

## Vorwort

Die marktorientierte Unternehmensführung wird in nationalen als auch in globalen Märkten und damit in der Betriebswirtschaftslehre zukünftig einen immer höheren Stellenwert einnehmen. Dieses gilt auch für die Suche nach neuen Produkten und Prozessen. Selbst dort, wo der Konsument mit großer Faszination die Kreativität eines Einzelnen oder einer Gruppe bewundert, stehen die Unternehmensführungen und Marketingverantwortlichen vor der Aufgabe, diese Ideen so umzusetzen, dass die Konsumenten bereit sind, eine monetäre Gegenleistung zu erbringen.

Aus diesem Grunde haben wir uns entschieden, das „Innovationsmarketing“ zum Gegenstand dieser Festschrift zu machen und auf der theoretischen, wie auch auf der praktischen Ebene mit 25 Beiträgen zu thematisieren. Bei den Autoren handelt es sich ebenso um Führungskräfte der Wirtschaft, die eine hohe Affinität zur wissenschaftlichen Erarbeitung offener Fragestellungen besitzen, wie auch um Wissenschaftler und Hochschullehrer, die sich aus ihrer ureigenen Tätigkeit heraus mit der Formulierung und Lösung von praxisrelevanten Fragestellungen befassen. Die Herausgeber bedanken sich bei allen Personen, die an der Erstellung dieser Festschrift mitgewirkt haben, für die ausgesprochen gute Zusammenarbeit. Trotz der hohen individuellen beruflichen Belastung sind die Beiträge rechtzeitig eingegangen, so dass die Festschrift dem Jubilar am Tage des Festkolloquiums überreicht werden kann. Diese Festschrift folgt dabei dem Anspruch, sowohl wissenschaftlich fundiert, als auch praktisch zweckmäßig an die verschiedenen Fragestellungen heranzugehen.

Alle Autoren sind ehemalige oder jetzige Doktoranden von Prof. Dr. Michael P. Zeres, der als Hochschullehrer für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing an der Universität Hamburg die Verbindung zwischen praktischen Fragestellungen und wissenschaftlicher Methodik in den Mittelpunkt seiner Forschungs- und Lehrtätigkeit stellt. Gerade daraus ergibt sich das breite Spektrum von Problemlösungen im Marketing, an dem er durch seine Tätigkeit mitwirkt. Deshalb ist auch der Aufbau dieses Buches einem Bereich gewidmet, welcher derzeit und zukünftig auf diese Disziplin einen großen Einfluss haben wird. Es ergibt sich ein breites Spektrum von Branchenthemen, die von den Autorinnen und Autoren behandelt werden.

Mönchengladbach und Hannover  
im September 2010

Dr. Herbert Loock  
Dr. Hubert Steppeler