
Geleitwort

In der strategischen Marketingforschung stand über einen sehr langen Zeitraum die Ausrichtung der Unternehmenstätigkeit an der Marktorientierung im Mittelpunkt des Interesses. Erst jüngst hat sich eine Diskussion entwickelt, welche die Marktorientierung als eine strategische Herangehensweise an die Unternehmensführung versteht, die zu kurz greift, weil sie im Kern reaktiv ist. Unter dem Schlagwort „Market Driving“ befasst sich ein immer größerer Kreis von Forschern mit Fragen der antizipativen und marktgestaltenden Unternehmensführung. Die Diskussion war bislang überwiegend konzeptionell und deskriptiv geprägt.

Die Dissertationsschrift von Markus Stolper greift diese Forschungslücke auf und zielt auf die empirisch-analytischen Weiterentwicklung des Konzepts ab. Eine solide Konzeptualisierung und Operationalisierung des Konstrukts ermöglicht eine gültige und zuverlässige Messung des Konstrukts. Es wird gezeigt, dass eine höhere Market Driving Orientierung zu einem größeren Unternehmenserfolg führt. Darüber hinaus entwickelt Herr Stolper empirisch gestützt Strategien und Aktivitäten, die sich zur Implementierung einer Market Driving Orientierung eignen. Ein weiteres praktisch unmittelbar relevantes Ergebnis ist die Identifikation unternehmensinterner Erfolgsfaktoren des Market Driving, die Unternehmen als Stellhebel zur Erhöhung des Market Driving Potentials nutzen können.

Die vorliegende Arbeit ist als überaus aktuell und bedeutsam einzustufen, da sie einen wesentlichen Beitrag zur wettbewerbsorientierten Unternehmensführung der „zweiten Generation“ liefert. Dies ist u. a. durch das Interesse und den Zuspruch renommierter Fachvertreter im Rahmen der Präsentation der Arbeit bei internationalen Doktorandenseminaren und Konferenzen belegt. Gleichmaßen wurden die Konzeption der Arbeit und die erarbeiteten Einsichten von Unternehmern und Führungskräften im Rahmen von Weiterbildungsveranstaltungen gewürdigt und mit Interesse aufgenommen. Die Arbeit von Markus Stolper ist ein wichtiger Meilenstein in der Forschung zur antizipativen Unternehmensführung und ich wünsche dem Werk, das es entsprechend seiner Qualität in den Zielgruppen wahrgenommen wird und so zur Stimulation der Befassung mit Market Driving Orientierung in Wissenschaft und Praxis beiträgt.

Prof. Dr. Hartmut H. Holzmüller