

## Call for Papers

### Internationale Marketingstrategien nach 1945

5. Sitzung des Arbeitskreises Marketinggeschichte der Gesellschaft für Unternehmensgeschichte e.V.,  
am Freitag, den 25. Februar 2011, im Hause der Bayer AG, Leverkusen

Mit der Rekonstruktion der internationalen Märkte nach dem Zweiten Weltkrieg, dem wachsenden internationalen Wettbewerb, der zunehmenden Verflechtung der Volkswirtschaften, einer verstärkten Marktorientierung der Unternehmensführung sowie der Ausbreitung neuer Kommunikationsmedien stiegen der Bedarf, aber auch die Möglichkeiten bzw. die Notwendigkeiten der Unternehmen nach einer Internationalisierung ihrer Werbe- und Marketingaktivitäten.

Der eintägige Workshop des Arbeitskreis Marketing der GUG fragt mit Blick auf die sich wandelnden ökonomischen, politisch-rechtlichen und soziokulturellen Rahmenbedingungen nach der Entwicklung und dem Wandel internationaler Marketing-Strategien in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts. Der Arbeitskreis ist explizit interdisziplinär ausgerichtet, d. h. willkommen sind gerade auch Beiträge von Marketing -Praktikern aus Unternehmen.

Gefragt sind vor allem Beiträge, die sich mit den Motiven der Internationalisierung, mit Fragen der Marketing-Planung und der Praxis international orientierter Unternehmen auseinander setzen. Von Interesse wäre etwa der Vergleich mit Marketingstrategien in unterschiedlichen Ländern (Asien, Europa), d. h. länderspezifisches Marketing (Autoindustrie) oder global einheitliches Marketing (Coca Cola?). Im Mittelpunkt stehen Aspekte der Organisation und Koordination, der klassischen Bereiche der Produkt-, Kommunikations-, Distributions- und Preispolitik, aber auch des Personaleinsatzes (Kompetenzen, Qualifikationen, Führungsstile), wobei interkulturelle Aspekte (Sprache, Religion, Normen und Werte, Ästhetik, Bildung) zu berücksichtigen sind.

Vorschläge für Beiträge mit Titel und Kurzbeschreibung des Themas im Umfang von ca. 1.500 Zeichen inkl. eines kurzen Lebenslaufs können bis zum **29. Oktober 2010** eingereicht werden an:

Frau Dr. Andrea Schneider, Gesellschaft für Unternehmensgeschichte e.V., Email:  
[ahschneider@unternehmensgeschichte.de](mailto:ahschneider@unternehmensgeschichte.de).

Für inhaltliche Rückfragen steht Ihnen zur Verfügung: Prof. Dr. Christian Kleinschmidt, Email:  
[christian.kleinschmidt@staff.uni-marburg.de](mailto:christian.kleinschmidt@staff.uni-marburg.de)