



## I. Double-Blind-Review-Prozess: Bewertungskriterien

Ziel der Marketing Review St. Gallen ist es, dass alle Artikel dem wissenschaftlichen Anspruch genügen sowie hochgradig praxisrelevant sind.

- Die MRSG sucht nach eigenständigen Beiträgen, die fundierte, praxisrelevante und anspruchsvolle Inhalte einem breiten Publikum zugänglich machen. Das Review-Verfahren berücksichtigt vor allem die folgenden Kriterien: *Praktische Relevanz, Wissenschaftliche Bedeutung, Prägnanz der Argumentation, Methodische Qualität, Neuigkeitsgehalt und Lesbarkeit.*
- Des Weiteren werden die Gutachterinnen und Gutachter gebeten, Stärken und Schwächen des Beitrages aufzuzeigen sowie gezielte Anregungen zur Verbesserung vorzuschlagen. Die Beurteilung berücksichtigt dabei den jeweiligen Typus des Beitrages (bspw. Praxisbeitrag, konzeptionelle Studie). Gestützt auf das Feedback der Gutachterinnen und Gutachter entscheiden die Herausgeberinnen und Herausgeber über die Veröffentlichung eines Beitrages. Zusätzlich berücksichtigen sie den Mix der Beiträge eines Themenhefts.
- Autorinnen und Autoren erhalten die Entscheidung sowie die anonymisierten Gutachten in der Regel innerhalb von zwei Monaten nach Einreichung des vollumfänglichen Beitrags. Bei Annahme eines Artikels haben die Autorinnen und Autoren ca. 14 Tage Zeit, um die Beiträge auf Basis der Gutachten zu optimieren.
- Bevor Sie einen Beitrag einreichen, beachten Sie die allgemeinen und formellen Hinweise. Bitte haben Sie Verständnis, dass wir uns vorbehalten, Beiträge im Vorfeld ggf. abzulehnen, wenn die Hinweise nicht beachtet werden oder Beiträge nicht zur Ausrichtung der MRSG passen.

## II. Allgemeine Hinweise

- Wir empfehlen Autorinnen und Autoren, uns zunächst einen kurzen *Abstract* (1/2 bis 1 Seite) zuzusenden. Auf diese Weise können wir Ihnen vorab ein Feedback geben, ob Ihr Beitrag grundsätzlich zur Ausrichtung der MRSG passt und sich das Thema für das jeweilige Schwerpunktheft bzw. für einen Grundsatzbeitrag eignet. Ein solches Feedback kann jedoch keinesfalls die endgültige Annahme Ihres vollständigen Manuskripts garantieren.
- Bitte informieren Sie sich im *Call for Papers* über die geplanten Schwerpunktthemen und die jeweiligen Deadlines. Beiträge, die für Schwerpunktthemen eingereicht und angenommen wurden, haben einen fixen Erscheinungstermin. Bitte haben Sie Verständnis, dass die Planung von Grundsatzbeiträgen eine größere zeitliche Flexibilität im Gesamtprozess benötigt.
- Beiträge können sowohl in *Deutsch* als auch in *Englisch* eingereicht werden.
- Die MRSG ist gegenüber unterschiedlichen *Beitragstypen* aufgeschlossen. Die Gutachterinnen und Gutachter werden darauf hingewiesen, den jeweiligen Typus in ihrer Bewertung zu berücksichtigen.
- Bitte vermeiden Sie in Ihrem Beitrag jeden Eindruck von Eigenwerbung, beispielsweise für Ihr Unternehmen, Ihre Person oder Ihr Institut. Da Gutachterinnen und Gutachter sowie die Leserschaft solchen Manuskripten kritisch gegenüberstehen, ist die Wahrscheinlichkeit einer Ablehnung sehr hoch.
- **Hinweis:** Um den Gutachterinnen und Gutachtern die Beurteilung der Artikel zu erleichtern, kann es sinnvoll sein, einen zusätzlichen Datenoutput (v. a. bei quantitativ-empirischer Forschung) in einer separaten Datei mitzuschicken. Dies hilft, die Vorgehens- und Argumentationsweise besser nachzuvollziehen.
- In der MRSG werden nur Originalbeiträge und Erstübersetzungen veröffentlicht.
- Der *Redaktionsschluss ist verbindlich*. Bitte senden Sie Ihren Abstract und vollumfänglichen Beitrag an: [marketingreview@unisg.ch](mailto:marketingreview@unisg.ch)



### III. Formale Hinweise zur Gestaltung des Manuskripts

<b>Übersicht</b> (als separates Dokument zum Manuskript)	Bitte schicken Sie ein <b>separates Dokument</b> mit folgenden Informationen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Titel des Beitrags</li> <li>• Autorenangaben: Name, Position, Organisation, E-mail, Telefonnummer, Website</li> <li>• Typus des Beitrags (z.B. Fallstudie, Empirische Forschung, Konzeptioneller Beitrag, Provokatives Votum, Praxisreport)</li> <li>• Drei bis fünf Schlüsselbegriffe</li> </ul>
<b>Manuskript</b>	In Hinblick auf das Double-Blind-Review-Verfahren muss das Manuskript in <b>anonymisierter</b> Form eingereicht werden, d.h. ohne explizite Hinweise auf die Autorinnen und Autoren.
<b>Umfang</b>	Der Umfang Ihres Manuskripts sollte <b>ca. 18'500 Zeichen</b> inkl. Leerzeichen, Titel und Abstract betragen.
<b>Titel</b>	Bitte formulieren Sie kurz und prägnant. Ein Untertitel ist optional und sollte den Haupttitel erläutern. Der gesamte Titel darf nicht länger als <b>50 Zeichen inkl. Leerzeichen</b> sein.
<b>Leadtext/Abstract</b>	Der Abstract beschreibt kurz, worum es in dem Beitrag geht. Der Leadtext sollte <b>300 bis 350 Zeichen inkl. Leerzeichen</b> umfassen.
<b>Überschriften</b>	Der Fliesstext (nach Abstract) beginnt ohne eine Überschrift als Einleitung. Bitte gliedern Sie Ihren Text bis auf max. <b>zwei</b> Ebenen.
<b>Schreibstil</b>	Der Beitrag sollte in der 3. Person verfasst sein. Wir legen großen Wert darauf, dass alle Beiträge allgemeinverständlich sind und Fachbegriffe ggf. erklärt werden.
<b>Tabellen/Abbildungen</b>	Bitte beschränken Sie sich auf <b>max. vier Grafiken</b> . Jede Tabelle oder Abbildung muss mit einem Titel und einer Quelle sowie ggf. einer Legende versehen sein.
<b>Zusammenfassung</b>	Die Zusammenfassung soll den Leserinnen und Lesern in drei kurzen Sätzen einen schnellen Überblick über den Inhalt des Beitrags geben. Pro Satz etwa 200 Zeichen inkl. Leerzeichen.
<b>Kernthesen</b>	Die Kernthesen beschreiben in drei bis fünf aufeinander aufbauenden Punkten die wichtigsten Erkenntnisse des Beitrags. Pro These etwa 100 Zeichen inkl. Leerzeichen.
<b>Handlungsempfehlungen</b>	Drei bis fünf kurze Sätze beschreiben die wichtigsten Handlungsempfehlungen für Personen aus der Praxis. Länge je Empfehlung: 200 Zeichen inkl. Leerzeichen.
<b>Anhang</b> ( <i>optional</i> )	Im Manuskript sollten die Haupterkenntnisse klar und verständlich dargestellt werden. Ergebnisse sollten aufbereitet im Text erscheinen. Wenn nötig, können ausgewählte Analysen, welche für die Gutachterinnen und Gutachter zur Beurteilung der Qualität entscheidend sein könnten, im Anhang (max. 1 Seite) aufgenommen werden. Der Anhang wird bei einer Annahme nicht veröffentlicht!



Bitte zitieren Sie im Text und formatieren Sie das Literaturverzeichnis **ausschliesslich** im folgenden Stil.

<b>Grundsätzlich</b>	Bei Literaturquellen <b>mit drei oder mehr Autorinnen oder Autoren</b> wird bereits bei erstmaliger Nennung nach dem/der erste/n AutorIn mit « <b>et al.</b> » abgekürzt. (Müller et al., 2020)  Im Quellenverzeichnis werden alle Autorinnen und Autoren aufgelistet.
<b>Zitierweise</b>	APA-Standard  Für weitere Informationen der HSG:  <a href="https://apastyle.apa.org/learn/quick-guide-on-references">https://apastyle.apa.org/learn/quick-guide-on-references</a>
<b>Literaturverzeichnis</b>	Ein ausführliches, alphabetisch angeordnetes Literaturverzeichnis befindet sich am Ende des Textes, welches mit „Literaturverzeichnis“ zu betiteln ist. Die Darstellung der Quellen ist im Folgenden beispielhaft aufgeführt.
<b>Fachbücher</b>	Hippner, H. & Wilde, K. D. (2006). <i>Grundlagen des CRM. Konzepte und Gestaltung</i> , (2. Aufl.). Springer Gabler.
<b>Aufsätze in Sammelwerken</b>	Reinmuth, M. (2009). Vertrauen und Wirtschaftssprache. Glaubwürdigkeit als Schlüssel für erfolgreiche Unternehmenskommunikation. In C. Moss (Hrsg.), <i>Die Sprache der Wirtschaft</i> , (S. 127–145). Springer VS.
<b>Aufsätze in Fachzeitschriften</b>	Cooper, M. C., Lambert, D. M. & Pagh, J. D. (1997). Supply chain management. More than a new name for logistics. <i>The International Journal of Logistics Management</i> , 8(1), 1–14.
<b>Internetquellen</b>	Bundesärztekammer (2009, 24. September). <i>Zum Umgang mit individuellen Gesundheitsleistungen, Beschluss des 109. Ärztetages</i> . Bundesärztekammer. <a href="http://www.bundesaerztekammer.de/page.asp?his=0.2.20.1157.3920.3977.3980.398">www.bundesaerztekammer.de/page.asp?his=0.2.20.1157.3920.3977.3980.398</a>
<b>DOI</b>	DOIs werden gleich formatiert wie URLs.  <a href="https://doi.org/10.1080/02626667.2018.1560449">https://doi.org/ 10.1080/02626667.2018.1560449</a>