

Vorwort

„Unsere Sinnesorgane entdecken die Welt nicht, sondern sie stellen Hypothesen über die Welt auf, die durch den Wahrnehmungsakt verifiziert werden.“ Schon Karl Popper erkannte die Bedeutung der Wahrnehmung für die Verarbeitung von Sinnesreizen. Sich aus der Masse herauszuheben und dadurch wahrgenommen zu werden, ist für markenführende Unternehmen im Wettbewerb von hoher Relevanz. Dies gilt zunehmend auch in BtoB-Märkten, in denen die Markendifferenzierung wettbewerbsbedingt immer schwerer fällt. Als Instrument moderner Markenführung leistet die Markenkommunikation, insb. die dialogorientierte, Markenbotschaften multisensual transportierende Live Communication, einen wichtigen Beitrag zur Markendifferenzierung. Messen nehmen als Kommunikations- und Vertriebsinstrument in BtoB-Märkten einen bedeutenden Stellenwert ein. Unternehmen bieten sie temporär die einmalige Gelegenheit zur Wettbewerbsdifferenzierung und Kundenansprache. Eine markenadäquate Standgestaltung ist hierfür wichtige Voraussetzung. Sie trägt dazu bei, dass Messebesucher einen Aussteller mit seinem Stand zunächst einmal wahrnehmen, um ihm dann ihre Aufmerksamkeit zu schenken. Identitätsbasierte visuelle Markenführung am Kundenkontaktpunkt Messestand hat bislang jedoch weder theoretisch noch empirisch eine tiefgründigere Betrachtung erfahren.

Ausgehend von diesem Forschungsdefizit zeigt die vorliegende Arbeit am Beispiel des Kundenkontaktpunkts Messestand die Bedeutung einer markenadäquaten visuellen Gestaltung bei Live Communication-Instrumenten auf. Sie verdeutlicht theoretisch und empirisch den Mehrwert, den in den Entstehungsprozess einer Standgestaltung integrierte Wahrnehmungs- und Wirkungsanalysen bieten, vor allem wenn bei diesen zusätzlich Blickdaten (Eye Tracking) erhoben und ausgewertet werden. Ferner stellt sie Ansatzpunkte für die Optimierung einer visuellen Gestaltung heraus und erläutert, wie sich die visuelle Wahrnehmung einer markenadäquaten Standgestaltung auf das Markenimage auswirkt. Mit den für die Praxis und Forschung abgeleiteten Implikationen wird insgesamt ein Beitrag für die weitere Professionalisierung der Live Communication geleistet.

Die vorliegende Dissertationsschrift ist das sichtbare Ergebnis eines Promotionsprozesses, den viele Personen und Institutionen ermöglicht und begleitet haben. Ihnen allen sei an dieser Stelle herzlich gedankt. Meinem akademischen Lehrer und Doktorvater, Herrn Professor Dr. Manfred Kirchgeorg, gebührt an erster Stelle mein aufrichtiger Dank. Die für mich fachlich und menschlich lehrreichen Jahre unserer Zusammenarbeit am Lehrstuhl für Marketingmanagement im Rahmen von Lehr- und Forschungsaktivitäten sowie verschiedenen Beratungsprojekten hat er mit seiner fachlichen Expertise sowie seiner freundlichen, offenen und zuversichtlichen Art ge-

prägt. Ich danke ihm für sein Vertrauen in mich und meine Arbeit, seine Geduld und die Freiheit, die er mir bei der Realisierung dieses Dissertationsprojekts gelassen hat. Er hat die Entstehung dieser Arbeit damit in hohem Maße unterstützt. Ferner danke ich Frau Professor Dr. Kathrin Möslein vom Center for Leading Innovation and Cooperation (CLIC) für Ihre Bereitschaft, die Zweitbegutachtung dieser Arbeit zu übernehmen und das Gutachten, trotz knapper zeitlicher Ressourcen, in kürzester Zeit zu erstellen.

Das Erfordernis einer tiefergehenden Auseinandersetzung mit dem Thema der markenadäquaten visuellen Messestandgestaltung hat sich in Diskussionsrunden mit der Uniplan GmbH & Co. KG herauskristallisiert. Die von der Agentur am Lehrstuhl eingerichtete Forschungsstelle zur Live Communication habe ich drei Jahre lang betreut und hierdurch vieles über dieses Kommunikationsfeld gelernt. Für die gute Zusammenarbeit und Unterstützung bei der Gewinnung des Empiriepartners danke ich Dagobert Hartmann sowie für Fachgespräche zum Thema Standardarchitektur Karsten Halbhuber. Ein besonderes Dankeschön richtet sich außerdem an den CEO der Agentur, Christian Brüche, für die finanzielle Unterstützung bei der Drucklegung dieser Arbeit. Weitreichende inhaltliche und organisatorische Unterstützung, vor allem bei der Realisierung der Feldstudie auf der E-world in Essen, haben Annett Dudenhausen, Mechthild Spöde und Björn Hieronymus von der E.ON Energy Sales GmbH geleistet. Ihnen danke ich dafür, dass Sie dieses Projekt unterstützt und die Datennutzung genehmigt haben.

Herzlich danken möchte ich schließlich dem AUMA_Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V., namentlich hervorgehoben Dr. Peter Neven und Hendrik Hochheim, für die stets sehr gute, vertrauensvolle und freundschaftliche Zusammenarbeit zwischen Berlin und Leipzig. Das durch viele Fachgespräche und Besuche themenspezifischer Veranstaltungen generierte Wissen über das Meswesen sowie Messen und Messestände ist in diese Arbeit eingeflossen. Für die generöse finanzielle Unterstützung zur Drucklegung dieser Dissertationsschrift gilt dem AUMA mein ganz besonderer Dank.

Die Zeit an der HHL Leipzig Graduate School of Management war durch eine sehr gute und freundschaftliche Zusammenarbeit mit vielen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gekennzeichnet. Erwähnen möchte ich zum einen die Damen und Herren der Hochschulverwaltung und ihnen mein herzliches Dankeschön aussprechen. Sie haben z.B. für die rechtzeitige Verfügbarkeit benötigter Literatur und aufgefüllte Papiervorräte Sorge getragen. Zum anderen sind die Kolleginnen und Kollegen vom Lehrstuhl für Marketingmanagement hervorzuheben: Anja Buerke, Claudia Drews, Dr. Gunther Greven, Dr. Elmar Günther, Nadine Horbas, Dr. Evelyn Kästner, Alexander Kolano, Jana Ludewig, Dr. Jenny Müller, Simone Panten, Silko Pfeil, Prof. Dr. Kathrin Reger-Wagner, Dr. Manuel Roj, Katja Rudolph, Prof. Dr. Christiane Springer,

VIII

Dr. Kai Weinrich und Martin Wiedmann. Sie alle haben in vielfältiger Weise Unterstützung geleistet, geduldig und mit motivierenden Worten zur Seite gestanden und manche zusätzliche Herausforderung im Arbeitsalltag geschaffen. Es bleiben vielfältige Erinnerungen von dieser Zeit z.B. an wertvolle Diskussionsrunden sowie an fröhliche gemeinsame Erlebnisse außerhalb des Lehrstuhlkosmos. Unentbehrlich für letzteren und wissenschaftliche Mitarbeiter sind die studentischen Hilfskräfte. Timo Euteneuer, Julia Klapczynski, Anne-Susann Pilk, Tobias Raffel, Annika Ritter und Patrick Teich danke ich für die gute Zusammenarbeit und ihre tatkräftige Unterstützung in den verschiedenen Projekten. Julia Klapczynski gilt mein besonderer Dank für ihre Unterstützung bei der Durchführung der Feldstudie auf der E-world in Essen.

Auch an „Chefbarista“ Dr. Sebastian Hoffmann sei für koffeinhaltige Stärkungen und kognitiven Anregungen im Berufsalltag ein Wort des Dankes gerichtet. Ebenso an die freundschaftlich verbundenen Weggefährtinnen Dr. Katja Demidova, Claudia Lehmann und Nicole Porzig für ihr offenes Ohr, ihren motivierenden Zuspruch und hilfreiche Unterstützung insbesondere in der Endphase der Promotion.

Ein Dissertations-Manuskript will sorgfältig Korrektur gelesen sein. Diesen enormen Kraftakt haben in relativ kurzer Zeit Nadine Horbas und Christiane Springer geleistet. Für ihre Bereitschaft dazu und die inhaltlich konstruktiven Anregungen gebührt beiden mein aufrichtiger Dank. Christiane Springer danke ich ferner herzlich für ihre Zeit, um gemeinsam „Aufräumarbeiten“ im hin und wieder unvermeidbaren theoretischen und empirischen Gedankendschub durchzuführen, für viele anregende Gespräche sowie gemeinsame Laufrunden in und um Leipzig herum, um zwischen den Schreibphasen den Kopf frei zu bekommen.

Das größte Dankeschön richtet sich abschließend an mein privates Umfeld. Meinem Freundes- und Bekanntenkreis danke ich für das Verständnis bei länger andauernden „Funklöchern“ und Besuchsabsagen, aber auch für gelegentlich willkommene Ablenkung. Zutiefst dankbar bin ich meinem Lebenspartner René für seine Rücksichtnahme, endlose Geduld, Zuversicht und seine motivierenden Worte in der von Höhen und Tiefen geprägten Promotionszeit. Mit sowohl emotionaler als auch weitreichender praktischer Unterstützung hat er mir in dieser Lebensphase zur Seite gestanden und damit einen erheblichen Beitrag zum Gelingen dieser Arbeit geleistet. Unermesslich dankbar bin ich außerdem meinen Eltern. Mit ihrer Liebe, ihrem Glauben an mich und meine Fähigkeiten sowie ihrer Unterstützung konnte dieses Buch entstehen. Sie haben mir Rückhalt gegeben und hatten jederzeit ein offenes Ohr für mich - nicht nur bei Erfolgsmeldungen, sondern auch bei Sorgen. Und sie haben mich unermüdlich darin bestärkt, meine Ziele und Vorhaben zu verfolgen. Diesen besonderen Menschen widme ich meine Arbeit.

Dr. Beatrice Ermer

Markenadäquate Gestaltung von Live
Communication-Instrumenten
Untersuchung der Wahrnehmung und Wirkung von
Messeständen

Ermer, B.

2014, XXX, 388 S. 1 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-04810-5