

Call for Papers

DERMARKENTAG2021

16. - 17. September 2021

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. Die zunächst für September 2020 angekündigte Veranstaltung wurde aufgrund der Corona-Bedingungen um ein Jahr verschoben. Als kleines Impuls- und Diskussionsformat zwischendurch fanden am 17.09.20 die **DERMARKENTAG** Online-Impulse 2020 statt.

Veranstaltungsort

Veranstaltungsort von **DERMARKENTAG2021** 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 Februar 2021 unter www.dermarkttag.de.

Veranstalter

Veranstalter der Konferenz 2021 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

Weiterhin geleitet von dem Motto „Brand New Thinking“ erneuern wir unsere Ausschreibung und laden 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
- Interne Markenführung
- 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
- Einsatz von Artificial Intelligence (AI) und Nutzung von Big Data in der Markenführung
- Markenführung allgemein sowie in speziellen Branchen (z. B. B2B, Technologie, Medien, Nonprofit, Sozialunternehmen, Politik, Kultur)

Ein Schwerpunkt des Mainzer **DERMARKENTAG**2021 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 auf 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 und Instrumente des Branding
- Ästhetische Konzepte und Marken
- Management von Markenprojekten
- Gestalterische Arbeit im Spannungsfeld von Markenpositionierung und kontinuierlicher Transformation
- Marke und Kreativität

Alle bereits für die Tagung 2020 eingereichten Beiträge bewahren Ihren Status und werden direkt für diesen aktualisierten Call 2021 berücksichtigt, sofern Sie Beiträge nicht zurückziehen, erneuern oder ersetzen möchten.

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.

Aus Kapazitätsgründen kann die Zahl der angenommenen Paper und somit auch der Präsentationsplätze durch die Veranstalter begrenzt werden. 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/e Autor/-in 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 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://emeraldgrouppublishing.com/products/journals/author_guidelines.htm?id=jpbm#23

Die Einreichung erfolgt bis spätestens 20. Mai 2021 ausschließlich elektronisch an: info@dermarkentag.de.

Tagungsband 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 2021“ beim SpringerGabler-Verlag erscheinen, das die besten Beiträge der Konferenz umfasst. Zudem wird eine Zusammenarbeit mit einer führenden wissenschaftlichen Fachzeitschrift angestrebt, um die besten Papers auch dort zu veröffentlichen. Details hierzu werden nach Abschluss der Gespräche bekannt gegeben.

Ferner werden zwei Auszeichnungen vergeben:

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

Zusammenfassung – wichtige Termine

- Einreichungsfrist: **20. Mai 2021**
- Information über das Ergebnis des Begutachtungsprozesses nach doppelt-blinder Begutachtung: Ab dem 01. Juli 2021
- Abgabe der finalen Konferenzbeiträge: 03. September 2021
- Konferenztermin: **16.-17. September 2021**

Aktuelle Informationen über das Programm, den Call for Papers, die Anmeldeformulare sowie Informationen zur Unterkunft finden Sie auch unter: www.dermarkentag.de