



# Journal of Business Market Management

**Jana Möller, Herausgeberassistentin jbm**

**Open-Access-Tage 2012**

**27. September 2012**

## jbm – Personen



Prof. Dr. Michael Kleinaltenkamp, Freie Universität Berlin/Germany  
Herausgeber

### Internationaler Beirat

- Andreas Eggert, University Paderborn/Germany
- Lars-Gunnar Mattsson, Stockholm School of Economics/Sweden
- Thomas Ritter, Copenhagen Business School/Denmark
- Jeff Tanner, Baylor/Taco University Texas/USA
- Wolfgang Ulaga, IMD Lausanne/Switzerland
- Ian Wilkinson, University of Sydney/Australia

Jana Möller, Freie Universität Berlin/Germany  
Herausgeberassistentin

## jbm – Inhaltliche Ausrichtung

### Forschung im Bereich Business-to-Business Marketing

- Business-to-Business Marketing
- Industriegütermarketing
- Dienstleistungsmarketing
- Vertriebsmanagement
- Industrielles Kaufverhalten
- ...
- Konzeptionelle Beiträge
- Emprische Studien
- Fallstudien



## jbm – Zielgruppen


Wissenschaftler und Studenten

Praktiker im B2B-Marketing

Berater, die für B2B-Firmen arbeiten

## Allgemeine Informationen zum Journal

- 4 Ausgaben pro Jahr
- 63 Artikel publiziert
- Akzeptanzrate bei 29%
- Doppelt-blinde Begutachtung
- Schneller Prozess (4-6 Monate)



**jbm** JOURNAL OF BUSINESS MARKET MANAGEMENT

HOME ABOUT LOG IN REGISTER SEARCH CURRENT ARCHIVES ANNOUNCEMENTS

Home > Current > Vol 5, No 2 (2012)

Vol 5, No 2 (2012)

Table of Contents

Editorial

Editorial - Network & Systems theory suggestions to service research <i>Francesco Polese, Cristina Mele</i>	PDF III-VI
--	---------------

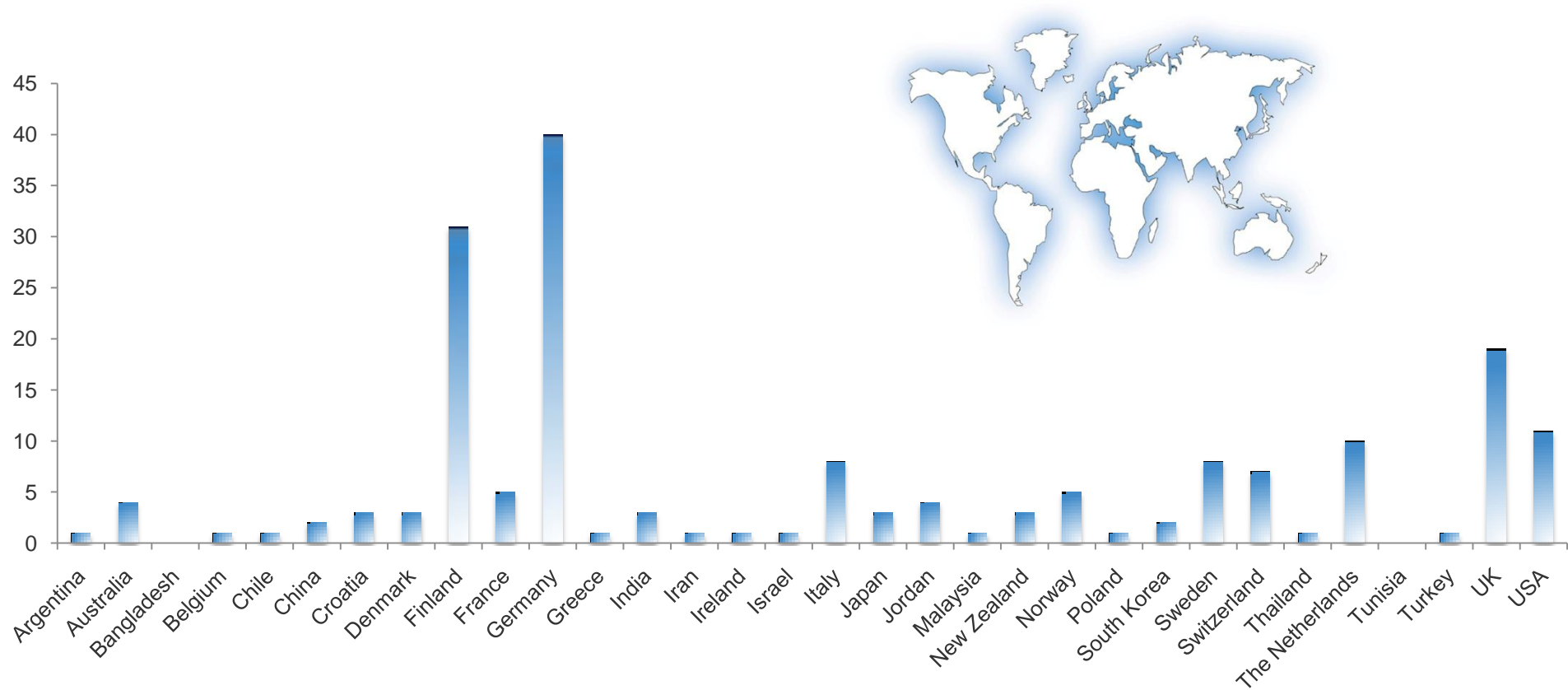
---

Research Articles

An Introduction to the Viable Systems Approach and its Contribution to Marketing <i>Sergio Barile, Jaqueline Pels, Francesco Polese, Mariakulisa Saviano</i>	PDF 54-78
Innovation management in networked economies <i>Håkan Håkansson, Per-Ingvar Olsen</i>	PDF 79-105



# Einreichungen aus der ganzen Welt



182 Einreichungen (bis August 2012)

## International Conference on Business Market Management (BMM)

Bamberg, Deutschland, 2013:

6. “International Conference on Business Market Management”

Juni 2013.

Universität Bamberg



[www.business-market-management.de](http://www.business-market-management.de)

## jbm – Publikationshistorie



März 2007

Dezember 2010

Seit März 2012

- jbm begann als Zeitschrift bei Springer (Subskriptions-Modell)
- Ab Dezember 2009 Nutzung des “Editorial Managers”
- Dezember 2010 letzte Ausgabe publiziert bei Springer
- Suche nach alternativem Verlag
- Information über Förderung der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) für Open Access Journals
- Januar 2011 – Antragstellung bei der DFG
- September 2011 – Bewilligung der DFG für Transformationshilfe für 3 Jahre
- Keine Publikationen in 2011



## Erwartungen an Open Access

- “Open Access” – Mehr Zugriffe, Zitationen, “Impact”
- Journal-Bedeutung
- Autorengewinnung
- Breiterer Zugriff zu jbm-Inhalten über Datenbanken und das Internet  
Nutzung folgender Datenbanken:  
EconStor, EconBiz, ECONIS, wiso, RePEc, BASE, WoldCat
- Webbasierte Einreichungsplattform ist internationaler Standard
- Professionelle, zuverlässige technische Basis für Publikation der Inhalte und der Begutachtungsprozesse

## Transformation – Praktische Umsetzung

- September 2011 – OJS-Workshop an der Freien Universität Berlin
- OJS = Open Journal System
- **Glücksfall:** CeDiS (Center für Digitale Systeme) an der FU Berlin ist Experte im Bereich OJS-Umsetzung
  - Übernahme des Hostingservices
  - Graphische Gestaltung der jbm-Webseite (Januar-Februar 2012)
  - URN-Vergabe als Sub-URN der FU Berlin (vorher DOI)
  - Unterstützung bei der Weitergabe von Informationen über Artikel an die Deutsche Nationalbibliothek
  - OJS-Schulung und Kontakt bei dringenden Fragen
- Starke Unterstützung durch Bibliotheksleitung an der FU Berlin und Dr. Katja Mruck, Herausgeberin der OA-Zeitschrift “FSQ”





HOME ABOUT LOG IN REGISTER SEARCH CURRENT ARCHIVES ANNOUNCEMENTS

Home > Journal of Business Market Management

## Journal of Business Market Management



### Welcome!

The jbm was launched on the occasion of the 1st International Conference on Business Market Management on March 12-14, 2006 in Berlin. Since March 2012 jbm publishes via OpenAccess.

### Background of the journal:

During the past decades business-to-business markets have gained additional significance considering growth and productivity rates worldwide. Increasing international but also electronic commerce has made this sector more important and promising than ever before. For a long time, research has focused on exploring differences between consumer- and business-market approaches. The developmental trends in business-to-business markets provide excellent prospects for academics. There are many opportunities for scholars who want to meet the ambitious challenge not only to identify systematic patterns on business-to-business markets but also to achieve a more sophisticated understanding of relevant influential factors and develop theory-based models for a successful management.

The aim of jbm is to create opportunities for novel ideas and theories as well as strategies for increasing market share which shall be generated from and applicable to business-to-business markets. Experts shall be given the chance to deliver mechanisms to explain a research area that has certainly not yet been explored sufficiently.

Find the contents of the jbm-issues from 2007-2010 at [springer link](#).

### INFORMATION

- [For Readers](#)
- [For Authors](#)
- [For Librarians](#)

### JOURNAL CONTENT

Search

All

Search

Browse

- [By Issue](#)
- [By Author](#)
- [By Title](#)

### NOTIFICATIONS

- [View](#)
- [Subscribe / Unsubscribe](#)

[Journal Help](#)

[Open Journal Systems](#)

[Home](#) > [Current](#) > [Vol 5, No 2 \(2012\)](#)

## Vol 5, No 2 (2012)

### Table of Contents

#### Editorial

<a href="#">Editorial - Network &amp; Systems theory suggestions to service research</a>	PDF
<i>Francesco Polese, Cristina Mele</i>	III-VI

#### Research Articles

<a href="#">An Introduction to the Viable Systems Approach and its Contribution to Marketing</a>	PDF
<i>Sergio Barile, Jaqueline Pels, Francesco Polese, Marialuisa Saviano</i>	54-78
<a href="#">Innovation management in networked economies</a>	PDF
<i>Håkan Håkansson, Per-Ingvar Olsen</i>	79-105
<a href="#">A Service-Based Systems View of Cultural Heritage</a>	PDF
<i>Sergio Barile, Massimo Montella, Marialuisa Saviano</i>	106-136
<a href="#">S-D Logic and CSR: the management of social capital for the value creation in SMEs</a>	PDF
<i>Alessandra De Chiara</i>	137-153

#### INFORMATION

- [For Readers](#)
- [For Authors](#)
- [For Librarians](#)

#### JOURNAL CONTENT

Search

All

Browse

- [By Issue](#)
- [By Author](#)
- [By Title](#)

#### NOTIFICATIONS

- [View](#)
- [Subscribe / Unsubscribe](#)

[Journal Help](#)

[Open Journal Systems](#)

## Transformation – Kommunikation an die Community

- Während 2011 regelmäßige Informationen an die jbm- Community über OA-Pläne und Abwicklung der laufenden Beitragsverfahren über Email und Universitätswebseite
- Anfang 2012 Ankündigung des Web-Launches Dank DFG-Hilfe
- März 2012 erstes Heft mit Informationen an Community, Einladung zum Login
- [www.jbm-online.net](http://www.jbm-online.net) erst seit 6 Monaten online:
  - Durchweg positive Resonanz und Glückwünsche
  - Mehr internationale Einreichungen
- Einträge in Open Access Journal Verzeichnisse

## Open Access - Abläufe

- Bearbeitung neuer Einreichungen über OJS
- Wordvorlage für Satz (CeDiS-Unterstützung)
- Autoren bekommen für Korrekturfahnen Worddokument und Pdf des Artikels
- Ältere Artikel lassen sich schnell integrieren
- Flexible Publikationsabläufe

## Erstes Fazit nach der Transformation

### Vorteile bei Springer

- Renommierter Verlag
- Editorial Manager als internationaler Standard in der BWL
- Kompetente Ansprechpartner/Schulungen
- Satzbetrieb in Indien
- Papierausgaben der Zeitschrift

### Vorteile von Open Access

- Große Flexibilität
- Hohe Sichtbarkeit für Wissenschaft und Praxis, keine Abhängigkeit von Abonnements
- DFG-Unterstützung

## jbm – Die Zukunft

- Open Access und OJS als dauerhafte Lösung
- Wachstum des Journals durch höhere Sichtbarkeit
- Zeitschriftenrankings
- Aufnahme in den SSCI



# Herzlichen Dank!

Jana Möller: [jbm@wiwiss.fu-berlin.de](mailto:jbm@wiwiss.fu-berlin.de), [www.jbm-online.net](http://www.jbm-online.net)

Freie Universität Berlin  
Marketing Department  
Otto-von-Simson-Str. 19  
D-14195 Berlin  
Deutschland