

Vorwort

Die vorliegende Arbeit wurde im Januar 2003 abgeschlossen und im Mai 2003 vom Fachbereich Wirtschaft und Management der Technischen Universität Berlin unter dem Titel "Kommunikations-Controlling: Ein Beitrag zur Steuerung der Marketing-Kommunikation dargestellt am Beispiel der Marke Mercedes-Benz" als Dissertation angenommen.

Die Arbeit ist im Rahmen eines Beschäftigungsverhältnisses bei der DaimlerChrysler AG entstanden. Der zweijährigen Tätigkeit als Doktorand in der Abteilung Kommunikations-Strategie im Bereich Marketing-Kommunikation PKW folgte die Anstellung im Markenmanagement mit der zentralen Ausrichtung auf die Marke Mercedes-Benz. Die Anfertigung der Dissertation parallel zur Ausübung des Markenmanagements brachte zwar eine längere Promotionsdauer mit sich, führte jedoch auch zur besseren kognitiven Durchdringung praxisorientierter Problemfelder. Auf dieser Basis konnten neueste theoretische Erkenntnisse für den konkreten Anwendungsfall zur Verfügung gestellt werden.

Die Faszination für das Thema resultiert vor allem aus der hohen Bedeutung der Kommunikation für die Markenführung. Die kommunikative Beeinflussung der dauerhaften und (kauf-)verhaltensprägenden Gedächtnisinhalte von Konsumenten bestimmt maßgeblich den Markenwert und damit größtenteils auch den Unternehmenswert. Aufgrund der hohen Investitionen ergibt sich zwangsläufig Klärungsbedarf hinsichtlich der Effektivität und Effizienz in der Kommunikation.

Die vorliegende Arbeit legt eine ganzheitliche Betrachtung zugrunde, um der Praxis und der Forschung einen weitreichenden Überblick zu den relevanten Aspekten des neuen Forschungsfelds "Kommunikations-Controlling" zu ermöglichen. Dabei werden die bereits für die Marke Mercedes-Benz praktizierten um zusätzliche innovative Ansatzpunkte erweitert.

Besonderer Dank für das Gelingen der vorliegenden Arbeit gebührt Herrn Prof. Dr. Volker Trommsdorff, der den Entstehungsprozess als akademischer Lehrer betreute und stets mit wertvollen Anregungen zur Seite stand. Hierbei führte insbesondere

sein Engagement in der Konsumentenverhaltens-, Image- und Kommunikationsforschung zu einer deutlichen Bereicherung der Arbeit. Ebenso möchte ich Herrn Prof. Dr. Ulrich Krystek für die Erstellung des Zweitgutachtens und Herrn Prof. Dr. Hans Hirth für seine freundliche Bereitschaft, kurzfristig den Vorsitz des Promotionsausschusses zu übernehmen, herzlich danken.

Ferner danke ich meinem Vater Walter F. Liebl, der die Arbeit in seiner Funktion als Hochschul-Dozent und aufgrund seiner langjährigen Erfahrungen bei der BMW AG hinsichtlich des Aufbaus und der Durchführung des Marketing-Controlling im Sinne eines "geistigen Sparringspartners" bereicherte. Aus den regelmäßigen "Terrassen- und Wohnzimmergesprächen" ergaben sich eine Vielzahl nützlicher Hinweise.

Weiterer Dank gebührt einer Reihe von Mitarbeitern der DaimlerChrysler AG, von denen die folgenden ausdrücklich hervorzuheben sind. Herrn Martin Hirnich als damaliger Leiter des Fachgebiets Kommunikations-Strategie PKW danke ich für die Anregung des Themas, die Einführung in die Problemstellung und die Einbindung in die Kommunikations-Planung. Herrn Jochen Pläcking als damaliger Leiter der Marketing-Kommunikation PKW danke ich für die Hinweise aus den konstruktiven Gesprächen und die Offenheit gegenüber wissenschaftlichen Denkansätzen und Methoden. Für die jederzeit bereitwilligen Gespräche und Auskünfte zum Kommunikations-Budget möchte ich Herrn Florian Wöfl in seiner Funktion als Leiter des Fachgebiets Budget-Planung und -Überwachung meinen Dank aussprechen. Herrn Marijan Celig danke ich für die zur Verfügung gestellten Informationen zur Jones Graph-Analyse.

Mein Dank gilt ferner allen Mitarbeitern des Lehrstuhls Marketing I der TU Berlin von Herrn Prof. Dr. Volker Trommsdorff, die während der regelmäßigen Doktoranden-seminare wertvolle Anregungen gaben.

Schließlich möchte ich mich noch ganz herzlich bei meinen Eltern Annedore und Walter F. Liebl bedanken, die mich in meinem Ziel zu promovieren unermüdlich unterstützt und gefördert haben. Ihnen widme ich diese Arbeit.

München und Stuttgart, im Juni 2003

Christian Liebl