

Pressemitteilung
8.3.2022

Marketing-Forscher für Beitrag zum psychologischen Wert von Marktführern ausgezeichnet

Mit starken Marken die Kontrolle behalten



MLP-Nachwuchspreisträger Alexander Bleier, Foto: Frankfurt School of Finance & Management

Die persönliche Kontrolle behalten oder zurückgewinnen – können führende Marken („brand leaders“) dabei helfen? Ein US-Deutsches Forscherteam um den Frankfurter Juniorprofessor Alexander Bleier (Frankfurt School of Finance & Management) kommt zum Ergebnis: Menschen wenden sich führenden Marken zu, um von deren starker Wirkmacht etwas abzubekommen – insbesondere dann, wenn sie das Gefühl haben, die Kontrolle über ihr Leben zu verlieren. Der im Jahr 2020 im Journal of Consumer Research veröffentlichte Beitrag „Company Worth Keeping: Personal Control and Preferences for Brand Leaders“ wird am 8. März auf Empfehlung einer dreiköpfigen Jury vom Verband der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft e.V. (VHB) mit dem MLP-Nachwuchspreis ausgezeichnet. Sponsor des mit 1.000 Euro sowie einem Forschungskurzvideo dotierten Preises ist die MLP Finanzberatung SE. Den Rahmen der Verleihung bildet die große Jubiläumstagung zum 100jährigen Bestehen des BWLer-Verbands „BWL. Weiter. Denken.“ vom 8.-11. März 2022, ausgerichtet von der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf.

Agency wird oft mit Handlungsmacht oder Wirkmacht ins Deutsche übersetzt und im Beitrag analog zu „persönlicher Kontrolle“ gehandhabt. Die individuelle Wahrnehmung der persönlichen Kontrolle ist unterschiedlich stark ausgeprägt und kann zum Beispiel dann beeinträchtigt sein, wenn äußere Ereignisse wie eine hohe Kriminalitätsrate für Unsicherheit sorgen. Den Studienergebnissen zufolge tendieren Personen mit einer als



gering wahrgenommenen persönlichen Kontrolle eher zu führenden Marken als Personen, die ihre Agency höher einschätzen.

Aus gesellschaftlicher Sicht verdeutlicht dies unter anderem den erheblichen Einfluss von Marken. Apple beispielsweise setzt nicht nur Branchenstandards, sondern positioniert sich auch als Schützer der Privatsphäre, Verfechter der Rechte von LGBTQIA+ und als Zulieferer-Kontrolleur. Die neuen Untersuchungsergebnisse deuten darauf hin, dass ein solcher Einfluss nicht nur die Aktienkurse der betreffenden Marken steigen lässt, sondern auch einen psychologischen Nutzen für Konsument*innen stiftet.

Der von Alexander Bleier gemeinsam mit Joshua T. Beck (University of Oregon) und Ryan Rahinel (University of Cincinnati) veröffentlichte Beitrag bewegt sich an der Schnittstelle von Psychologie und Marketing. Seine Ergebnisse basieren auf fünf empirischen Einzelstudien, die von Interdisziplinarität und Methodenmix gekennzeichnet sind. Der Aufsatz hob sich in allen der für den Preis zentralen Kriterien, darunter Relevanz und Breite des Themas, Innovationsgrad der Forschungsfragen und Internationalität, von der Konkurrenz ab. Die Veröffentlichung im *Journal of Consumer Research*, einer der weltweit führenden Marketing-Fachzeitschriften, signalisiert in den Augen der Jury die außergewöhnlich hohe Qualität des Aufsatzes.

„Alexander Bleier stellt mit seinem Beitrag eindrucksvoll unter Beweis, dass er auf höchstem wissenschaftlichem Niveau zu forschen versteht und mit seiner exzellenten Forschung bereits in jungen Jahren eine außergewöhnliche internationale Resonanz erzielt,“ befindet das Auswahlgremium, bestehend aus Prof. Dr. Marion Büttgen (Universität Hohenheim), Prof. Dr. Stefan Göbel (Universität Rostock) und Prof. Dr. Thomas S. Spengler (Universität Braunschweig).

Der Preisträger wurde 2014 an der Universität zu Köln promoviert. Anschließend forschte und lehrte er vier Jahre am Boston College. Seit Juli 2018 ist Alexander Bleier Juniorprofessor für Marketing an der Frankfurt School of Finance & Management. Sein Forschungsinteresse gilt der Schnittstelle von digitalem Marketing, Kundenmanagement und Konsumentenentscheidungsverhalten. Seine Forschungsergebnisse wurden in führenden wissenschafts- und praxisorientierten Zeitschriften veröffentlicht.

Auf der Jubiläumstagung des VHB werden außerdem die folgenden Verbandspreise verliehen: Der VHB-Lehrbuchpreis geht an Matthias Brauer (Universität Mannheim) und Günter Müller-Stewens (Universität St. Gallen) für die Publikation „Corporate Strategy. Nachhaltige Wertsteigerung in diversifizierten Unternehmen“. Den Best Paper Award erhält Georg Wernicke (HEC Paris) für den gemeinsam mit Ivana Naumovska (INSEAD Singapur) und Edward J. Zajac (Kellogg School of Management, Evanston) veröffentlichten Beitrag „Last to Come and Last to Go? The Complex Role of Gender and Ethnicity in the Reputational Penalties for Directors Linked to Corporate Fraud“. Der VHB gratuliert seinen Preisträgern zu ihren verdienten Auszeichnungen.

4.757 Zeichen inkl. Leerzeichen, zur Veröffentlichung, honorarfrei.

Über den Preis

Der MLP-Nachwuchspreis wird einmal im Jahr vom Verband der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft e.V. (VHB) verliehen. Ein zentrales Kriterium für die Nominierung ist die Publikation der eigenen Forschungsergebnisse an renommierter Stelle und über den deutschsprachigen Bereich hinaus. Auf diese Weise würdigt der Verband, dass junge Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler sich erfolgreich der Diskussion in den internationalen Fach-Communities stellen.



Über den VHB

Der Verband der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft e.V. (VHB) setzt sich aus über 2.800 Mitgliedern zusammen, die auf dem Gebiet der Betriebswirtschaftslehre forschen und lehren. Ziel des VHB ist die Förderung und Weiterentwicklung der BWL als gesellschaftlich relevante, international anschlussfähige und zukunftsweisende Wissenschaftsdisziplin. Der Verband ist eine wachsende, lebendige Plattform für wissenschaftlichen Austausch, Vernetzung und Nachwuchsförderung in allen Bereichen der BWL und darüber hinaus. 1921 gegründet ist der VHB heute die führende wissenschaftliche Verbandsinstitution der BWL im deutschsprachigen Raum (<http://vhbonline.org/>).

Über MLP

Die MLP Gruppe ist der Partner in allen Finanzfragen – für Privatkunden ebenso wie für Firmen und institutionelle Investoren. Ausgangspunkt in allen Bereichen sind die Vorstellungen und Bedürfnisse unserer Kunden. Darauf aufbauend stellen wir ihnen ihre Optionen nachvollziehbar dar, so dass sie selbst die passenden Finanzentscheidungen treffen können. Bei der Umsetzung greifen wir auf die Angebote aller relevanten Anbieter auf dem Markt zurück. Die MLP Finanzberatung SE ist Mitglied im Board of Friends des VHB und unterstützt mit dem Nachwuchspreis gezielt junge Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler des Verbandes.

Für weitere Auskünfte:

Verband der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft e.V.
Dr. Bianca Volk, Pressesprecherin
Geschäftsstelle: Reitstallstr. 7 – 37073 Göttingen – Deutschland
Tel.: +49 (0)551 - 797 78 566, Fax: +49 (0)551 - 797 78 567
E-Mail: bianca.volk@vhbonline.org - URL: <http://vhbonline.org>