

## **Inhaltsverzeichnis**

Abkürzungsverzeichnis	XVII
Abbildungsverzeichnis	XIX
Tabellenverzeichnis	XXI
<b>Kapitel I:        Untersuchungsbedarf</b>	<b>1</b>
1    Untersuchungsobjekt	1
2    Untersuchungsstand	5
3    Untersuchungsziele	8
4    Untersuchungsmethodik	9
5    Untersuchungsgang	11
<b>Kapitel II:        Theoretisch-konzeptionelle Grundlagen</b>	<b>13</b>
1    Vorüberlegungen	13
2    Persönlicher Verkauf	15
2.1    Begriffsabgrenzung	16
2.1.1    Persönlicher Verkauf im engeren Sinn	17
2.1.2    Direktvertrieb	18
2.1.3    Network Marketing	20
2.2    Aufgaben	21
2.3    Image	23
2.4    Zwischenfazit	26
3    Konsumentenverhalten	28
3.1    Leitbilder menschlichen Handelns	29
3.1.1    Rationalprinzip	31
3.1.2    Nutzenmaximierungsprinzip	32

---

3.2	Bildung einer Handlungsintention	34
3.2.1	Darstellung der Theory of Reasoned Action	35
3.2.1.1	Determinanten der Verhaltensintention	36
3.2.1.2	Determinanten der Einstellungs- und der Normkomponente	38
3.2.2	Kritik an der Theory of Reasoned Action	39
3.2.3	Weiterentwicklung zur Theory of Planned Behavior	42
3.3	Realisierung einer Handlungsintention	44
3.3.1	Darstellung des Rubikon-Modells	44
3.3.1.1	Handlungsphasen	45
3.3.1.2	Bewusstseinslagen	48
3.3.2	Kritik am Rubikon-Modell	50
3.4	Zwischenfazit	51
4	Persuasion	54
4.1	Ursachen veränderten Verhaltens	57
4.1.1	Überzeugung	58
4.1.1.1	Dual-Process-Modelle	59
4.1.1.2	Uni-Modell	62
4.1.1.3	Kritische Würdigung	64
4.1.2	Überredung	66
4.1.2.1	Sozialer Einfluss	67
4.1.2.2	Kognitive Dissonanz	71
4.1.2.3	Kritische Würdigung	74
4.2	Folgen veränderten Verhaltens	75
4.2.1	Entscheidungszufriedenheit	77
4.2.2	Folgeverhalten	80

---

4.3	Zwischenfazit	82
5	Untersuchungsergebnisse	84
	<b>Kapitel III: Forschungsvorgehen</b>	<b>89</b>
1	Vorüberlegungen	89
2	Wissenschaftsphilosophische Fundierung	90
2.1	Wissenschaftstheoretische Annahmen	90
2.1.1	Gegenüberstellung konkurrierender Paradigmen	91
2.1.2	Notwendigkeit des integrativen Pragmatismus	92
2.2	Erkenntnistheoretische Annahmen	95
2.2.1	Gegenüberstellung induktiver und deduktiver Erkenntnislogik	96
2.2.2	Notwendigkeit abduktiver Erkenntnislogik	98
2.3	Zwischenfazit	101
3	Methodologische Fundierung	102
3.1	Pragmatisch-interaktionistische Methodologie	103
3.2	Grounded-Theory-Methodologie	105
3.3	Zwischenfazit	110
4	Methodische Fundierung	111
4.1	Erhebung der Daten	112
4.1.1	Vorgehensweise des theoretischen Sampling	114
4.1.2	Methode des permanenten Vergleichs	116
4.2	Auswertung der Daten	119
4.2.1	Entwicklung des Kodierparadigmas	119
4.2.1.1	Offenes Kodieren	120
4.2.1.2	Axiales Kodieren	123
4.2.1.3	Selektives Kodieren	126

---

4.2.2	Computergestützte Umsetzung	127
4.3	Gütekriterien der Grounded Theory	129
4.4	Zwischenfazit	134
5	Untersuchungsergebnisse	135
<b>Kapitel IV: Theoriebildung</b>		<b>139</b>
1	Vorüberlegungen	139
2	Empirisches Fundament	140
2.1	Erhebungslogik	140
2.2	Datenbasis	142
2.3	Zwischenfazit	147
3	Phasenmodell des Tür-zu-Tür-Verkaufs	148
3.1	Phase 1 – Konsensschaffung	152
3.1.1	Vorstellung	153
3.1.2	Ausstieg-Planen	154
3.1.3	Ausstieg-Verhindern	158
3.2	Phase 2 – Präparation	161
3.2.1	Ist-Analyse	163
3.2.2	Reflektierendes Evaluieren	164
3.2.3	Bedarf-Erzeugen	166
3.3	Phase 3 – Intentionsbildung	168
3.3.1	Präsentation	170
3.3.2	Vergleichendes Evaluieren	171
3.3.3	Produkt-Promoten	174
3.4	Phase 4 – Handlungsrealisierung	177
3.4.1	Abschluss	178

---

3.4.2	Handeln	179
3.4.3	Weg-Weisen	181
3.5	Phase 5 – Konfliktlösung	185
3.5.1	Verabschiedung	186
3.5.2	Unsicherheit-Mindern	187
3.5.3	Nachsorgen	189
3.6	Zwischenfazit	191
4	Verhaltensmodell des Tür-zu-Tür-Verkaufs	193
4.1	Intentionsbildung	195
4.1.1	Antizipiertes Bedauern	197
4.1.2	Produkteinstellungspräferenz	198
4.1.3	Konformitätsdruck	201
4.1.4	Einstellung zum Verkäufer	203
4.1.5	Wahrgenommene Verhaltenskontrolle	204
4.2	Handlungsrealisierung	206
4.2.1	Rechtfertigungsdruck	208
4.2.2	Moralischer Druck	210
4.3	Entscheidungszufriedenheit	213
4.4	Zwischenfazit	215
5	Untersuchungsergebnisse	217
<b>Kapitel V: Theorievalidierung</b>		<b>221</b>
1	Vorüberlegungen	221
2	Empirisches Fundament	222
2.1	Erhebungslogik	223
2.2	Datenbasis	226

---

2.3	Zwischenfazit	227
3	Kommunikative Validierung	228
4	Explanative Validierung	235
5	Untersuchungsergebnisse	240
<b>Kapitel VI:</b>	<b>Konklusion</b>	<b>243</b>
1	Vorüberlegungen	243
2	Kritische Reflexionen	244
2.1	Reflexion des Untersuchungsvorgehens	244
2.1.1	Zusammenfassung	244
2.1.2	Würdigung und Implikationen	249
2.2	Reflexion der Untersuchungsergebnisse	252
2.2.1	Zusammenfassung	253
2.2.2	Würdigung und Implikationen	256
	<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>265</b>