

Vorwort

Nach Jahren intensiver Arbeit an meiner Dissertation möchte ich meinen herzlichen Dank all denen aussprechen, die mich in der spannenden Phase meiner akademischen Laufbahn begleitet haben:

- Mein aufrichtiger Dank gebührt an erster Stelle meinem Doktorvater, Prof. Dr. Dirk Ulrich Gilbert, dessen hohe Erwartungen und kritisches Feedback maßgeblich zum Gelingen dieser Arbeit beigetragen haben. Er hat mich während der Promotionsphase nicht nur hervorragend betreut, sondern mir stets den nötigen Freiraum zur Entfaltung meiner wissenschaftlichen Kreativität gelassen und mich in meinem bisherigen Werdegang entscheidend vorangebracht. Daneben gilt mein besonderer Dank seiner Förderung in persönlicher Hinsicht – er wird mir menschlich immer ein Vorbild sein.
- Darüber hinaus möchte ich mich herzlich bei Prof. Dr. Matthias S. Fifka für die Bereitschaft zur Erstellung des Zweitgutachtens sowie die Anregungen bezüglich der moderierenden Effekte und Sekundärquellen bedanken. Zudem danke ich Prof. Dr. Michael Göhlich für sein Mitwirken in der Prüfungskommission.
- Prof. Dr. Jörg Henseler – einem der führenden Experten auf dem Gebiet der Strukturgleichungsmodellierung – bin ich ebenfalls zu großem Dank verpflichtet. Sein Feedback zum Fragebogen, das Review des empirischen Teils sowie die Diskussion der Messergebnisse haben maßgeblich zur Validität der Untersuchung beigetragen.
- Prof. Dr. Christoph Burmann für die fruchtbare Diskussion der Modellspezifikation (insbesondere der Operationalisierung der strategischen Entscheidungen). Seine innovative Forschung auf dem Gebiet des identitätsbasierten Markenmanagements bildet den konzeptionellen Rahmen.
- Daneben möchte ich mich bei Dr. Claudia Bunte, Prof. Dr. Norbert Drees, Dr. Andreas Gessner, Dr. Patrick Heinecke, Dr. Jörg Höppner, Prof. Dr. Karsten Kilian, Karsten Lindenau, Jagoda Low-Becic, Dr. Vera Magin, Stefan Minig, Dr. Robert Schröder sowie Ladislav Tichy für die Teilnahme am Pre-Test der Befragung und die konstruktiven Diskussionen bedanken.
- Meinen ehemaligen Kollegen des Instituts für Wirtschaftswissenschaft der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg sowie der Professur für BWL insbesondere Unternehmensethik der Universität Hamburg, im Speziellen Dr. Patrick Heinecke, Dr. Iris Hofmann und Ingo Schedel.

- Daneben auch ein Dankeschön an meine Kollegen aus dem Bereich Konzern-Marketing und Vertrieb sowie aus den Marken der VOLKSWAGEN AG für ihren kollegialen Beistand. Holger B. Santel und Dr. Jörg Höppner danke ich, dass sie das Promotionsprojekt unternehmensseitig mit initiiert haben. Mein Dank gilt auch Dr. Axel Kalthoff, der meinen Blick für das Wesentliche geschärft hat, und Ingrid Berngruber, die mir in der Endphase den Rücken freigehalten hat.
- Nick Poelmeyer für die Unterstützung bei der Identifikation der relevanten Ansprechpartner in der Automobilbranche.
- Für das Korrekturlesen des englischen Fragebogens möchte ich Alexandra Christiansen und Lizzie Ferrar danken. Für das professionelle Korrektorat der Dissertation bin ich wegen seiner außerordentlichen Mühe und hohen Arbeitsqualität Dr. Karl-Heinz Maurer zu großem Dank verpflichtet. Darüber hinaus möchte ich dem Springer Gabler Verlag für die Aufnahme der Dissertation in das Verlagsprogramm und hier besonders Viktoria Steiner für ihre professionelle Betreuung danken.
- Ferner möchte ich denjenigen danken, die mein betriebswirtschaftliches Interesse geweckt bzw. mich gefördert haben. Hierzu zählen vor allem Thomas Bentes, Stefan Graf von Hardenberg, Josef Rei und Tracy Roberts.
- Meine ehemaligen Kommilitonen Dieter Frey und Fabian Melzer für die philosophischen Gespräche neben dem Mathematikstudium, aus denen eine tiefe Freundschaft hervorging.
- Außerdem seien an dieser Stelle meine Freunde erwähnt, insbesondere Dominik Mayer, auf die ich immer zählen konnte, die mir einen wertvollen Ausgleich boten und die in den letzten Jahren häufig auf mich verzichten mussten.
- Widmen möchte ich diese Arbeit meiner Familie, im Speziellen meiner Frau Tina, meinem Sohn Maximilian Benedikt und meinem Vater Günter, die mein Leben erst vervollständigen und mich jeden Tag aufs Neue glücklich machen. Daneben widme ich die Arbeit meiner Mutter Waltraud, die leider viel zu früh verstorben ist. Ohne den grenzenlosen Rückhalt und die Unterstützung meiner Familie wäre ich nicht da, wo ich heute stehe. Mein Sohn zeigt mir dabei täglich in eindrucksvoller Weise, was im Leben wirklich wichtig ist.

Internationale Markenstrategien
Erfolgswirkung der Markenstandardisierung auf den
Markenwert

Müller, M.

2016, XX, 256 S. 40 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-11967-6