PREFACE

Preface

Alexander Zauner

Online veröffentlicht: 26. März 2009
© Springer-Verlag 2009

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

für die Qualität und den Erfolg der Zeitschrift **der markt** haben in den vergangenen 10 Jahren vor allem PD Dr. Thomas Salzberger und Dr. Arne Floh gebürgt. Meilensteine wie die Einführung eines double-blind Review Prozesses, die Entwicklung eines kundenfreundlichen Webauftritts, und nun die Kooperation mit dem Springer Verlag sind untrennbar mit Ihrem Namen verbunden. Es gelang Ihnen trotz wachsender Anforderungen **den markt** als qualitative und innovative Zeitschrift von internationalem Standard zu positionieren. Für Ihr Engagement und uneigennützig Unterstützung gilt Ihnen daher besonderer Dank.

Die von langer Hand geplante strategische Partnerschaft zwischen der Österreichischen Gesellschaft für Absatzwirtschaft als Herausgeberin von **der markt** und dem Springer Verlag ist mit 1.1.2009 Realität geworden. Wie Sie nicht nur an dem neuen Titel: **der markt – Journal für Marketing**, sondern auch am überarbeiteten Cover und Layout erkennen können, beginnt damit für die Zeitschrift eine neue Ära. Die Kooperation mit dem international agierenden Springer Verlag bringt Ihnen, werte Leserin und werter Leser, eine Vielzahl von Vorteilen:

- eine Erweiterung des Editorial Board durch anerkannte Wissenschaftler;
- zusätzliche Schwerpunktausgaben zu aktuellen Themen;
- eine Stärkung des Mittel-Ost-Europa-Bezuges;

- die neuesten Beiträge vor Erscheinen des Heftes online, sowie
- umfassende Recherchemöglichkeiten in SpringerLink (<http://www.springerlink.com>).

der markt wird weiterhin wissenschaftliches Medium für die Marketingforschung im deutschsprachigen Raum mit internationaler und insbesondere europäischer Perspektive bleiben. Beiträge, die sich mit Besonderheiten des Marketing im neuen Europa befassen, werden ebenso wie Beiträge aus den Ländern Mittel-Ost-Europas forciert. Wie auch schon in der Vergangenheit, sind Manuskripte sowohl in deutscher als auch in englischer Sprache willkommen.

Ein besonderes Anliegen bleibt die Offenheit für die Vielfalt wissenschaftlicher Blickwinkel und methodischer Zugänge. **der markt** möchte innovativen und alternativen Denkansätzen, die den Mainstream der Forschung verlassen, zum Durchbruch verhelfen. Obwohl die zunehmende Fokussierung auf spezielle Problemstellungen in der Marketingwissenschaft sowie die steigende methodische Komplexität die Transferleistung vor eine immer größere Herausforderung stellen, soll die Überbrückung wissenschaftlicher Forschung und praktischer Anwendung Kernaufgabe der Zeitschrift bleiben.

Bereits in der vorliegenden Ausgabe von **der markt** werden „Qualitative Forschungsmethoden“ als Schwerpunkt thematisiert. Besonderer Dank gebührt an dieser Stelle Dr. Rudolf R. Sinkovics, der Ihnen die Inhalte dieser Schwerpunktausgabe im folgenden Editorial näher bringen wird.

Abschließend darf nicht unerwähnt bleiben, dass die Österreichische Gesellschaft für Absatzwirtschaft von namhaften Unternehmen und Organisationen aus der Wirtschaft unterstützt wird. Ohne deren Förderung könnten die ambitionierten Ziele nicht verfolgt werden. Wir bedanken

A. Zauner (✉)
Wirtschaftsuniversität Wien,
Department für Marketing,
Institut für Marketing-Management,
Augasse 2–6, 1090 Wien, Österreich
E-Mail: Alexander.zauner@wu-wien.ac.at

uns insbesondere bei folgenden Unternehmen und Organisationen:

Baumax AG, BAWAG-PSK, Casinos Austria AG, Feibra Werbung Gesellschaft m.b.H., Henkel Austria Gesellschaft m.b.H., Kelly Gesellschaft m.b.H., Österreichische Unilever Austria GmbH, mobilkom austria AG, Finanzmarketing-Verband Österreich, Wiener Städtische Versicherung, SPAR Österreich Warenhandels AG, Vöslauer Minerlwasser AG,

ZEV Markant Zentrale Einkaufs- und Vertriebsgesellschaft m.b.H. und Mittelstandskreis Handels-GmbH.

Herzliche Grüße

Alexander Zauner
Editor-in-Chief