Pressemitteilung 46/2020 | 12.11.2020

Forschungstransfer

Wissenschaft trifft Marke auf Instagram

Pressesprecherin

Sylke Schumann

T +49 30 30877-1220
E presse@hwr-berlin.de

Marketingprofessor der HWR Berlin Dr. Carsten Baumgarth startet einen Instagram-Kanal und bringt anwendungsorientierte Markenwissenschaft an die Öffentlichkeit und in die Praxis.

Roboter als Markenkontaktpunkte, Shitstorms auf Social Media, Plattformmarken und Künstliche Intelligenz sind nur einige der aktuellen Schlagworte aus der Markenpraxis. „Diese Themen führen zu völlig neuen Fragen und benötigen innovative Antworten, welche die Wissenschaft liefern kann“, ist Prof. Dr. Carsten Baumgarth überzeugt. Mehr noch, Markenwissenschaft generiere gesellschaftlich relevantes Wissen, sagt der Professor für Marketing, insbesondere Markenführung an der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin (HWR Berlin). Und dieses Wissen müsse im Sinne einer guten Wissenschaftskommunikation zu den Zielgruppen gebracht werden. Schließlich wird Forschung, werden Forscherinnen und Forscher überwiegend über Steuergelder von der Gesellschaft finanziert. Nicht nur die Scientific Community, auch die breite Öffentlichkeit hat Anspruch auf wissenschaftliche Erkenntnisse.

Der Instagram-Kanal „Brückenbau Marke – Wissenschaft trifft Marke“ ist genau das, eine Verbindung und ein Treffpunkt von Wissenschaft und Praxis. Jede Woche produziert Baumgarth mit seinem Team eine neue Episode von 5 bis 10 Minuten als Podcast, Video oder Interview. Jede Episode stellt einen Journalbeitrag oder ein Forschungsprojekt aus dem Bereich Marke vor.

Die Beiträge lassen sich Kategorien wie klassiker, must read, newcomer, B*lab oder case zuordnen. Sie stellen die wichtigsten internationalen Forschungsbeiträge aus der Markenwissenschaft vor, Basiswissen und aktuelle Paper oder Markenforschung aus dem B*lab an der HWR Berlin. In der Kategorie case stehen konkrete Marken im Mittelpunkt, deren Erfolgsgeheimnis oder aktuelle Aktivitäten vor dem Hintergrund wissenschaftlicher Studien erläutert werden.

Der Marketingprofessor will mit diesem Angebot insbesondere Praktiker/innen, auch jüngere, aus Agenturen, Beratungsunternehmen und Unternehmen erreichen und auf diesem etwas anderen Weg Studierende für das Fachgebiet und das Thema begeistern. Dabei geht es einerseits um Wissenstransfer, andererseits zielt Baumgarth darauf, in der Praxis Verständnis für wissenschaftliche Forschung, Methoden und Prozesse zu schaffen. Er versteht Markenmanagement als anwendungsorientierte Wissenschaft und sieht im gegenseitigen Verständnis die Grundvoraussetzung für Kooperationen und Austausch begründet. Manager/innen, Praktiker/innen und Wissenschaftler/innen zum gegenseitigen Nutzen miteinander ins Gespräch zu bringen funktioniere nicht über Fachartikel in wissenschaftlichen Journalen, sondern über öffentliche Medien, vor allem Social Media.

Mit seinem Instagram-Kanal setzt der Berliner Professor der durch einen wahren Publikations-Hype in Fachzeitschriften bedingten Informationsüberflutung eine für Praktiker/innen verständliche, zeitgemäße und kurzweilige

Wissenschaftskommunikation entgegen. Ihm gelingt es, die Lücke zwischen Markenwissenschaft und Markenpraxis ein Stück weit zu schließen.

Bisher ist der Kanal ganz bewusst in deutscher Sprache gestaltet, um die Sprachbarriere in der DACH-Region (Deutschland, Österreich, Schweiz) zu umgehen. Denkbar ist, dass in Zukunft auch englische Inhalte produziert werden, um die internationale Reichweite zu erhöhen.

„Wir zwingen uns mit diesem Kanal selbst, ‚anstrengende' Forschung zu lesen, zu verstehen, zu komprimieren und zu kommunizieren", umreißt der Kurator von „Brückenbau Marke – Wissenschaft trifft Marke" Herangehensweise und Machart. „Das ist gar nicht so einfach, aber es macht trotz der vielen Arbeit Spaß und ist ein spannendes Experiment", sagt Baumgarth.

Über 550 Abonnent/innen hat der Kanal bereits, darunter Agenturchefs, Unternehmer/innen und Professor/innen – und es sollen noch mehr werden. „Denn nichts ist für die praktische Markenführung wertvoller als eine gute Markenwissenschaft", so das Motto des Instagram-Kanals.

- Instagram-Kanal

Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin (HWR Berlin)
Die Hochschule für Wirtschaft und Recht (HWR) Berlin ist mit über 12 000 Studierenden eine der großen Hochschulen für angewandte Wissenschaften – mit ausgeprägtem Praxisbezug, intensiver und vielfältiger Forschung, hohen Qualitätsstandards sowie einer starken internationalen Ausrichtung. Das Studiengangsportfolio umfasst Wirtschafts-, Verwaltungs-, Rechts- und Sicherheitsmanagement sowie Ingenieurwissenschaften in über 60 Studiengängen auf Bachelor-, Master- und MBA-Ebene. Die HWR Berlin unterhält 195 aktive Partnerschaften mit Universitäten auf allen Kontinenten und ist Mitglied im Hochschulverbund „UAS7 – Alliance for Excellence". Als eine von Deutschlands führenden Hochschulen bei der internationalen Ausrichtung von BWL-Bachelorstudiengängen und im Dualen Studium belegt die HWR Berlin Spitzenplätze in deutschlandweiten Rankings und nimmt auch im Masterbereich vordere Plätze ein. Die HWR Berlin ist einer der bedeutendsten und erfolgreichen Hochschulanbieter im akademischen Weiterbildungsbereich und Gründungshochschule. Die HWR Berlin unterstützt die Initiative der Hochschulrektorenkonferenz „Weltoffene Hochschulen – Gegen Fremdenfeindlichkeit".

www.hwr-berlin.de