

## Geleitwort

Seit den achtziger Jahren beschäftigen sich Wissenschaftler mit der Marktorientierung von Unternehmen und stellen dabei fest, dass es einen positiven Zusammenhang zwischen dem Grad der Marktorientierung und dem Erfolg von Unternehmen gibt. Unternehmen, die strukturiert Informationen über den Markt sammeln, diese im Unternehmen weitergeben und darauf aufbauend richtig nutzen, sind erfolgreicher. Diese Aussage wurde empirisch für etablierte Unternehmen bestätigt. Darüber hinaus konnte gezeigt werden, wie eine größere Marktorientierung in diesen Unternehmen herbeigeführt werden kann.

Ob für junge Unternehmen diese Zusammenhänge gleichermaßen gelten, ist allerdings unklar. So steht weder die Erfolgswirkung der Marktorientierung für junge Unternehmen fest, noch ist bekannt, wie Marktorientierung konzeptioniert sein muss, um eine Wirkung entfalten zu können. Es ist auch fraglich, ob und in welcher Form junge Unternehmen ihre Kultur zur Beeinflussung von (marktorientiertem) Verhalten überhaupt nutzbar machen können.

Genau an dieser Stelle setzt die vorliegende Arbeit von Andreas Kessell an. Sie zeigt, dass es auch schon in jungen Unternehmen Elemente einer Unternehmenskultur gibt, die die Marktorientierung des Unternehmens und damit letztlich den Erfolg positiv beeinflussen.

Andreas Kessell hat mit der vorliegenden Arbeit eine äußerst gelungene Forschungsarbeit vorgelegt. Sie ist theoretisch ansprechend und weist zwei unterschiedliche und jeweils interessante empirische Teile auf. Damit sticht sie unter Dissertationsschriften sicher hervor. Es ist aber nicht nur die reine Anzahl der Untersuchungen, sondern vor allem ihre Qualität, die die Arbeit so wertvoll machen und dazu geführt haben, dass sie bereits erhebliches Aufsehen in internationalen Fachkreisen erhalten hat, z.B. bei zwei Vorträgen auf der renommierten Konferenz der American Marketing Association.

Doch nicht nur für Theoretiker, auch für die Unternehmenspraxis ist seine Arbeit interessant. So können Unternehmer letztlich ganz handfeste Hinweise ableiten, wie sie eine Kultur zu schaffen vermögen, die ihnen zu einem größeren Erfolg verhilft. Deshalb ist der Arbeit der breite Leserkreis zu wünschen, den sie verdient.

Malte Brettel