

Vorwort

Die vorliegende Dissertation entstand in den Jahren 2008 bis 2012 während meiner Zeit als wissenschaftliche Mitarbeiterin und Doktorandin am Arbeitsbereich Marketing und Innovation der Universität Hamburg. An dieser Stelle möchte ich all denen danken, die mich in dieser Zeit begleitet und zum Gelingen der Arbeit einen entscheidenden und wertvollen Beitrag geleistet haben.

Zu allererst möchte ich meinen Doktorvater und akademischen Lehrer Herrn Prof. Dr. Thorsten Teichert nennen, der meine Arbeit stets unterstützte und in vielfältiger Weise förderte. Er hat mir während des Entstehungsprozesses den notwendigen Freiraum für die Erstellung dieser Arbeit eingeräumt und mit konstruktiven Diskussionen sowie hilfreichen Tipps zum Gelingen dieser Dissertation beigetragen. Herrn Prof. Dr. Volker Trommsdorff und Frau Prof. Dr. Karen Gedenk gilt mein Dank für die freundliche Übernahme der Begutachtung.

Besonders danken möchte ich auch Daniel Wagenführer, Axel Averdung, Thomas Clauß, Carsten Rasch und Andreas Fischer für die sehr gute Zusammenarbeit, die vielen hilfreichen Hinweise und die wunderbare Begleitung über all die Jahre. Ein besseres Team hätte ich mir für diese Zeit nicht wünschen können!

Für das Gelingen dieser Arbeit war es schließlich unerlässlich, im persönlichen Umfeld die Kraft und den Ausgleich zu finden, um die unvermeidlichen Höhen und Tiefen des Promotionsmarathons zu meistern. Mein besonderer Dank gilt dabei Bengt, der mir während der gesamten Zeit unerschütterlich zur Seite stand, mir meine Launen verziehen und mich jeden Tag aufs Neue unterstützt und motiviert hat. Dafür bin ich ihm unendlich dankbar! Ohne seine Geduld, seinen Rat und nicht zuletzt seinen Rückhalt wäre ein Gelingen der Arbeit wohl um ein Vielfaches schwieriger gewesen.

Anschließend möchte ich meinen Eltern von ganzem Herzen für alles danken. Sie haben mir in allen Lebensphasen den notwendigen Beistand gegeben, mich uneingeschränkt unterstützt und gefördert. Ohne ihre Zuversicht und ihren Glauben an den gelungenen Abschluss der Dissertation wäre dieser Werdegang nicht möglich gewesen. Ihnen widme ich meine Arbeit.

Marie-Kristin Franke

Hedonischer Konsum

Emotionen als Treiber im Konsumentenverhalten

Franke, M.-K.

2013, XIX, 408 S. 61 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-8349-4390-3