

# Vorwort

Die Wahrnehmung der Dualen Kommunikation durch Mitarbeitende erfährt in jüngster Zeit zunehmende Aufmerksamkeit in der Marketingforschung. Zielsetzung der vorliegenden Arbeit war es, durch die Entwicklung und empirische Prüfung des Konstrukts Qualität der Dualen Kommunikation einen umfassenden Überblick über die Bedürfnisse der Mitarbeitenden an die Duale Kommunikation zu schaffen sowie die Bedeutung der Qualität der Dualen Kommunikation zur Steuerung des Markenverhaltens von Mitarbeitenden zu untersuchen. Mit der vorliegenden Arbeit werden folglich Ansatzpunkte für die effektive und effiziente Steuerung des markenkonformen Mitarbeiterverhaltens mittels einer qualitativ hochstehenden Dualen Kommunikation geliefert.

Die vorliegende Arbeit wurde im März 2015 von der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Universität Basel als Dissertation angenommen. Zur Erreichung dieses Zieles haben zahlreiche Personen beigetragen, bei denen ich mich gerne bedanken möchte. Zu allererst ist dies mein Doktorvater, Herr Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Manfred Bruhn. Er setzte die wissenschaftlichen Wegweiser für meine Promotion und trug im Laufe der vergangenen Jahre wesentlich zu meiner fachlichen und persönlichen Weiterentwicklung bei. Hierfür danke ich ihm herzlich. Darüber hinaus gilt mein Dank Herrn Prof. Dr. Karsten Hadwich, der mir vor allem während der Doktorandenkolloquien stets mit wertvollen Anregungen zur Seite stand.

Im Hinblick auf die empirischen Untersuchungen möchte ich mich bei den Vertretern der Unternehmen bedanken, die die Mitarbeiterbefragungen und damit diese Arbeit in der vorliegenden Form überhaupt erst ermöglicht haben. Dies sind Ralph Heinisch, Seta Thakur und Frédéric Anklin von der *Weleda AG*, Anne Tschudin und Heidi Herzog von *Sympany* sowie Kornell Otto von der *SV Group*. Darüber hinaus bedanke ich mich bei den zahlreichen Interviewteilnehmern dafür, dass sie durch die Teilnahme an den Interviews meine Arbeit unterstützt haben.

Ganz herzlich bedanken möchte ich mich außerdem bei meinem Coach, Dr. Verena Batt, die unzählige Fachdiskussionen mit mir führte und wertvollen Input für die Erstellung der Arbeit lieferte, indem sie bereitwillig ihren Erfahrungsschatz mit mir teilte. Des Weiteren bedanke ich mich bei all meinen Kollegen des Lehrstuhls für Marketing und Unternehmensführung für die gute Zeit in Basel.

Schließlich danke ich allen Personen meines privaten Umfelds. Der Dank geht dabei zunächst an meine Freunde, die mir während der Promotionszeit und schon

viele Jahre zuvor zur Seite standen und mein Leben bereichert haben. Ein ganz besonderer Dank geht an meine Eltern, Anita und Johannes sowie an meinen Bruder Stephan mit seiner Frau Lena, die mir zu jeder Zeit den Rücken gestärkt und mich in jeglicher Form unterstützt haben. Ganz besonders herzlich möchte ich mich bei meiner Freundin Katrin bedanken, die mir während der Promotion ihr uneingeschränktes Verständnis entgegengebracht hat und immer hinter mir steht.

Basel, im November 2015

Dr. Matthias Holzer

Qualität der Dualen Kommunikation  
Konzeptualisierung und Wirkung auf das  
markenkonforme Mitarbeiterverhalten

Holzer, M.

2016, XXI, 274 S. 84 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-12385-7