derkultur, kindlicher Medienumgang, Jugend und Computer, Gewalt im Film, Medienpsychologie und Medienpädagogik oder Gesundheitskommunikation.

HEINZ BONFADELLI

Jörg Tropp

Am 4. Februar 2004 wurde Dr. phil. Jörg Tropp vom Fachbereich Sprach- und Literaturwissenschaften an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg habilitiert. Er erhielt die Venia legendi für Medien- und Kommunikationswissenschaft. Die einstimmige Entscheidung des Fachbereichsrates bezog sich auf seine Habilitationsschrift »Der Brand Management Navigator – Konzeption und Leitfaden des systemischen Markenmanagements« sowie auf die öffentliche Verteidigung der Schrift und einen Vortrag mit anschließendem Kolloquium zum Thema »Wirkungen der Kommunikation aus konstruktivistischer Perspektive: Chancen und Risiken für die Forschung am Beispiel des Konzeptes des ‚aktiven Rezipienten‘«.

Die Habilitationsschrift wurde von Günter Bentele (Leipzig), Andreas Herrmann (St. Gallen), Knut Hickethier (Hamburg) und Reinhold Viehoff (Halle) begutachtet. Darin setzt sich Jörg Tropp mit der Frage auseinander, wie eine zeitgemäße kommunikationswissenschaftliche Konzeption der Marke und ihres Managements aussehen kann. Die Markenkonzeption entwickelt er mit Hilfe einer konstruktivistischen Erkenntnistheorie und dem Instrumentarium einer handlungstheoretisch orientierten Systemtheorie. Das im zweiten Teil seiner Arbeit konzipierte Markenmanagementmodell (»Brand Management Navigator«) beruht auf den vier Managementdimensionen der Selbstregulung, des Lernens, der Intervention und der Markenbindung. Damit plädiert Jörg Tropp für ein integratives Management der Marke, das die Operationen und die Funktionsweise des Sozialsystems Unternehmung ebenso berücksichtigt wie die Charakteristika der Markenkommunikationsprozesse. Die Habilitationsschrift ist in leicht geänderter Fassung unter dem Titel »Markenmanagement. Der Brand Management Navigator – Markenführung im Kommunikationszeitalter« im VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, publiziert worden.

Jörg Tropp wurde 1961 geboren und studierte an der Universität Bonn Kommunikationsforschung und Phonetik, Soziologie und Wirtschaftsgeographie. Nach dem Abschluss seines Studiums begann er 1989 seine berufliche Laufbahn bei der Werbeagentur Heye & Partner in Unterhaching. 1992 wechselte er zur Agentur Michael Conrad & Leo Burnett (MC&LB) nach Frankfurt. Parallel zu seinen beruflichen Aufgaben promovierte er 1996 mit der Note »magna cum laude« an der Universität Siegen. Die Dissertationsschrift trug den Titel »Die Verfremdung der Werbung. Eine Analyse zum Zustand des Werbewirtschaftssystems«. Im selben Jahr wurde er in die Geschäftsleitung von MC&LB berufen. 1997 folgte die Ernennung zum Leiter des European Center of Competence »New Media« der Leo Burnett-Agenturen in Europa. 1999 wechselte er als Geschäftsführer zur Agentur Wunderman in Frankfurt.

Neben seiner beruflichen Laufbahn war Jörg Tropp kontinuierlich in kommunikationswissenschaftlicher Lehre und Forschung tätig. Er übte Lehraufträge an den Universitäten Siegen und Münster aus, veröffentlichte zahlreiche Aufsätze und hielt diverse Vorträge zu den Themen Werbung und Integrierte Kommunikation. Im Sommersemester 2004 lehrte und forschte Tropp als Privatdozent am Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaften der Universität Halle (Saale) mit den Schwerpunkten Markenkommunikation, Werbung, Kommunikationstheorie und Medienwirkungsforschung. Seit dem 1. Oktober hat der freie Unternehmensberater an der Hochschule Pforzheim eine Professur für Marketing und Marketing-Kommunikation inne.

REINHOLD VIEHOFF