motor für Wirtschaft und Kunst“, die Buchprojekte „Markenpolitik, 4. Auflage“, „Kulturbranding4“ und „B-to-B-Markenführung, 2. Auflage“, die Etablierung neuer Lehrveranstaltungen in den Feldern „CSR & Marketing“ und „Kultur/Kunst & Marketing“ sowie das Special Issue „Brands in the arts and culture sector“ Schwerpunkte der Arbeit darstellen. Darüber hinaus wird das Beantragen von neuen Drittmittelprojekten und die Gewinnung zusätzlicher Forschungsgelder einen Schwerpunkt bilden, da nur so die Professur das im Jahre 2013 aufgebaute Team mittelfristig halten kann und auch nur so überhaupt eine nennenswerte Forschung an einer Fachhochschulprofessur möglich ist. Weiterhin sollen vermehrt Forschungs- und Publikationsprojekte initiiert werden, die auch zu Publikationen in doppelt-blind begutachteten Zeitschriften führen. Darüber hinaus sollen die Langfristprojekte „Gründung eines Markeninstituts an der HWR Berlin“, „Eröffnung eines Markenmuseums“ und „Etablierung eines Markenmasterprogramms an der HWR Berlin“ weiter voran getrieben werden.



Berlin, 1.1.2014

Prof. Dr. Carsten Baumgarth