

# DERMARKENTAG2018

27.-28. SEPTEMBER | HS Koblenz

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

## Call for Papers

**DERMARKENTAG2018**

**27. – 28. September 2018**

**Koblenz, Deutschland**

**DERMARKENTAG2018** hat sich in den letzten Jahren zu einer führenden Diskussionsplattform für die Zukunft der Markenführung im deutschsprachigen Raum entwickelt. Auf der wissenschaftlichen Konferenz präsentieren junge und etablierte ForscherInnen 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.

**DERMARKENTAG2018** 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 Arbeiten live zu erleben.

**DERMARKENTAG2018** wird nach den Veranstaltungen an der WU Wien (2005, 2009), der Marmara Universität Istanbul (2007), der HWR Berlin (2011, 2016) und der Hochschule Koblenz (2014) zum insgesamt siebten Mal und zum zweiten Mal in Koblenz stattfinden.

## Veranstaltungsort

Veranstaltungsort von DERMARKENTAG2018 ist Koblenz.

Der erste Konferenztage findet am Rhein-Mosel-Campus (Standort Koblenz) der Hochschule Koblenz statt ([www.hs-koblenz.de](http://www.hs-koblenz.de)). Aus einer renommierten Ingenieurschule hervorgegangen, bietet die Hochschule Koblenz verschiedene wirtschafts- und sozialwissenschaftliche sowie technische Studiengänge an. Zurzeit studieren rund 10.000 junge Frauen und Männer an den drei Standorten Koblenz, Remagen und Höhr-Grenzhausen.

Der zweite Konferenztage findet am ISSO Institut statt ([www.issso.de](http://www.issso.de)). Das „Institute for Social & Sustainable Oikonomics“ bildet eine zentrale Anlaufstelle für die Zusammenarbeit von Hochschulen, Unternehmen und Kommunen sowie für die Nachhaltigkeits- und Gründerszene in der Region Koblenz/Mittelrhein. Im Zentrum der gemeinsamen Aktivitäten steht das Anliegen, den Geist eines demokratischen Miteinanders und die Entwicklung einer nachhaltigen Gesellschaft zu stärken.

Informationen zu beiden Veranstaltungsorten finden Sie unter [www.dermarkttag.de](http://www.dermarkttag.de).

## Veranstalter

Holger J. Schmidt, Professor für Marketing an der Hochschule Koblenz, sowie Carsten Baumgarth, Professor für Marketing, insbesondere Markenführung an der HWR Berlin, sind die Veranstalter von DERMARKENTAG2018.



## 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:

- Markenführung allgemein sowie in speziellen Branchen (z. B. B2B, Technologie, Medien, Nonprofit, Sozialunternehmen, Politik, Kultur)
- Corporate Branding und Reputation

- Markenstrategien (z. B. Markentransfers, Markenallianzen, Markenarchitektur, Markenportfolio)
- Globale, Internationale und Interkulturelle Markenführung
- Branding und Design
- Interne Markenführung (Internal Branding, Behavioral Branding, Brand Orientation)
- CSR, Nachhaltigkeit und Marken
- Ethische Aspekte der Markenführung und Kritik an der Marke(nführung)
- Konsumentenverhalten und Wirkungen von Marken (z. B. Markenliebe, Brand Attachment, Markenpersönlichkeit, WoM, Neuro-Ansätze)
- Markenkommunikation (z. B. Social Media, Persönliche Kommunikation, Markenerlebnisgestaltung)
- Markencontrolling, Markenstärke und Markenwert
- Handelsmarken und Storebrands
- Employer Branding
- „Die Mitmachmarke“ (Co-Creation, User Generated Content, Open Innovation etc.)
- Kunst & Marke
- Organisatorische Herausforderungen der Markenführung (z. B. Agile 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 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 Innovativität 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. Der Veranstalter kann aus Kapazitätsgründen die Zahl der angenommenen Paper und somit auch der Präsentationsplätze begrenzen. Jeder Einreicher darf maximal an zwei Papern beteiligt sein. Die Einreichung eines Beitrages ist mit der Verpflichtung verbunden, dass bei positiver Begutachtung mindestens ein Autor sich für die Konferenz anmeldet und das Paper während der Konferenz in Koblenz präsentiert.

Bei der Formatierung der Beiträge sind folgende Regelungen zu beachten:

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

Die Einreichung erfolgt bis spätestens ~~02. Mai 2018~~ (verlängert bis 22. Mai 2018) ausschließlich elektronisch an: [info@dermarkttag.de](mailto:info@dermarkttag.de).

### **Board of Reviewers (Stand: 02.12.2017)**

- Petra Baumann (Phönix Contact)
- Prof. Dr. Dirk-Mario Boltz (Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin)
- Prof. Dr. Christoph Burmann (Universität Bremen)
- Dr. Salima Douven (Henkel)
- Klaus Eberhardt (iteratec)
- Prof. Dr. Jutta Emes (Bauhaus Universität Weimar)
- Jürgen Gietl (Brand Trust)
- Prof. Dr. Matthias Gouthier (Universität Koblenz-Landau)
- Christin Gunkel (Ottobock)
- Prof. Dr. Jörg Henseler (Universität Twente)
- Prof. Dr. Nicholas Ind (Kristiana University College)
- Prof. Dr. Karsten Kilian (Hochschule Würzburg-Schweinfurt)
- Prof. Dr. Tobias Langner (Bergische Universität Wuppertal)
- Dr. Florian Meier (Jungheinrich)
- Andres Schauerte (Kopfstrom)
- Dr. Rico Piehler (Universität Bremen)
- Dr. Dominik Preusche (Patentanwalt)
- Prof. Dr. Jörn Redler (Duale Hochschule Baden-Württemberg Mosbach)
- Prof. Dr. Andrea Rumler (HWR Berlin)
- Prof. Dr. Marcus Stumpf (FOM Hochschule für Ökonomie und Management)
- Prof. Dr. Cleopatra Veloutsou (University of Glasgow)
- Prof. Dr. Klaus-Peter Wiedmann (Leibniz Universität Hannover)

## Veröffentlichung und Auszeichnungen

Alle akzeptierten Beiträge erscheinen in einem geschützten Onlinebereich für die Teilnehmer der Konferenz. Darüber hinaus wird ein Buch beim Springer Gabler-Verlag mit den besten Beiträgen im Anschluss an die Konferenz erscheinen.

Ferner werden drei Preise vergeben:

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

## Wichtige Termine

- Einreichungsfrist: ~~02. Mai 2018~~ (verlängert bis 22. Mai 2018)
- Information über das Ergebnis des Begutachtungsprozesses nach doppelt-blinder Begutachtung: Ab dem 29. Juni 2018
- Abgabe der finalen Konferenzbeiträge: 1. September 2018
- Konferenzdaten: 27. – 28. September 2018

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

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