

Preis der Deutschen Marktforschung 2008 BVM/VMÖ Nachwuchsforscher Beste Diplomarbeit



Stefan Zant

**Marketing in Low-Prestige-Märkten –
eine theoretische und empirische Annäherung an ein
vernachlässigtes Phänomen**

Eingereicht bei Prof. Dr. Anton Meyer
Ludwig-Maximilians-Universität München

Laudatio

Der Autor definiert „Low-Prestige-Märkte“ als „legale öffentliche Branchen, welche aufgrund von ethisch kontroversen Produkten, Dienstleistungen oder Geschäftspraktiken ein geringes soziales Ansehen haben“. In einer Vorstudie werden als Beispiele die Rüstungs- und Tabakindustrie, aber auch die Erotik-, Glücksspiel oder die Finanzdienstleistungsbranche identifiziert.

Da bestehende Image-Frage-Sets für low-prestige-Branchen nicht geeignet sind, entwickelt der Autor für den deutschen Sprachraum einen „Reputation-Quotient“. Die Item-Batterie umfasst nach Bereinigung 29 Statements. Als Datenbasis wurde eine online-Befragung durchgeführt, die 268 vollständig ausgefüllte Fragebögen ergab.

Die Auswertung wird mittels Pfad-Modelle und konfirmatorischer Faktoranalyse durchgeführt.

Als Ergebnis gibt die Untersuchung Hinweise, an welchen Stellschrauben Unternehmen arbeiten müssen, um das Image ihrer Branche zu verbessern und die Akzeptanz ihrer Produkte und Dienstleistungen zu erhöhen.

Die Arbeit überzeugt durch klare Konzeption und methodisch gute Umsetzung. Das Thema macht auf ein Problem aufmerksam, das innerhalb des Marketings häufig verdrängt wird.

Hamburg, 5. Juni 2008

Dr. Werner Paul

Mitglied der Jury in der Kategorie BVM/VMÖ Nachwuchsforscher des Jahres
Gesamtverantwortung und Koordination