

Geleitwort

Anders als bei den in den letzten Jahren im Rahmen verschiedener Plagiatsaffären öffentlich diskutierten Doktorarbeiten, liegt hiermit eine Dissertation vor, die sich nicht aus Fälschung zusammen-, sondern mit diesen auseinandersetzt. Thomas Niemand beschäftigt sich dabei als Marketing-Experte nicht mit der oft medienwirksamen Fälschung berühmter Gemälde oder den angesprochenen Dissertationen, sondern vor allem mit Fälschungen alltäglicher Güter wie bspw. Kleidung, Medikamenten oder Software. Gerade in diesen Bereichen sehen Verbraucher Piraterie häufig als Kavaliersdelikt an, wenn sie beispielsweise im Urlaub die imitierte Tasche von Louis Vuitton wohlwissend günstig erwerben oder über das Internet den neusten Blockbuster mit Freunden oder unbekannten Nutzern austauschen. Doch gerade dies hat enorme wirtschaftliche Auswirkungen. Denn so wie es den Kunstliebhaber schmerzt, wenn das Original gefälscht wird, schmerzt es den Marketer, wenn das Image einer mühsam aufgebauten Marke durch eine qualitativ minderwertige und unberechtigter Weise unter demselben Markennamen vertriebene Fälschung verwässert wird oder wenn Raubkopien von Software, Musik und Filmen verlustfrei zwischen Konsumenten weitergegeben werden, so dass es für den Verbraucher keinen Anreiz mehr gibt, für das Original Geld auszugeben. Angesichts des unaufhaltsam ansteigenden Schadens durch Piraterie-Ware stellt sich unweigerlich die Frage, wie dieser Prozess gestoppt oder gar umgekehrt werden kann.

Weder juristische noch technische Maßnahmen können dieses Problem alleine im gewünschten Maße lösen. Die Marketing-Forschung hat deshalb den Blick auch auf das Entscheidungsverhalten des Konsumenten gerichtet und in den vergangenen Jahren analysiert, welche persönlichen Eigenschaften und situativen Umstände begünstigen, dass sich Verbraucher wissentlich oder unwissentlich für Piraterie-Ware entscheiden. Die Anzahl unterschiedlichster Einzelbefunde in verschiedenen Produktbereichen und Ländersettings stieg enorm an, wobei die Untersuchungen zu teils widersprüchlichen Befunden kamen. Der Stand der Forschung ist aufgrund dieser Komplexität selbst für Experten nicht mehr leicht zu überblicken und es fällt schwer, empirisch gestützte praktikable Implikationen abzuleiten. Zudem liegt noch immer kein umfassender theoretischer Erklärungsansatz vor, der verschiedene Erkenntnisse sinnvoll zusammenführen kann. An diesen aus praktischer wie auch aus wissenschaftlicher Sicht relevanten Problemen setzt die vorliegende Arbeit an.

Um Widersprüche aufzuklären, fragt Thomas Niemand nicht nur, welche Einflussgrößen Konsumenten dazu bewegen, Piraterie-Ware zu erwerben. Er möchte auch erörtern,

von welchen Randbedingungen dies abhängt und auf welchem Wege sich die Entscheidung für oder wider Piraterie formt. Eine zentrale Rolle spielt dabei die explizite Abgrenzung von Fälschungen, Plagiaten und Raubkopien und dass Konsumenten in diesen drei Fällen unterschiedlich bewusst ist, dass sie Piraterie betreiben. Dies hat damit auch strafrechtlich unterschiedliche Konsequenzen und ist in der Folge mit unterschiedlichen Risiken verbunden. Gerade das Wechselspiel aus verschiedenen Nutzen und Risiken, die es zu vermeiden gilt (d.h. einer utilitaristischen Komponente) und der Bewertung des eigenen Handelns (d.h. einer moralischen Komponente) macht diese Dissertation spannend. Aufbauend auf einer systematischen Literaturanalyse und einer quantitativen Meta-Analyse entwickelt der Verfasser ein eigenes Modell, das er als Integratives Piraterie-Modell (IPM) bezeichnet. Dieses Modell prüft er über einen meta-analytischen Ansatz der Strukturgleichungsmodellierung. Jeder der sich mit Meta-Analysen und kovarianzbasierten Strukturgleichungsanalysen beschäftigt hat, kennt die hohen Anforderungen an die Datenqualität. Beides zu verbinden, erfordert besonderes Engagement, Umsicht und statistisches Verständnis.

So ist an dieser Dissertation besonders beeindruckend, welchen hohen methodischen Anspruch Herr Niemand erfüllt. Die Arbeit überzeugt durch ihren Mixed-Methods-Ansatz aus qualitativen und quantitativen Methoden und durch die Modellierung komplexer Zusammenhänge über den Einsatz der Strukturgleichungsanalyse zum Zwecke der Meta-Analyse. Der Autor versteht sich aber nicht nur als Methoden-Anwender. Die Grenzen der derzeitigen methodischen Literatur sieht er als Ansporn für Weiterentwicklungen, so dass die vorliegende Arbeit neben ihrem inhaltlichen Beitrag auch die methodische Literatur bereichert. Er setzt sich unter anderem mit dem Problem fehlender Freiheitsgrade bei meta-analytischen Strukturgleichungsmodellierungen auseinander und schlägt hierfür einen Lösungsansatz vor.

Zusammenfassend betrachtet legt Herr Niemand eine bemerkenswerte wissenschaftliche Leistung vor, die für eine aus praktischer Sicht höchst relevante Fragestellung den Stand der Forschung zusammenfasst, synthetisiert und ein neues theoretisch fundiertes Erklärungsmodell vorschlägt und empirisch absichert. Beeindruckend ist dabei der hohe Anspruch an das Kriterium „Rigor“, so dass die Arbeit auch aus methodischer Sicht höchst interessant ist. Ich hoffe und denke, dass sowohl die Praxis als auch die Scientific Community die Befunde dieser Arbeit aufgreifen.

Prof. Dr. Stefan Hoffmann

Vorwort

„*It's a long way to the top*“ titelten 1975 die Young-Brüder und Bon Scott anlässlich erster Erfolge ihrer noch jungen Karriere. Dieses Motto zierte auch lange Zeit, als Ansporn, die erste Seite zahlreicher Rohfassungen dieser Arbeit. Mir war anfangs nicht klar, was da auf mich zukam, doch durch mein persönliches Interesse an Film, Musik und Software führte dazu, dass ich mich anno 2009 immer stärker auf das Thema Produktpiraterie einließ. Nach und nach dämmerte es mir, dass mit der Piraterieforschung etwas nicht stimmte. Aus einem anfangs geplanten, einfachen Literaturüberblick wurde ein umfassendes systematisches Review, das eigentlich nichts hervorbrachte. Die in dieser Arbeit oft angesprochene „Inkonsistenz“ der Ergebnisse verleitete mich dann dazu, nach Lösungen zu suchen: Die vorliegende Meta-Analyse entstand über die Jahre. Da auch diese ihre Grenzen hat und Grenzen für mich zum Überwinden da sind, entschied ich mich, noch ein Strukturgleichungsmodell mit allen seinen Möglichkeiten anzuhängen, das diese Grenzen etwas ausweitete.

Besonderes Augenmerk habe ich auf das gelegt, was sich hin und wieder als „integrativ“ betitelt durch den gesamten Beitrag zieht. Ich ließ stets möglichst viele Sichtweisen, Themenfelder, Theorien, Studien und nicht zuletzt Methoden in die Arbeit einfließen. Hoffentlich habe ich darüber nicht den Blick für das Wesentliche, für Kernaussagen, Befunde und Implikationen verloren. Diese „Integrativität“ ist es jedoch, welche meinen Beitrag ausmacht und auf die ich nach diesem langen Weg durchaus stolz bin.

Worauf ich nicht stolz bin, ist, dass ich mit all den Familienmitgliedern, Freunden und Kollegen auf diesem langen Weg weit weniger Zeit und Freude teilen konnte als ich es gewollt hätte. Daher möchte ich allen Personen danken, die es dennoch mit mir ausgehalten haben: meinen Eltern, Ingeborg und Peter, meinem Bruder Matthias, meinen engsten Freunden, Christoph, Franziska, Lilly, Paul, Robert, Stefan und Uli sowie meinen Kollegen Anja, Claudia, Florian, Heike, Katharina, Katja, Kerstin, Marie-Christin, May-Britt, Susann und Uta – und vielen, vielen anderen, für die in einem knappen Vorwort leider kein Platz bleibt.

Herzlich danken möchte ich auch den Gutachtern der Dissertation, Professor Dr. Udo Buscher und Professor Dr. Michael Schefczyk, die sich meiner Arbeit annahmen, ebenso wie dem Vorsitzenden der Prüfungskommission, Professor Dr. Frank Schirmer und Professor Dr. Susanne Strahinger als Prüferin meiner Disputation.

Eine weitere Gruppe von Personen, denen ich zu Dank verpflichtet bin, sind die Mitglieder des Vereins PAUL Consultants, zu denen ich mich von 2005 bis 2014 zählen

durfte. Nicht nur, dass ich im Vereinsleben unzählige Freunde gewann, PAUL prägte auch meine Sicht- und Vorgehensweise über die BWL im Allgemeinen und das Marketing im Speziellen. In meiner Zeit als wissenschaftlicher Mitarbeiter war der Verein jedoch auch noch in einer anderen Weise bedeutend: Um zu sehen, welche Wünsche und Sorgen Studenten in der „Praxis“ haben und dadurch die eigenen, oftmals sehr abstrakten Erfordernisse des „Elfenbeinturms der Wissenschaft“ relativieren zu können.

Bei vier Personen möchte ich mich abschließend explizit bedanken, da sie mir auf diesem Weg ganz besonders mit Rat und Tat zur Seite standen: Professor Dr. Stefan Müller für seine ermutigenden Vorschläge zum Schwerpunkt der Arbeit und seine Detailliebe sowie Formulierungsstärke, die hoffentlich auch zum Teil auf mich übergegangen sind; Professor Dr. Stefan Hoffmann für seine Ratschläge und vor allem Ideen zu wissenschaftlichen und methodischen Fragen; Dr. Robert Mai für sein enormes Feedback während der gesamten Bearbeitungszeit und Dr. Daniel Knödler für all die Gespräche und Diskussionen zum wissenschaftlichen Leidensweg zweier Doktoranden. Danke!

Thomas Niemand

Produktpiraterie

Eine integrative Analyse der Einflussgrößen,
Moderatoren und Mediatoren des Erwerbs von
Fälschungen und Raubkopien

Niemand, Th.

2014, XXIV, 269 S. 51 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-05594-3