

Geleitwort

Seit 1997 veröffentlicht die Forschungsgruppe „Konsum und Verhalten“ ihre Forschungsergebnisse in dieser Schriftenreihe. Aufgenommen werden Arbeiten der Herausgeber, Habilitationsschriften und herausragende Dissertationen.

In der vorliegenden Dissertation wird das in Forschung und Handelspraxis seit vielen Jahren beachtete und angewendete Betriebsformenkonzept aus einem bislang vernachlässigten Blickwinkel betrachtet. Die Arbeit stellt den gegenwärtig einzigen Forschungsbeitrag dar, in dem explizit untersucht wird, ob die Handelsbetriebsformen auch aus Konsumentensicht relevante Konstrukte sind.

Mit einer sorgfältigen, aus zwei Teilen bestehenden Analyse gelingt es Guido Purper darzulegen, warum herkömmliche Betriebsformeneinteilungen die Perspektive der Konsumenten nicht ausreichend widerspiegeln. Besondere Beachtung verdienen die branchen- und betriebsformenübergreifenden Konzeption seiner Untersuchung sowie das komplexe Forschungsdesign. Beides trägt dazu bei, dass in der Analyse die tatsächliche Handelslandschaft mit hoher Realitätsnähe abgebildet wird. Im weiteren Verlauf der Arbeit folgt der eigentliche Kern der Forschungsleistung Guido Purpers, indem er eine Einteilung der Handelsanbieter aus Konsumentensicht auf eine besonders innovative und methodisch fundierte Vorgehensweise erarbeitet.

Angesichts der hohen strategischen und operativen Bedeutung der Betriebsformenwahl für die Handelspraxis handelt es sich bei der Problemstellung um ein nicht ausschließlich forschungsrelevantes, sondern gleichermaßen am Praxisbedarf orientiertes Thema. Der Arbeit kommt damit eine herausragende Bedeutung für Wissenschaft und Praxis zu, und es ist ihr eine entsprechend weite Verbreitung zu wünschen.

Univ.-Prof. Dr. Peter Weinberg
Institut für Konsum- und Verhaltensforschung
an der Universität des Saarlandes