



Wissenschaftspreis 2023 geht nach Hamburg

## Markenverband kürt akademische Arbeiten zur Zukunft der Markenführung und Markenforschung

*Berlin, 01.06.2023.* Im Rahmen einer feierlichen Übergabe hat der Markenverband e.V. gemeinsam mit der Gesellschaft zur Erforschung des Markenwesens e.V. (G·E·M) in Berlin den Wissenschaftspreis 2023 verliehen. Der mit insgesamt 10.000 Euro dotierte Preis ging an drei Wissenschaftler, die sich in ihren Forschungsarbeiten intensiv mit der Zukunft der Markenführung und der Markenforschung auseinandergesetzt haben. Die siegreiche Dissertation kommt von Felix Anton Sklenarz, der an der KLU in Hamburg den Umgang mit Disruption in Zeiten des Wandels untersucht und in diesem Kontext die Rolle von Marktanteil und finanziellem Markenwert analysiert hat.

Unter dem Vorsitz von Prof. Dr. Markus Voeth von der Universität Hohenheim hat eine achtköpfige Experten-Jury die eingereichten Arbeiten bewertet. „Das Niveau der diesjährigen Einreichungen ist sehr hoch. Es belegt, dass die Forschung zur Markenführung in Deutschland weiterhin zur internationalen Spitze gehört“, so Prof. Dr. Voeth. „Die Preisträger haben sehr unterschiedliche Themen bearbeitet und dabei sehr unterschiedliche Methodik eingesetzt. Das zeigt die Vielfalt der Forschung zur Markenführung in Deutschland!“

Für Jens Lönneker, Präsident der G·E·M, ist die gemeinsame Ausschreibung des Wissenschaftspreises mit dem Markenverband eine langjährige Erfolgsgeschichte, die unterstreiche, was wissenschaftliche Forschung für die Markenführung in der Praxis leisten kann: „In diesem Jahr haben wir deutlich mehr Einreichungen, einen starken Fokus auf Digitalisierung und Marke im Wandel, dazu ein qualitativ hohes Niveau – das sind wichtige Signale aus der akademischen Welt an die Verantwortlichen aus Wirtschaft und Politik.“

Die drei Preisträger im Überblick:

- 1) **Felix Anton Sklenarz**, Dealing with Disruption: Analyzing the Role of Market Share and Financial Brand Value in Times of Change; KLU Hamburg
- 2) **Prof. Dr. Jochen Hartmann**, Machine Learning Methods for Data-Driven Marketing; Universität Hamburg
- 3) **Dr. Carolina Bieg**, International Strategic Management of Brands and Online Firms – Essays on Perceived Brand Globalness, Endorsed Branding and E-Commerce Firms' Internationalization; Universität Trier

Der Wissenschaftspreis des Markenverbandes wird seit 1980 alle zwei Jahre gemeinsam vom Markenverband e.V. sowie der G·E·M verliehen und ist mit insgesamt 10.000 Euro dotiert. Der Preis zeichnet Einzelpersonen oder Teams für ihre wissenschaftlichen Arbeiten aus, die für die Zukunft der Markenführung richtungsweisend sind oder einen wesentlichen Beitrag zur Weiterentwicklung der Markenforschung leisten. Die Stiftung dieses ältesten deutschen Preises zur Markenführung und Markenforschung erfolgte anlässlich des 75-jährigen Bestehens des Markenverbandes im Jahr 1978.

Bildmaterial von der Verleihung des Wissenschaftspreises finden Sie zu Ihrer freien Verwendung unter folgendem [Link](#):

Wissenschaftspreis 2023 Preisträger 2. Platz:

(v.l.n.r.) Jens Lönneker, Franz-Peter Falke, Prof. Dr. Jochen Hartmann, Prof. Dr. Markus Voeth

Wissenschaftspreis 2023 Preisträger 1. Platz:

(v.l.n.r.) Franz-Peter Falke, Felix Anton Sklenarz, Prof. Dr. Markus Voeth, Jens Lönneker

Wissenschaftspreis 2023 Preisträger 1. und 2. Platz:

(v.l.n.r.) Prof. em. Dr. Dr. h.c. mult. Manfred Bruhn, Felix Anton Sklenarz, Prof. Dr. Jochen Hartmann, Prof. Dr. Markus Voeth

**Pressekontakt Markenverband:** Michael Steinhauser, Leiter External Affairs, Tel. +49 30 206 168-37

E-Mail: [m.steinhauser@markenverband.de](mailto:m.steinhauser@markenverband.de)

**Pressekontakt G·E·M:** Jens Lönneker, Präsident Tel. +49 221 8006-21

E-Mail: [j.loenneker@gem-online.de](mailto:j.loenneker@gem-online.de)

#### **Markenverband e.V.**

Die Markenwirtschaft steht in Deutschland für einen Markenumsatz in Höhe von knapp 1,1 Bill. Euro und rund 5,2 Mio. Arbeitsplätze. Der 1903 in Berlin gegründete Markenverband ist die Spitzenorganisation der deutschen Markenwirtschaft und mit seinen rund 400 Mitgliedern der größte Verband dieser Art in Europa. Die Mitgliedsunternehmen stammen aus vielfältigen Branchen – von Automobil, Finanzen, Nahrungs- und Genussmittel über Telekommunikation bis hin zu Luxus und Lifestyle. Zu den Mitgliedern zählen Unternehmen aller Größenordnungen, vom Mittelstand bis zu internationalen Konzernen, wie ABUS, Beiersdorf, Hugo Boss, Coca-Cola, Deutsche Bank, Deutsche Bahn, Deutsche Telekom, Falke, Miele, Nestlé, Procter & Gamble, Dr. Oetker, Schamel Meerrettich, August Storck, WMF und viele andere renommierte Firmen.

#### **Gesellschaft zur Erforschung des Markenwesens (G·E·M) e. V.**

Mit der G·E·M wurde eine Plattform geschaffen, auf der sich Wissenschaft und Unternehmenspraxis begegnen, um grundlegende, aktuelle und zukunftsweisende Erkenntnisse zum Thema Marke aufzubereiten. Aus diesem Verständnis heraus unterstützt sie Unternehmen aus der Wirtschaft in ihren markenstrategischen Überlegungen mit wissenschaftlich fundierten Argumenten und Fakten. Dabei steht die G·E·M für Solidität, Seriosität und eine einzigartig verlässliche Fundiertheit – mit dem Anspruch zukunftsweisende Beiträge in der Forschung zu den Entwicklungen des Kulturgutes Marke zu offerieren. Zu den Mitgliedern der G·E·M zählen sowohl führende Unternehmen der Markenwirtschaft als auch renommierte Vertreter von Universitäten, Fachhochschulen und der angewandten Wissenschaft.