

INHALTSÜBERSICHT

1. Einleitung, Zielsetzung und Vorgehen	1
1.1. Fragestellung und Relevanz des Themas	1
1.2. Eingrenzung und Ziele der Arbeit	5
1.3. Wissenschaftstheoretische und methodische Grundlagen	12
1.4. Forschungsdesign und Untersuchungsobjekte	17
1.5. Aufbau der Arbeit	18
2. Konzeptionelle Grundlagen	21
2.1. Theoretische Basis: Kontingenz- und Konfigurationsansatz	21
2.2. Untersuchtes Phänomen: Aussendienst im Mehrkanalsystem	28
2.3. Zusammenfassung: Erkenntnisbeitrag für die weitere Arbeit	35
3. Konzeptionelle Zwischenergebnisse	37
3.1. Grundlegende Aspekte der Konzeption	37
3.2. Konzeptualisierung und Operationalisierung	41
3.3. Hypothesenformulierung	70
3.4. Zusammenfassung: Konzeption im Überblick	73
4. Grundlagen der empirischen Untersuchung	77
4.1. Methodische Grundlagen	77
4.2. Vorbereitung der Auswertungen	81
4.3. Konfirmatorische Auswertung: Strukturgleichungsmodell	94
4.4. Explorative Auswertung: Clusteranalyse	103
4.5. Zusammenfassung: Durchführung der Untersuchung	110
5. Ergebnisse der empirischen Untersuchung	115
5.1. Charakterisierung der Stichprobe und Datengrundlagen	115
5.2. Beurteilung der Messinstrumente	127
5.3. Allgemeines Modell der Rolle des Aussendienstes	139
5.4. Situative Relativierung des allgemeinen Modells	145
5.5. Zusammenfassung: Interpretation der Ergebnisse	159
6. Implikationen für die Rolle des Aussendienstes in der Praxis	163
6.1. Framework zum Design der Aussendienstorganisation	163
6.2. Fragen zur Ermittlung des Typs von Mehrkanalsystem	165

6.3. Gestaltungsempfehlungen je nach Mehrkanalsystem	166
6.4. Empfohlene Zielsetzungen je nach Mehrkanalsystem	170
6.5. Zusammenfassung: Mögliche Nutzung der Ergebnisse in der Praxis	173
7. Schlussbetrachtung	175
7.1. Zusammenfassung der Ergebnisse	175
7.2. Limitationen der Arbeit und weiterer Forschungsbedarf	177
8. Anhang	179
8.1. Fragebogen	179
8.2. Auswertungen	192
8.3. Expertengespräche	208
Literaturverzeichnis	210

INHALTSVERZEICHNIS

1. Einleitung, Zielsetzung und Vorgehen	1
1.1. Fragestellung und Relevanz des Themas	1
1.2. Eingrenzung und Ziele der Arbeit	5
1.3. Wissenschaftstheoretische und methodische Grundlagen	12
1.4. Forschungsdesign und Untersuchungsobjekte	17
1.5. Aufbau der Arbeit	18
2. Konzeptionelle Grundlagen	21
2.1. Theoretische Basis: Kontingenz- und Konfigurationsansatz	21
2.1.1. Entwicklungsphasen der Managementtheorie	22
2.1.2. Kernelemente des Kontingenz- und Konfigurationsansatzes	24
2.1.3. Zusammenfassung: Beitrag der theoretischen Ansätze	27
2.2. Untersuchtes Phänomen: Aussendienst im Mehrkanalsystem	28
2.2.1. Der Aussendienstmitarbeiter als Forschungsobjekt	29
2.2.2. Die Organisationseinheit Aussendienst als Forschungsobjekt	30
2.2.3. Das Mehrkanalsystem als Forschungsobjekt	31
2.2.4. Das Verhältnis von Marketing und Vertrieb als Forschungsobjekt	32
2.2.5. Zentrale Anknüpfungspunkte der vorliegenden Arbeit	33
2.3. Zusammenfassung: Erkenntnisbeitrag für die weitere Arbeit	35
3. Konzeptionelle Zwischenergebnisse	37
3.1. Grundlegende Aspekte der Konzeption	37
3.1.1. Theoretische Bezüge und methodischer Ansatz	37
3.1.2. Modellierungsansatz und Wahl der Variablen	38
3.1.3. Wirkmodell	39
3.2. Konzeptualisierung und Operationalisierung	41
3.2.1. Grundlagen zur Konzeptualisierung und Operationalisierung	41
3.2.2. Operationalisierung der Umfeldvariablen	48
3.2.3. Konzeptualisierung der Rolle des Aussendienstes	51
3.2.4. Operationalisierung der Rolle des Aussendienstes	61
3.2.5. Konzeptualisierung der Erfolgsauswirkungen	64
3.2.6. Operationalisierung der Erfolgsauswirkungen	67
3.3. Hypothesenformulierung	70
3.4. Zusammenfassung: Konzeption im Überblick	73

4. Grundlagen der empirischen Untersuchung	77
4.1. Methodische Grundlagen	77
4.2. Vorbereitung der Auswertungen	81
4.2.1. Analyse des Datensatzes	81
4.2.2. Charakterisierung der Stichprobe	83
4.2.3. Prüfung auf Bias	83
4.2.4. Analyse der Güte der verwendeten Masse	86
4.3. Konfirmatorische Auswertung: Strukturgleichungsmodell	94
4.3.1. Ziele und Voraussetzungen von Strukturgleichungsmodellen	94
4.3.2. Methodenvergleich und Methodenwahl	97
4.3.3. Gütebeurteilung von Partial-Least-Squares-Modellen	101
4.4. Explorative Auswertung: Clusteranalyse	103
4.4.1. Ziele und Voraussetzungen der Clusteranalyse	103
4.4.2. Grundidee und Ablauf von Clusteranalysen	105
4.4.3. Gütebeurteilung von Clusteranalysen	108
4.5. Zusammenfassung: Durchführung der Untersuchung	110
4.5.1. Fragebogendesign und Pre-Tests	110
4.5.2. Stichprobe	110
4.5.3. Datenerhebung	112
5. Ergebnisse der empirischen Untersuchung	115
5.1. Charakterisierung der Stichprobe und Datengrundlagen	115
5.1.1. Rücklauf und Fallzahl	115
5.1.2. Struktur der Stichprobe	116
5.1.3. Überprüfung der Analysevoraussetzungen	122
5.2. Beurteilung der Messinstrumente	127
5.2.1. Güte der formativen Messmodelle	127
5.2.2. Güte der reflektiven Messmodelle	130
5.2.3. Endgültiges Gesamtmessmodell	138
5.3. Allgemeines Modell der Rolle des Aussendienstes	139
5.3.1. Darstellung und Beurteilung des Wirkmodells	139
5.3.2. Hypothesenprüfung und Interpretation	142
5.4. Situative Relativierung des allgemeinen Modells	145
5.4.1. Charakterisierung der Typen von Umfeldern	145
5.4.2. Umfeldspezifische Wirkmodelle	150
5.4.3. Segmentspezifische Gestaltungsempfehlungen	155
5.4.4. Ergebnisvergleich der verschiedenen Methoden	158

5.5. Zusammenfassung: Interpretation der Ergebnisse	159
6. Implikationen für die Rolle des Aussendienstes in der Praxis	163
6.1. Framework zum Design der Aussendienstorganisation	163
6.2. Fragen zur Ermittlung des Typs von Mehrkanalsystem	165
6.3. Gestaltungsempfehlungen je nach Mehrkanalsystem	166
6.4. Empfohlene Zielsetzungen je nach Mehrkanalsystem	170
6.5. Zusammenfassung: Mögliche Nutzung der Ergebnisse in der Praxis	173
7. Schlussbetrachtung	175
7.1. Zusammenfassung der Ergebnisse	175
7.2. Limitationen der Arbeit und weiterer Forschungsbedarf	177
8. Anhang	179
8.1. Fragebogen	179
8.1.1. Papier-Fragebogen	179
8.1.2. Fragebogen im Internet	188
8.1.3. Korrespondenz mit den Teilnehmern der Umfrage	189
8.1.4. Stichproben und Antwortquoten	191
8.2. Auswertungen	192
8.2.1. Prüfung auf Measurement Invariance	192
8.2.2. Faktortableaus der einzelnen Messmodelle	193
8.2.3. Korrelation der Erfolgsmasse	198
8.2.4. Endgültiges Messmodell im Überblick	199
8.2.5. Single-Linkage-Dendrogramm zur Elimination von Ausreißern	202
8.2.6. Post-Hoc-ANOVA der Differenzen der Clustermittelwerte	203
8.2.7. Unterschiede zur Organisation der Top-Performer pro Cluster	205
8.2.8. Unterschiede zu Zielen und Zielerreichung der Top-Performer	206
8.3. Expertengespräche	208
8.3.1. Verzeichnis der Experten	208
8.3.2. Interviewleitfaden	209
Literaturverzeichnis	210