

Promotionsbetreuer an der Brand University of Applied Sciences

Der wissenschaftliche Schwerpunkt der Brand University of Applied Sciences ist das Thema „Marke“. Im Kern konzentriert sich die Forschung auf die Forschungscluster „Marke und Markenkultur“ sowie „Marken im digitalen Zeitalter“.

Betreut werden Promotionen, die den Fokus auf die anwendungsorientierte Forschung der Bereiche Markenmanagement, -kommunikation oder -design legen. Ein betriebswirtschaftlicher Bezug muss dabei immer gegeben sein.

Anwärter für eine Doktorarbeit werden gebeten, sich bei der Wahl ihres Betreuers an den unten genannten Forschungsschwerpunkten zu orientieren.



Prof. Dr. Sven Christiansen
Professur Betriebswirtschaft und
wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen

- Unternehmens-/ und Markenbewertung
- Customer Life Value
- Dynamic Pricing
- Allgemeine Prognoseverfahren und Simulationen
iVm Marketing relevanten Fragestellungen

sven.christiansen@brand-university.de



Dr. Jörg Igelbrink
Vertretungsprofessur

- Country-of-Origin/
Brand of Origin Forschung
- Konsumentenverhalten, insbes.
Einstellungsforschung
- Social Media Analytics und
IBM Watson/ Cognos
- Lifestyle Markenmanagement:
Luxus/Sport/Fashion/Beauty
- Methodisch: Mixed-Method Design

joerg.igelbrink@brand-university.de



Prof. Michael Jonas
Professur Markenkommunikation

- Spatial immersive interfaces/experiences
- Machine learning/
artificial intelligence

michael.jonas@brand-university.de



Prof. Dr. Yonca Limon-Calisan
Professur Kommunikationswissenschaften

- Einfluss von Loyalty Programs auf
Consumer Brand Engagement
- Cross-cultural Consumer Research
 - Packaging Design
 - Endorsement
 - Emotionen und sozialer Kontext
 - Mood Induction und Reaktionen auf
Product Designs
 - Priming und Brand Choices
 - „Made in“-Label

yonca.limon-calisan@brand-university.de



Prof. Dr. Thomas Suwelack
Professur Digital Customer Experience

- Datenbasierte A/B/n-Tests im Marketing
- Effekte von Marketing-Stimuli auf das
Käuferverhalten
 - Geld-zurück-Garantie
 - Kostentransparenz
- Markenführung
 - Private Label Brands
 - Brand Extension
- Künstliche Intelligenz im
Kundenmanagement

thomas.suwelack@brand-university.de



Prof. Dr. Stefan Waller

Professur interkulturelle Marken- und Innovationskultur

- Grundlegungsfragen
 - Kulturphilosophie und -anthropologie der Marke
 - Ästhetik der Marke
 - Ethik und Markenkultur
- Darauf aufbauende Untersuchungen mit einem Schwerpunkt im dt.-chin. Austausch
 - Marken als Teil bestimmter Kulturen
 - Marken im interkulturellen Austausch
 - Marken als transkulturelle Phänomene

stefan.waller@brand-university.de
