

Vorwort

Als Instrument der Markenführung nimmt Social Media eine stetig wachsende Relevanz ein. Unternehmen stellt dies vor eine große Herausforderung, da noch oft das Wissen und die Kompetenzen für einen zielgerichteten Einsatz von Social Media fehlen. Trotz der Anerkennung einer hohen Relevanz von Social Media für die Markenführung hat die Wissenschaft dieses Thema bisher nicht ausreichend in der Tiefe und Breite behandelt. So wurden in der wissenschaftlichen Literatur bisher eher Einzelaspekte betrachtet, wobei eine ganzheitliche Betrachtungsweise der Marke in Social Media noch unzureichend in der Forschung stattgefunden hat. Dies hat zur Folge, dass zwar die Funktionsweise von z.B. nutzergenerierten Inhalten in Social Media auf Marken bisher gut erforscht sind, jedoch die fehlende Vergleichbarkeit der verschiedenen Markenführungsinstrumente im Bereich von Social Media zu kritisieren bleibt. Welche Social Media Instrumente hinsichtlich spezifischer Markenziele die stärkste Wirkung zeigen, kann durch die oft fehlende Vergleichbarkeit der empirischen Basis einzelner Forschungsarbeiten nicht beantwortet werden. Eben diese Vergleichbarkeit der Wirkung verschiedener Social Media Instrumente auf die Marke war das Ziel dieser Dissertation. Hierzu wurde ein Forschungsmodell entwickelt, welches die der Markenführung zur Verfügung stehenden Instrumente in Social Media umfasst sowie die Zielgrößen der Markenführung als Dreigestirn aus Markenimage, Kaufintention und tatsächliches Kaufverhalten abbildet. Um in den empirischen Ergebnissen auch branchenspezifische Besonderheiten zu berücksichtigen, wurde das Modell anhand von zwei gänzlich unterschiedlichen Marken analysiert: eine komplexe und hochpreisige Automobilmarke und eine einfache und niedrigpreisige Lebensmittelmarke.

Die vorliegende Arbeit wurde im Jahre 2013 vom Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Universität Bremen als Dissertationsschrift angenommen. Sie ist während meiner Tätigkeit als wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl für innovatives Markenmanagement entstanden. Ein erfolgreicher Abschluss meiner Dissertation wäre ohne die Unterstützung zahlreicher Personen nicht möglich gewesen. Mein besonderer Dank gilt meinem Doktorvater Herrn Professor Dr. Christoph Burmann für das Vertrauen in meine Fähigkeiten und die hiermit verbundenen Freiheiten in der Umsetzung meiner Dissertation. Darüber hinaus danke ich Herrn Professor Dr. Martin Missong für die Übernahme des Zweitgutachtens und die Unterstützung in der Endphase dieser Dissertation. Zudem möchte ich den weiteren Mitgliedern der Prüfungskommission Herrn Professor Dr. André Heinemann und Herrn Professor Dr. Herbert Kotzab meinen Dank aussprechen.

Für die großzügige finanzielle Unterstützung bei der Drucklegung dieser Arbeit möchte ich des Weiteren dem Wiwib e.V. – Wirtschaft-Wissenschaft-Bremen, dem Förderverein des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaft der Universität Bremen, herzlich danken.

Ebenfalls ein besonderer Dank gilt meinen Kooperationspartnern aus der Praxis. Über die Bereitschaft zur Unterstützung und der überaus freundlichen Zusammenarbeit habe ich mich sehr gefreut. Mir persönlich hat der enge Kontakt zu der Praxis während des Verfassens meiner wissenschaftlichen Arbeit sehr viel Freude gemacht und mir eine zusätzliche spannende Herausforderung geboten. Dieser Dank gilt auch den Teilnehmern an meinen Experteninterviews und Gruppendiskussionen.

Ohne die großartigen Kollegen am Lehrstuhl wäre das Verfassen dieser Dissertation nicht möglich gewesen. Dies gilt zum einen für die fachliche Unterstützung. Hierbei bedanke ich mich vor allem bei Herrn Dr. Tilo Halaszovich, Herrn Dr. Michael Schade und Herrn Dr. Rico Piehler. Insbesondere Letzterer war in der Endphase stets zur Beantwortung jeglicher Fragen bereit – was wohl nicht zuletzt an seinem Pech gelegen haben mag, sein Büro direkt neben meinem zu haben. Danke euch!

Eine mindestens ebenso wichtige Unterstützung lag in den zahlreichen Gelegenheiten zur Erholung vom wissenschaftlichen Arbeiten. Insbesondere in der Endphase meiner Dissertation wurde ich tatkräftig von Fabian durch Weinabende unterstützt. Danke dafür! Im Jahr 201X werde ich mich revanchieren, versprochen! Du wirst wahrscheinlich der einzige sein, der mich auf unserem 50sten Revivaltreffen am LiM noch immer mit „Deilers“ ansprechen wird! Danke auch dir, Tilo, dem besten Chauffeur der Welt, für die unzähligen Male, in denen du mich vor einer Fahrradfahrt durch Regen und Schnee bewahrt hast! Natürlich gilt dies auch für deine Bereitschaft, mich stets mit einem Laib Brot zu unterstützen. Lieber Frank, zeitweise als „Arbeitsehemann“ bezeichnet, danke für die Zeit als Büronachbarn. Christopher, als Dream Team haben wir das LiM Kicker-Turnier gewonnen und du warst stets ein treuer Begleiter beim frühmorgendlichen Pizza-Essen. Dir habe ich zahlreiche spaßige Ablenkungen von der Diss zu verdanken!

Wer auch immer auf die Idee kam, Sing Star am LiM zu etablieren, auch dir danke! Barbara, unsere Roxette-Duetts waren großartig und unsere Tournee ist in Planung. Florian, alias Horst von Anstetten, von deinen Versionen von „Santa Maria“ werde ich auf ewig einen Ohrwurm haben, aber das war es wert! Liebe Corinna, danke für die tollen Erinnerungsfotos, die zahlreichen Dart-Einsätze, das leckere Grillen im Garten

und natürlich auch für die gemeinsame Sharknado-Erfahrung! Michi, dank dir assoziiere ich mit dem Thema Finanzamt eher Parkplätze, deine Art von Humor und die Art und Weise, wie du von Parties verschwindest, sind großartig!

Der Rubbeldiekatz, Krabbeldiewandrauf, Krabbeldiewandhoch – egal - danke, dass du ihn mir gezeigt hast, Lexi! Uwe, danke für unzählige Wort-Witze, die Tänze und deine gute Laune! Deine Verwandlung vor Vorlesungen, deine unbeschreibliche Euphorie beim Kickern und Darten, deine Stammplätze an jeglichen Orten, deine Treue gegenüber erlernten Verhaltensweisen, lieber Rico, das bleibt für immer unerreich! Maleen, Christopher, Michi, Behzad, euch danke für die unvergessliche Konferenz in Berlin. Die Location war ein Highlight! Liebe Heidi, danke dir für alles. Du hattest immer ein offenes Ohr und ein Kaffee-Klatsch mit dir war immer herrlich! Der LiM vermisst dich! Euch allen und der gesamten restlichen LiM-Crew, Ines, Stephan, Tanja, Andi, Carina, Antje, Patrick und allen anderen danke ich für eine großartige Zeit am LiM.

Ein ganz besonderer Dank gilt meiner Familie! Liebe Sabrina, lieber Niels, euch danke ich nicht nur für mein holländisches „Turmzimmer“ und die Abende mit leckerem Essen und Wein, sondern ganz besonders für die Ablenkung, die zwischenzeitlich mal ganz besonders notwendig war! Es ist herrlich, wie sehr ihr euch mit mir freuen könnt und wie kleine Rückschläge mit viel Humor wettgemacht werden! Lieber Kalle, du hast meinen Weg ganz besonders bereichert! Ich bin stolz, deine Tante Ela sein zu dürfen und ich freue mich auf alle deine Wege und Herausforderungen, auf denen ich dich begleiten darf! Liebe Mama, den Dank, den ich dir gegenüber empfinde, kann ich kaum beschreiben! Für die unglaubliche Unterstützung, die ich nicht nur in der Zeit meiner Promotion, sondern schon mein ganzes Leben von Dir bekomme, danke ich dir sehr! Es ist ein unbeschreiblich schönes Gefühl, dass du immer für mich da warst und sein wirst! Ich bin sehr stolz darauf, eine so großartige Familie zu haben! Deswegen möchte ich euch diese Arbeit widmen!

I like!



Daniela Eilers

Wirkung von Social Media auf Marken

Eine ganzheitliche Abbildung der Markenführung in
Social Media

Eilers, D.

2014, XXIV, 264 S. 39 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-05826-5