Programm

Veranstaltungsort:

Gästehaus der Universität Hamburg
Rothenbaumchaussee 34, 20148 Hamburg, Deutschland

Tag 1 – Mittwoch, 01.10.2025

Moderation: Oliver Errichiello

Ab 09:00 Uhr	Registrierung & Kaffee	
10:00 - 10:10 Uhr	Eröffnung der Konferenz	Oliver Errichiello
10:10 - 10:30 Uhr	Grußworte zum 10. Jubiläum	Carsten Baumgarth Jörn Redler Holger J. Schmidt
10:30 - 11:15 Uhr	Aktivität zur Vernetzung der Teilnehmer	Jörn Redler
11:15 - 12:45 Uhr	**Science Session 1: Konsumenten und ihre Marken**	
	▸ Konsumheuchelei – Wenn erwünschtes Selbstbild und echtes Konsumverhalten aufeinanderprallen	Marc Herz Florian Buehler Florian Steinkeller
	▸ Beyond "Sorry": Unpacking the key components of effective brand apologies on social media	Juliane Staubach Stefanie Wannow
	▸ Building up brand loyalty with augmented reality for elderly customers – Is this even possible? A systematic literature review	Lukas Brosch Jens Kirchner Jörg Henseler
12:45 - 13:30 Uhr	Mittagssnack	

13:30 - 14:15 Uhr	**Keynote 1 und Diskussion: Rügenwalder Mühle – Die Transformationsgeschichte der Marke zwischen Idealbild und Realität**	Claudia Kleyboldt (Rügenwalder Mühle)
14:15 - 15:15 Uhr	**Science Session 2: Haltung, Purpose & Aktivismus**	
	▸ Realitätsgerechte Empörung: Anmerkungen zu Moral in der Markenkommunikation	Stefan Waller
	▸ Brand activism and employees' reaction	Kristina Klein Selei Meiners Rico Piehler
15:15 - 15:45 Uhr	Kaffeepause	
15:45 - 16:30 Uhr	**Keynote 2 und Diskussion: Ein anderer Fußball ist möglich!**	Martin Drust (FC St. Pauli von 1910 e.V.)
16:30 - 17:30 Uhr	**Panel 1: Wokeness-Masche – Marken zwischen Zeitgeist, Greenwashing und Golden Circle**	**Moderation:** Holger J. Schmidt **Teilnehmer:** Oliver Errichiello Christian Koch Ils. von Campenhausen
17:45 - 18:00 Uhr	Zusammenfassung Tag 1	Oliver Errichiello
ab 19:00 Uhr	Aperitif und Dinner im Restaurant Portolino, Alsterufer 2, 20354 Hamburg	

Tag 2 – Donnerstag, 02.10.2025

Moderation: Prof. Dr. A. Zschiesche

08:30 - 08:45 Uhr	Begrüßung	Arnd Zschiesche
08:45 - 9:45 Uhr	**Science Session 3: Markenführung & Markenarbeit**	
	▸ Markenführung von innen und außen – auf dem Weg zu einer integrierten Theorie der Markenpolitik in Forschung und Praxis	Sebastian Wolf
	▸ From attractive spaces, tactile goodies, and social brand experiences – How internal brand management can succeed in the context of remote work!	Carsten Baumgarth
09:45 - 10:15 Uhr	Kaffeepause	
10:15 - 11:00 Uhr	**Keynote 3 und Diskussion: Historische Entwicklung und Perspektiven der Markenführung – Von der Markentechnik zur datengetriebenen Markenführung und zurück**	Christoph Burmann (Universität Bremen)
11:00 - 12:00 Uhr	**Science Session 4: Wissenschafts-Praxis-Gap**	
	▸ Drowning in data, starving for insight? Bridging the academic-practitioner gap in brand management in a data-saturated era	Franziska Johanna Schechner Tatjana Steusloff
	▸ Bridging the science-practice gap in marketing and branding: Intermediaries and the conversion of academic knowledge	Kristina Klein Michael Schade Marieke Schewe Rafael Tietze Rico Piehler

12:00 - 12:45 Uhr	**Panel 2: Elfenbeinturm vs. Maschinenraum – Wie lassen sich Markenwissenschaft und Markenpraxis wieder stärker verbinden?**	**Moderation:** Jörn Redler **Teilnehmer:** Carsten Baumgarth Christoph Burmann Colin Fernando
12:45 - 13:30 Uhr	Mittagssnack	
13:30 - 15:45 Uhr	**Science Session 5: Techpoints – AR, AI & more**	
	▸ AI-powered brand-aligned touchpoints – Design and effects of brand-aligned AI-chatbots	Carsten Baumgarth Roman Burkart Andreas Fachner Lisa Krick Julia Nitschke
	▸ The influence of touchpoint affordances and online brand experiences on digital brand personality perceptions: a qualitative exploration	Mijka Ghorbani Arne Westermann
	▸ Age meets innovation: AI and brand image for over 50s – a systematic literature review	Lorenz Neupert Jens Kirchner Jörg Henseler
	▸ Relationships between consumers and their digital voice assistants: An exploratory study through the lens of human-object relationship theory	Antonia Perske Carmen-Maria Albrecht Joern Redler
15:45- 16:30 Uhr	**Keynote 4 und Diskussion: Transformation der ECE – Vom Einkaufscenter-Entwickler zur multi–funktionalen Unternehmensgruppe**	Hauke Hansen (ECE Group)

16:30 - 16:45 Uhr	Verleihung der Awards	Carsten Baumgarth Jörn Redler Holger J. Schmidt
16:45 - 17:00 Uhr	Verabschiedung	Oliver Errichiello Arnd Zschiesche

Veranstalter der Konferenz 2025 sind die Markensoziologen Prof. Dr. Oliver Errichiello und Prof. Dr. Arnd Zschiesche vom Büro für Markentwicklung.

Die Konferenz 2025 ist initiiert, organisiert und wissenschaftlich betreut von:

- Prof. Dr. Carsten Baumgarth, Professor für Marketing, insb. Markenführung, an der HWR Berlin,
- Prof. Dr. Oliver Errichiello, Honorarprofessor der Hochschule Mittweida und Lehrbeauftragter an der Hochschule Luzern und der Universität Hamburg,
- 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; zum Zeitpunkt der Konferenz an der International University of Monaco (IUM).

Wir danken Brand Trust, Nürnberg für die Unterstützung der Veranstaltung.

Programmversion 18, 25.09.2025, Änderungen vorbehalten