

Vorwort

Die vorliegende Arbeit ist während meiner vierjährigen Tätigkeit als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Marketing Center Münster entstanden und wurde im Januar 2013 von der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster als Dissertation angenommen. Wie in vielen Dissertationen ist dieses Vorwort mehr ein „Dankwort“. Ich möchte es nutzen, um den zahlreichen Personen meinen herzlichen Dank auszusprechen, die auf unterschiedliche Weise durch Ihre fachliche und/oder moralische Unterstützung zum Gelingen der Dissertation beigetragen haben.

Mein erster und besonderer Dank gilt meinem akademischen Lehrer und Doktorvater Herrn Prof. Dr. Michael Steiner, der mich in allen Phasen der Entstehung dieser Arbeit umfassend unterstützt und gefördert hat. Die intensive und vertrauensvolle Zusammenarbeit während meiner Zeit als wissenschaftlicher Mitarbeiter hat nicht nur zum Gelingen meines Promotionsvorhabens sondern auch zu meiner fachlichen Weiterentwicklung beigetragen. Für die Übernahme des Zweitgutachtens und insbesondere auch für die Unterstützung während meiner Zeit am Marketing Center Münster danke ich Herrn Prof. Dr. Dr. h.c. Klaus Backhaus. Bei Herrn Prof. Dr. Karl-Hans Hartwig bedanke ich mich für den Beisitz in der Disputation.

Weiterer Dank gilt Herrn Prof. Dr. Alexander Freund, der mir während der ersten zwei Jahre am Marketing Center ein guter Kollege war und stets ein offenes Ohr für mich hatte. Meiner ehemaligen Büronachbarin zu Beginn meiner Promotionszeit Frau Dr. Hai Van Duong Dinh danke ich für die aufheiternden Gespräche. Meinen ehemaligen Büronachbarn in der zweiten Hälfte der Promotionszeit Herrn Prof. Dr. Oliver Götz und Herrn Dr. Florian Pallas gilt Dank für die zahlreichen fachlichen Diskussionen zu multivariaten Analysemethoden. Dass ich die Zeit am Marketing Center in guter Erinnerung behalten werde, ist nicht zuletzt meinen ehemaligen Kollegen von der Außenstelle in der Fliegerstraße zu verdanken. Namentlich zu erwähnen sind Frau Dr. Katherina Gehrmann, Herr Dr. Benjamin Schefer, Frau Inga vom Rath und Herr Felix Wegehaupt.

Für die vielen fachlichen, aber auch nicht-ökonomischen Gespräche während gemeinsamer Mittagspausen und Freizeitaktivitäten danke ich Herrn Marcel Baki, Herrn Dr. Nils O. Ommen und Herrn Dr. André Pohlkamp. Ihnen sowie Herrn Dr. Christof Backhaus gebührt weiterer Dank für die Teilnahme an der Expertenrunde zur Generierung der Transferprodukte.

Weiterhin danke ich Herrn Sebastian Hanhues für die tatkräftige Verbreitung des Fragebogens.

Für die schöne und unvergessliche gemeinsame Zeit in Münster danke ich Herrn Robert Menzel, Herrn Tobias Kawohl, Herrn Tomasz Krasinski, Herrn Dr. Philipp Gerlach, Herrn Guido Bußmann, Herrn Dr. Tim Eberhardt und meiner ehemaligen Mitbewohnerin Frau Sarah Scherz. Darüber hinaus danke ich Herrn Dr. Julian Kawohl, der mich schon während meines betriebswirtschaftlichen Studiums im Rahmen eines Forschungspraktikums für die Durchführung dieser wissenschaftlichen Arbeit motivierte. Während der Promotionszeit hat er die Dissertation durch konstruktiv-kritische Gespräche bereichert und mich bei vielen Fitness- und Abendaktivitäten begleitet. Für die Korrekturhinweise gegen Ende der Schreibphase danke ich ihm und seiner Frau Nikola Kawohl, die sogar die Fußnoten einem prüfenden Auge unterzog.

Der abschließende Dank gebührt meiner Familie. Für die stete Förderung meiner Aktivitäten danke ich meinen Großeltern Marianne und Carl Schulze-Bentrop sowie Agnes und Bernard Aschern. Weiterer Dank gilt meinem Bruder Christoph Schulze-Bentrop, der auch über die üblichen Arbeitszeiten hinaus jegliche EDV-Probleme kompetent gelöst hat.

Der größte Dank gilt schließlich meinen Eltern Gerlinde und Wilhelm Schulze-Bentrop. Die Promotion ist nur eine Etappe in meinem Bildungs- und Lebensweg, die ich durch ihre uneingeschränkte Unterstützung erfolgreich bewältigen konnte. Ihnen möchte ich an dieser Stelle dafür danken, dass Sie mich mein Leben lang in allen meinen Vorhaben unermüdlich gefördert und liebevoll begleitet haben. Euch, liebe Eltern, ist dieses Buch von Herzen gewidmet.

Fröndenberg-Bentrop, im Januar 2014

Carsten Schulze-Bentrop

Management von Markentransfers

Der Einfluss des Kaufentscheidungsverhaltens auf die
Erfolgsfaktoren

Schulze-Bentrop, C.

2014, XXI, 257 S. 9 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-03568-6