

Juli 2024

Call for Papers

Customer Centricity: Grundlagen und Anwendungsfälle in der kundenorientierten Unternehmensführung

PraxisWissen Marketing - Arbeitsgemeinschaft für Marketing

1. Zur Positionierung der Reihe „PraxisWissen Marketing“

Die **zehnte Ausgabe** der Publikationsreihe „**PraxisWissen Marketing**“ erscheint erstmalig als Buchreihe bei Springer Gabler. Die Reihe verfolgt das Ziel, neue Erkenntnisse der betriebswirtschaftlichen Forschung des Marketing zu verbreiten, auf wichtige Problemstellungen in der Unternehmenspraxis aufmerksam zu machen, wissenschaftlich fundierte Lösungsansätze für die Praxis vorzustellen sowie den Austausch zwischen Wissenschaft und Praxis zu fördern. Die Reihe wendet sich an Entscheidungsträger in der Wirtschaft sowie an Wissenschaftler*innen, Studierende und Dozierende an Universitäten und Hochschulen. Sie wurde durch den Arbeitskreis für Marketing (AfM), ein Zusammenschluss der Marketing-Professor*innen an Hochschulen im deutschsprachigen Raum, initiiert, um die Relevanz des Marketing in der Unternehmenspraxis zu stärken. Die Qualität der Aufsätze wird durch ein doppelt verdecktes Begutachtungsverfahren nach international üblichen Standards sichergestellt.

Die jährliche Publikationsreihe ist folgendermaßen positioniert:

- Jede Ausgabe informiert über neue Erkenntnisse zu einem wissenschaftlich und praktisch besonders relevanten **Schwerpunktthema des Marketing**.
- Sie gibt einen Einblick in die aktuelle wissenschaftliche Diskussion des Schwerpunktthemas, wobei die **Praxisrelevanz** und der Anwendungsbezug der Inhalte im Vordergrund stehen. Dies kann ergänzt werden durch **Beispiele**, in denen Unternehmen ihre praktischen Erfahrungen mit innovativen Marketingmethoden vorstellen.
- **Zielgruppe** sind in erster Linie Praktiker*innen aus Unternehmen, Beratungen, Agenturen und wissenschaftlich Interessierte.
- Ein zweiköpfiges **Herausgeberteam**, ein **akademischer Herausgeberbeirat** sowie ein **Double-Blind Peer-Review-Verfahren** und der **Springer Verlag** sichern die Qualität der Beiträge.

2. Review-Verfahren und Lektorat

Eingereichte Beiträge werden anonym in einem Review-Verfahren (**Double-Blind Peer-Review**) von den Mitgliedern des Herausgeberbeirats begutachtet. Nach Begutachtung kann ggf. um eine Überarbeitung eines Beitrags gebeten werden. Seitens der Herausgeber und des Verlages erfolgt auch ein abschließendes Lektorat.

Prof. Dr. Mahmut Arica

FOM Hochschule für Oekonomie & Management
Münster
Martin-Luther-King-Weg 30-30a, 48155 Münster
Tel. +49 (0) 251 92 77 86 2-0
mahmut.arica@fom.de

Prof. Dr. Annett Wolf

Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin
FB 3 Wirtschafts- und Rechtswissenschaften
Treskowallee 8, 10318 Berlin
Tel. +49 (0) 30 5019 2376
annett.wolf@htw-berlin.de

3. Inhaltlicher Schwerpunkt der zehnten Ausgabe

Die zehnte Ausgabe der „PraxisWissen Marketing“ widmet sich dem Thema **Customer Centricity**. Dieses spannende Forschungsfeld beschäftigt sich mit der kundenzentrierten Ausrichtung von Unternehmen. Im Folgenden finden Sie einige Anwendungsfelder, die Sie in Ihren Beiträgen berücksichtigen können:

- **Strategische Ausrichtung von Customer Centricity:**
Aus Sicht des Market-Based-View strebt Customer Centricity an, mit einem effektiven Kundenbeziehungsmanagement ein orchestriertes Kundenerlebnisse zu schaffen. Ein ganzheitlicher strategischer Ansatz ist unerlässlich, um den ständig wachsenden Anforderungen des Marktes und des Wettbewerbs gerecht zu werden, insbesondere in Zeiten der Digitalisierung und des Einsatzes von Künstlicher Intelligenz.
- **Potenziale und Herausforderungen von Customer Centricity:**
Die Ausrichtung auf den Kunden hat einen direkten positiven Einfluss auf den Unternehmenserfolg. Welche empirischen Erkenntnisse liegen vor, die diese Zusammenhänge bestätigen? Die Potenziale und Herausforderungen als auch die Stolpersteine bei der Implementierung von Customer Centricity können näher beleuchtet und diskutiert werden.
- **Anwendungsfälle in der Praxis:**
Die Umsetzung von Customer Centricity erfordert nicht nur ein reines strategisches Konzept, sondern bedarf auch konkreter Maßnahmen in der unternehmerischen Praxis. Wir laden Experten und Praktiker ein, ihre Erfahrungen und Best-Practice-Beispiele zu teilen.

Die zehnte Ausgabe der AfM-Publikationsreihe trägt den Arbeitstitel: „**Customer Centricity: Grundlagen und Anwendungsfälle in der kundenorientierten Unternehmensführung**“. Es werden **aktuelle und originäre Beiträge** in **deutscher oder englischer Sprache** zu allen Aspekten von **Customer Centricity im Marketing** gesucht. Wir freuen uns sowohl über **theoretisch konzeptionelle als auch über empirische Beiträge**, die einen Beitrag zur Weiterentwicklung des Wissens in diesem Bereich leisten. Die Einreichungen sollten auf wissenschaftlichen Erkenntnissen basieren und innovative Perspektiven oder Anwendungen von **Customer Centricity** im Marketing aufzeigen. Konkrete **Fallbeispiele aus der unternehmerischen Praxis** sind ausdrücklich erwünscht und willkommen.

Bevorzugt werden Themen, die für eine **breite Zielgruppe** interessant sind, welche an generellen praxisrelevanten Ergebnissen zum Marketing interessiert ist. Aus diesem Grund sollte eine Themenstellung vermieden werden, die ausschließlich für Spezialisten innerhalb der Disziplin interessant erscheint.

Die Beiträge sollten einen Umfang von max. **40.000 Zeichen** (inklusive Leerzeichen) nicht überschreiten. Hinweisen zur formalen Gestaltung werden den AutorInnen selbstverständlich zugesandt.

4. Zeitplanung

Die Entscheidung über die Teilnahme erfolgt auf Basis der Einreichung eines **max. einseitigen Abstracts**. Dieses ist bitte bis zum **15. August 2024** (Deadline verlängert vom 15. Juli 2024 auf den 15. August 2024) an die beiden Herausgeber unter **praxiswissen@arbeitsgemeinschaft.marketing** zu senden. Der Abgabetermin für das endgültige **Manuskript** ist der **15. Oktober 2024** (Abgabefrist verlängert vom 30. September 2024 auf den 15. Oktober 2024). Die Veröffentlichung ist unverändert für **Mai 2025** geplant.

Wir freuen uns auf Ihre Einreichungen! Für Rückfragen stehen wir gern zur Verfügung.
Mahmut Arica & Annett Wolf

Prof. Dr. Mahmut Arica

FOM Hochschule für Oekonomie & Management
Münster
Martin-Luther-King-Weg 30-30a, 48155 Münster
Tel. +49 (0) 251 92 77 86 2-0
mahmut.arica@fom.de

Prof. Dr. Annett Wolf

Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin
FB 3 Wirtschafts- und Rechtswissenschaften
Treskowallee 8, 10318 Berlin
Tel. +49 (0) 30 5019 2376
annett.wolf@htw-berlin.de