

Vorwort

Die vorliegende Arbeit ist während meiner mehrjährigen Tätigkeit als Wissenschaftlicher Mitarbeiter und Doktorand am Institut für Handel & Internationales Marketing (H.I.M.A.) an der Universität des Saarlandes entstanden. Bei der Anfertigung der Arbeit bin ich von zahlreichen Personen unterstützt worden, denen ich an dieser Stelle meinen aufrichtigen Dank aussprechen möchte.

An erster Stelle danke ich Herrn Univ.-Prof. Dr. Dr. h.c. Joachim Zentes, der mein Forschungsvorhaben in allen Phasen der Entstehung uneingeschränkt gefördert und unterstützt hat. Dafür bin ich ihm ebenso dankbar wie für die abwechslungsreichen und wertvollen Erfahrungen am Institut für Handel & Internationales Marketing. Frau Univ.-Prof. Dr. Andrea Gröppel-Klein danke ich herzlich für die Übernahme des Zweitgutachtens.

Mein Dank gilt auch allen ehemaligen Kolleginnen und Kollegen am Institut für Handel & Internationales Marketing für die stets sehr angenehme Zusammenarbeit in den Projekten und in der Lehre. Ein besonderer Dank gilt darüber hinaus Frau Univ.-Prof. Dr. Hanna Schramm-Klein, die mir in zahlreichen Gesprächen und Diskussionen wichtige fachliche Hinweise gegeben hat.

Den größten Dank schulde ich meiner Mutter Frau Christa Rittinger, die mich auch in schwierigen Zeiten immer vorbehaltlos gefördert und liebevoll unterstützt hat. Leider konnte sie die Fertigstellung dieser Arbeit nicht mehr erleben. Ihr sei diese Arbeit gewidmet.

Sebastian Rittinger

Cross-Channel Retail Branding

Eine verhaltenswissenschaftliche Untersuchung in
Deutschland, Frankreich und Großbritannien

Rittinger, S.

2013, XXII, 407 S. 63 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-03609-6