

Vorwort

Die vorliegende Dissertationsschrift ist während meiner Zeit als wissenschaftlicher Mitarbeiter und Promotionsstudent am Arbeitsbereich für Marketing und Innovation der Universität Hamburg in den Jahren von 2008 bis 2012 entstanden. An dieser Stelle möchte ich denjenigen Menschen danken, die wertvolle Unterstützung leisteten, mein Forschungsvorhaben in die Tat umzusetzen.

Mein besonderer Dank gilt allen voran meinem Doktorvater Prof. Dr. Thorsten Teichert. Seine fundierte theoretische und empirische Expertise, sein umfangreiches Netzwerk in Wissenschaft und Praxis und seine immerwährende Bereitschaft zu konstruktiver und kollegialer Kritik haben maßgeblich zum Gelingen dieser Dissertationsschrift beigetragen. Darüber hinaus hat mir die fruchtbare Zusammenarbeit in anspruchsvollen Forschungs- und Praxisprojekten sowie in der Lehre viel Freude bereitet. Insofern danke ich Herrn Teichert nicht nur für die hochgeschätzte Unterstützung dieser Arbeit, sondern auch für eine insgesamt kostbare Zeit der fachlichen und persönlichen Weiterentwicklung, die für meinen weiteren beruflichen Werdegang wichtige Erfahrungen darstellen.

Darüber hinaus danke ich Herrn Dr. Ralf Nöcker, der als Geschäftsführer des Gesamtverbandes Kommunikationsagenturen GWA e.V. die praxisnahe Ausrichtung und die Erhebung der vorliegenden Studie tatkräftig und mit wertvoller Expertise unterstützt hat. Ohne sein Mitwirken wäre die Realisierung der großen Stichprobe im Top-Management deutscher Agenturen sicher nicht gelungen. Gleiches gilt auf wissenschaftlicher Seite für Herrn Dr. Ralf Wilden von der University of Technology Sydney. Die Forschungskooperation mit Dr. Wilden im Themenfeld dynamischer Kompetenzansätze und der servicedominanten Logik ermöglichte einen stetigen und qualitativ hochwertigen Austausch über flankierende Themen dieser Arbeit. Ich danke Herrn Wilden für spannende Diskussionen, seinen kritischen Blick und seine fachliche Expertise.

Mein Dank gilt weiterhin allen Agenturführungskräften für die rege Beteiligung an der quantitativen Hauptstudie und den qualitativen Vorstudien sowie Frau Prof. Dr. Silke Boenigk und Herrn Prof. Mark Heitmann für die freundliche Übernahme der Begutachtungen.

Darüber hinaus möchte ich meinen ehemaligen Kollegen danken für Witz und Wissen, Teamgeist und heutige Freundschaften – in alphabetischer Reihen-

folge möchte ich besonders Dr. Thomas Clauss, Djoko Lukic, Dr. Marie-Kristin Franke, Carsten Rasch, Jenny Weggen und Dr. Daniel Wagenführer nennen.

Schließlich danke ich aus engstem Kreise meiner Familie Sylvia, Caspar und Annabelle Averdung, meinen Eltern Doris und Hermann-Josef Averdung, meinen Schwiegereltern Luise und Dr. Ulrich Albert, meinen Geschwistern sowie meinen langjährigen Gefährten Erik E. Groeneveld, Ingo Kaulbars und Alexander Meyer – ob Rat, ob Tat, Eure Unterstützung war essentiell.

Hamburg im Frühjahr 2013, Dr. Axel Averdung

Erfolgreiches Management von Marketingagenturen im Wandel

Differenzierende Kompetenzen als strategischer Wettbewerbsvorteil

Averdung, A.

2014, XIX, 471 S. 21 Abb., 2 Abb. in Farbe., Softcover

ISBN: 978-3-658-04251-6