

Vorwort

Die vorliegende Dissertation ist während meiner Zeit als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Marketing der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster entstanden. Für die vielfältige Unterstützung, die zu einem guten Gelingen dieser Arbeit enorm beigetragen hat, möchte ich mich bei einer Reihe von Personen bedanken.

Mein besonderer Dank gilt dabei vor allem meinem akademischen Lehrer und Doktorvater Prof. Dr. Manfred Krafft, der mir immer wieder Denkanstöße und Impulse bei der Umsetzung dieser Arbeit gab und mein Dissertationsprojekt über den gesamten Verlauf hinweg wohlwollend begleitet hat. Die Arbeitsbedingungen an seinem Institut schaffen durch besondere Freiheiten einen ausgezeichneten Rahmen für die Anfertigung der Dissertation. Des Weiteren danke ich Prof. Dr. Michael Steiner insbesondere für die initialen Impulse in der frühen Entstehungsphase und schließlich für die Übernahme des Zweitgutachtens.

Meinen aktuellen und ehemaligen Kollegen am Marketing Center Münster und insbesondere denen unseres Lehrstuhls danke ich für das sowohl in fachlicher als auch in persönlicher Hinsicht herausragende Umfeld in meiner drei Jahre währenden Promotionszeit. Mein spezieller Dank hier gilt Manuel Stegemann, der für Ratschläge und Impulse ein kompetenter und hilfsbereiter Ansprechpartner im dritten Stock war. Aber auch Christian Bosch und Philipp Noormann haben in Diskussionen und fachlichem Austausch dazu beigetragen, mir neue Perspektiven zu eröffnen und somit mein Forschungsvorhaben voranzutreiben. Schließlich möchte ich mich bei Malina Malinska für den engagierten Einsatz bedanken. Ich danke darüber hinaus sämtlichen studentischen Hilfskräften, die mich bei der Erstellung dieser Arbeit unterstützt und mich somit entlastet haben. Der Kontakt zu jedem von euch hat mich geprägt.

Das Glück liegt in den Menschen. Nach dem Dank in fachlicher Hinsicht möchte ich Christian, Manuel und Philipp als ein unschlagbares Team danken, dass sich in optimaler Weise ergänzt und mit den Kernwerten des Instituts identifiziert hat. Die daraus resultierenden gemeinsamen Erfahrungen und Erlebnisse, bei denen auch Simon Monske erwähnt werden muss, werden die Zeit am Institut überdauern. Die entstandenen Freundschaften haben einen wichtigen Anteil daran, dass ich Münster mit unzähligen tollen Momenten in sehr guter Erinnerung behalten werde.

In dieser Hinsicht möchte ich mich auch bei meinen weiteren Freunden bedanken, die mich während der Zeit begleitet haben. Zu nennen sind hier vor allem Andreas, Henning, Jens, Karl, Max, Philipp, Sebastian und Thomas sowie meine Teamkollegen vom TuS 07 Freckenhorst, mit denen ich abseits des Instituts sehr schöne Zeiten verbracht habe.

Für die Möglichkeit der Entscheidung zu einer Promotion möchte ich mich schließlich bei meinen Eltern Eva und Wolfgang bedanken, die stets alles dafür getan haben, mich zu fördern und mich in meinen Wünschen und Vorhaben zu unterstützen. Ihr habt mir zu jeder Zeit ein Zuhause gegeben, in dessen Schutz ich mich geborgen fühle und mich entwickeln konnte. Danke dafür, dass ich dadurch meinen Weg bis hierher gehen konnte. Auch meinem Bruder möchte ich an dieser Stelle nicht unerwähnt lassen, vielen Dank lieber Jan, das du da bist. Als sehr wichtige Person möchte ich auch dir, Kathi, von ganzem Herzen danken. Du hast mich liebevoll durch die Höhen und Tiefen der Dissertationszeit begleitet und mich verlässlich und geduldig unterstützt, indem du für Glück, Entspannung, Ablenkung, Aufmunterung und Motivation gesorgt hast und mich immer eine große Zuversicht hast spüren lassen.

Marcel Stafflage

In-store Mobile Marketing-Kommunikation
Empirische Analysen von Determinanten aus
Konsumentensicht

Stafflage, M.

2016, XXIII, 310 S. 13 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-11530-2