

## Beste Dissertation kommt aus Bayreuth

**Dr. Bastian Popp gewinnt den EHI Wissenschaftspreis 2012 –  
Bayreuther Habilitand konnte sich gegen starke nationale  
Konkurrenz durchsetzen**

3.730 Zeichen  
58 Zeilen  
ca. 60 Anschläge/Zeile  
Abdruck honorarfrei  
Beleg wird erbeten



Im Bild v.l.: Professor Dr. Herbert Woratschek (Universität Bayreuth), Mark Sievers (KPMG), Dr. Bastian Popp (Preisträger), Professor Dr. Utho Creusen (Westfälische Wilhelmsuniversität Münster und Katholische Universität Eichstätt/Ingolstadt)

Dr. Bastian Popp, Habilitand an der Rechts- und Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Universität Bayreuth, wurde für seine Dissertation zum Thema „Markenerfolg durch Brand Communities“ mit dem EHI Wissenschaftspreis 2012 ausgezeichnet. Der Wissenschaftspreis wurde bereits zum fünften Mal in Folge durch das EHI und die GS1 Germany gemeinsam mit Akademischen Partnerschaft ECR Deutschland für herausragende wissenschaftliche Arbeiten mit bedeutender Relevanz für aktuelle und zukünftige Fragestellungen des Handels und der Konsumgüterindustrie vergeben. Der Preis zählt zu den renommiertesten Auszeichnungen für den wissenschaftlichen Nachwuchs im Bereich der Wirtschaftswissenschaften und ist mit insgesamt 40.000 Euro der höchstdotierte Wissenschaftspreis im Handel.

Über 40 Einreichungen konkurrierten in den Kategorien 'Beste Bachelorarbeit', 'Beste Masterarbeit', 'Beste Dissertation' und 'Beste Kooperation'. Die Gewinner wurden durch eine hochkarätig besetzte Jury bestehend aus neun renommierten Expertinnen und Experten aus der Handelsforschung und –praxis unter dem Vorsitz von Professor Dr. Utho Creusen (Honorarprofessor Westfälische Wilhelmsuniversität Münster und



Katholische Universität Eichstätt/Ingolstadt) und Dr. Michael Krings (Managing Director Douglas Einkaufs- und Servicegesellschaft mbH & Co. KG) ermittelt. Die Dissertationsschrift von Dr. Bastian Popp wurde aufgrund der großen Relevanz des Themas für den Handel, der hohen Innovationskraft der Idee, der angewandten wissenschaftlichen Methoden und der Umsetzbarkeit im Handel zum Gewinner der Kategorie Dissertation gekürt. Die Auszeichnung mit dem EHI Wissenschaftspreis, symbolisiert durch eine Möbius-Schleife, erfolgte am 29. Februar 2012 im Rahmen einer Galaveranstaltung, zu der ca. 250 Spitzenkräfte der Handelsbranche nach Düsseldorf kamen.

In seiner Dissertation, betreut durch Professor Dr. Herbert Woratschek (Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement), hat Dr. Popp die Brand Community-Forschung mit traditionellen Ansätzen des Relationship Marketing verbunden und mit neuen Wegen der Kundenbindung und Neukundengewinnung aktuelle Herausforderungen der Marketingforschung aufgegriffen. Mit Hilfe eines Strukturgleichungsmodells zeigte er, dass die Identifikation von Konsumenten mit einer Marke einen stärkeren Einfluss auf den ökonomischen Erfolg hat als die Kundenzufriedenheit, die heute im Mittelpunkt des Handels- und Dienstleistungsmarketings steht. Die Qualitätseigenschaften von Produkten und Services sind also nur teilweise entscheidend für das Handelsgeschäft. Viel wichtiger sind Erlebnisse, die Kunden bei ihren Einkäufen in der Interaktion mit dem Verkaufspersonal haben. Erlebnisse prägen die Identifikation und "überlagern" gelegentliche Unzufriedenheiten mit einzelnen Käufen. Weiterhin zeigt Dr. Popp, dass das Verhalten anderer Konsumenten ebenfalls entscheidend ist, da Brand Communities vor allem über die Weiterempfehlung für die Gewinnung neuer Kunden sorgen. Darüber hinaus sind Kunden besonders wertvoll für Unternehmen, da sie diesen helfen besser zu werden, indem sie beispielsweise anderen Kunden Support leisten oder neue Ideen für das Unternehmen generieren. Konsumenten sollten daher nicht nur als Erlösquelle, sondern als Partner in der unternehmerischen Wertschöpfung gesehen werden.

**Kontakt:**

Universität Bayreuth  
Pressestelle  
Universitätsstraße 30  
95447 Bayreuth

Tel. 0921 / 55-5324  
Fax 0921 / 55-5325  
E-mail: [pressestelle@uni-bayreuth.de](mailto:pressestelle@uni-bayreuth.de)