



ZMM – Universität zu Köln - Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Fakultät,
Seminar für Marketing und Markenmanagement - Albertus-Magnus-Platz -
D-50923 Köln



am Institut für Marketing und Medien
Lehrstuhl für BWL - Marketing & Branding und am
Seminar für Marketing und Markenmanagement,
Universität zu Köln

Prof. Dr. Franziska Völckner
Stellv. Vereinsvorsitzende

Albertus-Magnus-Platz
50923 Köln

Konto: 1238 119182
BLZ 20050550 (HASPA)
Steuernummer: 17/452/10100

Marketing & More-Newsletter # 1

Liebe Marketing & More'ler,

mit der Neugründung des Lehrstuhls für Marketing und Markenmanagement an der Universität zu Köln (Prof. Dr. Völckner) hat auch das Wissenschaftliche Zentrum für Markenmanagement und Marketing (ZMM) ein zweites Standbein bekommen, neben der ursprünglichen Assoziation am Institut für Marketing und Medien, Lehrstuhl für BWL – Marketing und Branding an der Universität Hamburg (Prof. Dr. Henrik Sattler).

Was ist das ZMM e.V.?

Ein grundsätzliches Ziel des ZMM ist der gegenseitige Wissenstransfer zwischen Universität und Praxis zum Thema Markenmanagement und Marketing, eine Erhöhung der Lehrqualität und eine empirische, praxisorientierte Forschung, z. B. zu den Themen Erfolg von Brand Extensions, Markenbewertung, Markenelimination, Markenlizenzierung, Pricing und Marktforschung. Darüber hinaus sollen begabte Studierende und Doktoranden gefördert werden. Über den Beirat werden auch Top-Manager in die Forschung und Lehre mit integriert. Den Aktivitätsbericht 2007 können Sie sich auf der Homepage www.zmm-ev.org herunterladen.

Marketing & More

Mehr als 700 Studierende haben derzeit Marketing bzw. Handel als Studienschwerpunkt in Köln gewählt. In so einer großen Gruppe alle wichtigen Infos zu erhalten und sich auszutauschen ist nicht immer einfach. Das Seminar für ABWL, Marketing und Markenmanagement in Köln bzw. der Förderverein ZMM e.V. möchten aktiv das Networking für alle Marketing-Interessierten unterstützen und ein Netzwerk für diese aufbauen. Zentrales Ziel ist der bessere Kontakt zwischen Studierenden, Unternehmen und dem Lehrstuhl.

- Direkter Informationsaustausch, z.B. regelmäßiger Newsletter mit aktuellen Infos über Marketingstudium, Lehrstuhl, Praktika, Jobangebote...
- ZMM-Markentagung
- Beratung zur Studien- und Karriereplanung

Einzigste Voraussetzung: Studium mit Schwerpunkt Marketing oder Handel.

Marketing & More plus

Besonders engagierten Marketing-Studierenden möchten wir eine intensive Betreuung ermöglichen. Aus diesem Grunde haben wir uns entschlossen, für eine kleine Gruppe besonders förderungswürdiger StudentInnen das „Marketing & More plus“-Programm im ZMM zu initiieren. Neben den allgemeinen Leistungen von „Marketing & More“ bieten wir u.a.:

Universität zu Köln

Seminar für Marketing und Markenmanagement · Albertus-Magnus-Platz · D-50923 Köln · www.zmm-ev.org

- Ca. 3 x im Jahr Veranstaltungen mit hochkarätigen Unternehmensvertretern und Förderern des ZMM. Da dieses Programm sich in Köln noch im Aufbau befindet, werden wir in diesem Jahr höchstwahrscheinlich nur ein sog. „Kamingespräch“ und einen Workshop anbieten können.
- Ausstellen von Empfehlungsschreiben durch Frau Prof. Völckner
- Kontakt zu Alumni des ZMM

Für das „Marketing & More plus“-Programm ist eine Bewerbung mit kurzem Motivationsschreiben, tabellarischen Lebenslauf und aktuellem Notenspiegel nötig, da wir die Teilnehmerzahl auf 20 begrenzt halten wollen. Die Auswahl erfolgt selbstverständlich nicht ausschließlich nach Noten, sondern nach dem (auch durch persönliche Gespräche) gewonnenen Gesamteindruck.

Lehrstuhl-News

- Die Ausschreibung der Hauptseminare im WS 08/09 erfolgt Ende Mai zusammen mit dem Lehrstuhl von Frau Prof. Gedenk auf der Internetseite des Schwerpunkts Marketing (<http://www.marketing-koeln.de/seminar/>).
- Wegen einer Konferenzteilnahme an einer der größten internationalen Marketing-Konferenzen, der EMAC (<http://www.emac2008.org/r/default.asp?iId=KIIME>), werden in der Woche vom 26. bis 31. Mai die **Sprechstunden** von Frau Prof. Dr. Völckner, Herrn Rühle, Herrn Hofmann und Herrn Becker ausfallen.
- **Neues aus der Marketing-Area:** Im WS 08/09 hat Herr Prof. Reinartz ein Forschungssemester, d.h. er wird nur die Vorlesung „Channel Management“ (voraussichtlich im Block) anbieten. Nähere Informationen finden Sie auf der Website des Seminars für Handel und Kundenmanagement (<http://www.reinartz.uni-koeln.de/>)

Job- und Praktikumsangebote

Auf unserer Homepage finden Sie unter folgendem Link aktuelle Praktika und Job-Angebote: <http://www.voelckner.uni-koeln.de/index.php?id=293>.

Insbesondere möchten wir Sie darauf hinweisen, dass am Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Marketing und Marktforschung der Universität zu Köln (Lehrstuhl Gedenk) zum 01.09.2008 und zum 01.10.2008 **zwei Stellen von Wissenschaftlichen Mitarbeiter/innen** (jeweils $\frac{3}{4}$ Stellen), zunächst befristet auf 3 Jahre, zu besetzen sind.

Unternehmenskontakte/Praxis- und Gastvorträge

Auf unserer Homepage finden Sie unter folgendem Link die in diesem Semester stattfindenden Gastvorträge: <http://www.voelckner.uni-koeln.de/index.php?id=303>. Alle interessierten Studierenden sind herzlich eingeladen.

Die in nächster Zeit stattfindenden Vorträge sind folgende:

- „Strategische Bedeutung des Pricing bei einer Low Cost Airline“ von Herrn Ognjen Zeric, Senior Manager Strategy & Business Development, **Germanwings** am 06.05.2008, von 14.00 bis 15.30 Uhr (Hörsaal XXV)
- „Power Pricing“ von **Simon, Kucher und Partners** am 09.05.2008, von 10.00 – 11.30 Uhr (Hörsaal XII)

Veranstaltungen

Die **ZMM-Markentagung 2008** findet am **24. Oktober 2008** in Schloss Wahn statt. Weitere Informationen folgen. Folgende Referenten werden auf der Markentagung ihre Sichtweisen und Empfehlungen auf die Definition und Umsetzung von Markenstrategien darlegen:

- Herr Thomas-B. Quaas, CEO Beiersdorf AG
- Herr Norbert Koll, Corporate Senior Vice President, Henkel Cosmetics
- Herr Rainer Balensiefer und N.N, Roland Berger Strategy Consultants
- Prof. Dr. Franziska Völckner, Direktorin des Seminars für Marketing und Markenmanagement, stellv. Vorsitzende des ZMM e.V.

Neues aus der Fakultät

In der Sitzung der Engeren Fakultät, des obersten beschlussfassenden Gremiums an der WiSo-Fakultät, wurde am 14.04.2008 eine Änderung der Studienordnung beschlossen. Ab dem WS 08/09 heißt damit unser Fach offiziell „Marketing und Markenmanagement“ und wird nicht mehr unter dem alten Namen „Beschaffung und Produktpolitik“ geführt.

Neu angenommener Aufsatz

Clement, Michel, Franziska Völckner, Nancy Granström und Tim van Dyk (2008): Messung der Markenstärke von Künstlermarken: Eine empirische Untersuchung am Beispiel von Popmusikern, erscheint in: Marketing ZFP, 30. Jg., Heft 2.

Mit besten Grüßen,

Ihr Team vom Seminar für Marketing und Markenmanagement

