

Vorwort

Die vorliegende Dissertationsschrift ist während meiner Zeit als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Marketing der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster entstanden und wurde im Sommer 2015 von der wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät angenommen. Zum Gelingen dieser Arbeit hat eine Reihe an Personen beigetragen, bei denen ich mich an dieser Stelle herzlich bedanken möchte.

Zunächst gilt mein Dank meinem Doktorvater Prof. Dr. Manfred Krafft, der mich während meines Promotionsvorhabens durchweg unterstützt und mit konstruktiven Hinweisen und Anmerkungen zum positiven Abschluss beigetragen hat. Insbesondere die gewährte Freiheit bei Themenfindung und -bearbeitung sowie die positive Arbeitsatmosphäre sind so einmalig in der deutschen Hochschullandschaft. Darüber hinaus bedanke ich mich bei Prof. Dr. Dr. h.c. Klaus Backhaus für das wohlwollende Begleiten meiner Dissertation und die Übernahme des Zweitgutachtens.

Meinen aktuellen und ehemaligen Kollegen am Marketing Center Münster und insbesondere denen des Instituts für Marketing danke ich für die einfache Integration am Anfang meiner Zeit und die fachlichen Diskussionen im Verlaufe der Promotion. Mein spezieller Dank gilt dabei Kirsten Blacha und Manuel Stegemann. Daneben ist vor allem auch die fachliche Diskussion im dritten Stock mit Philipp Noormann und Marcel Stafflage zu nennen, die somit beide maßgeblich zum positiven Abschluss des Promotionsverfahrens beigetragen haben. Daneben möchte ich hier auch allen studentischen Hilfskräften danken, die an der einen oder anderen Stelle unterstützend tätig waren.

Neben dem fachlichen Austausch stand auch immer der persönliche Austausch mit Kollegen im Vordergrund. Hier möchte ich Manuel, Marcel und Philipp danken. Wir waren ein unfassbar starkes Team, das sich ideal ergänzt hat und gemeinsam an einem Strang gezogen hat! In diesem Kontext müssen auch Simon Monske und Michael Zylla genannt werden, die einen wichtigen Anteil daran haben, dass ich mich in Münster in den letzten Jahren so wohl wohlfühlt habe! Danke, dass ihr alle zu echten Freunden geworden seid!

Ein weiterer Dank gilt allen meinen Freunden, die vor allem im letzten Jahr viel Verständnis für meine Fokussierung auf die Doktorarbeit zeigten und bei dem einen

oder anderen Event auf mich verzichten mussten. Zu nennen sind hier insbesondere Patrick, Regina, Patrick, Karl, Karen, Andreas, Luise, Lisa, Oliver, Richard und meine Teamkollegen vom TSC Münster-Gievenbeck.

Der größte Dank gilt jedoch meiner Familie. Hier möchte ich mich bei meine Eltern, Gisela und Hans-Winand, bedanken, ohne die eine Promotion in dieser Art und Weise nicht möglich gewesen wäre. Danke, dass ihr mich jederzeit unterstützt habt, mir wenn nötig Mut zugesprochen habt, mir in den stressigen Zeiten den Rücken freigehalten habt und mir einen Rückzugsort geboten habt, an dem ich mich geborgen fühle. Weiterhin möchte ich euch für die Korrekturarbeiten am Manuskript danken, die sicherlich den einen oder anderen Abend verschlungen haben. Daneben möchte ich mich bei meinem Bruder Martin bedanken, der immer wieder für Ablenkung gesorgt hat. Auch möchte ich mich bei Beate und Dietrich bedanken, die mich immer mit ihrer positiven Art unterstützt haben. Als besonders wichtige Person möchte ich dir, liebe Eva, danken. Du hast mir dein offenes Ohr geliehen, wenn gerade einmal die Auswertung nicht so klappen wollte, wie man sich das vorstellt. Noch viel mehr danke ich dir für Korrekturarbeiten, Aufmunterung, Ablenkung, Motivation, Verpflegung, Entspannung, Verständnis und Geborgenheit, die du mir in den letzten Jahren geben hast. Eva, ich liebe dich!

Christian Bosch

Multi-Level-Marketing

Empirische Studien zu Konsumentenverhalten und

Abwanderung von Vertriebspartnern

Bosch, C.

2016, XXII, 316 S. 28 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-11915-7