

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	xiii
Tabellenverzeichnis	xv
Abkürzungs- und Variablenverzeichnis	xvii
1 Der Gegenstand und der Gang der Untersuchung	1
1.1 Die Problemstellung	1
1.2 Die Vorgehensweise	4
1.3 Die Annahmen	4
2 Vorliegende Modelle zur Erklärung des Preissuchverhaltens der Konsumenten	7
2.1 Mikroökonomische Nutzenmaximierungsmodelle	8
2.1.1 Fixed-Sample-Size-Modelle (Modelle der ersten Generation) . . .	12
2.1.1.1 Die Grundstruktur	13
2.1.1.2 Komparativ-statische Analysen und Hypothesen	16
2.1.1.3 Empirische Überprüfungen	20
2.1.1.4 Kritik	20
2.1.2 Modelle mit einem sequenziellen Suchverfahren und einer bekannten Preisverteilung (Modelle der zweiten Generation)	24
2.1.2.1 Die Grundstruktur	26
2.1.2.2 Komparativ-statische Analysen und Hypothesen	29
2.1.2.3 Empirische Überprüfungen	35
2.1.2.4 Kritik	43
2.1.3 Modelle mit einem sequenziellen Suchverfahren und einer unbekanntem Preisverteilung (Modelle der dritten Generation)	44
2.1.3.1 Die Grundstruktur (unter besonderer Berücksichtigung der Modelle von Axell und Rothschild)	45
2.1.3.2 Komparativ-statische Analysen und Hypothesen	51
2.1.3.3 Empirische Überprüfungen	54
2.1.3.4 Kritik	54
2.2 Marketingwissenschaftliche Modelle	59
2.2.1 Grundlegende Ansätze (unter besonderer Berücksichtigung der Theorie des wahrgenommenen Risikos)	60
2.2.2 Das Modell von Punj und Staelin	67
2.2.3 Das Modell von Beatty und Smith	68
2.2.4 Das Modell von Srinivasan und Ratchford	69
2.2.5 Das heuristisch-systematische Modell von Darke, Freedman und Chaiken	70
2.2.6 Das Modell von Schmidt und Spreng	70
2.2.7 Das Modell von Urbany, Dickson und Kalapurakal	71
2.3 Weitere Modelle (unter besonderer Berücksichtigung mikroökonomischer Nichtnutzenmaximierungsmodelle)	73
2.3.1 Die Bounce-Regeln von Hey	74

2.3.2	Das Aspiration-Satisficing-Modell von Butler und Loomes	75
2.4	Zwischenfazit: Identifikation einer Forschungslücke und zusammenfassende Kritik der vorliegenden Modelle	76
3	Die Theorie des Anspruchsniveaus	87
3.1	Die psychologischen Grundlagen der Theorie (dargestellt anhand der Untersuchung von Hoppe)	88
3.1.1	Das Anspruchsniveau als Einflussfaktor der Beurteilung einer Leistung	89
3.1.2	Das Anspruchsniveau zu Beginn einer Handlung	90
3.1.3	Die Veränderung des Anspruchsniveaus während einer Handlung	91
3.1.4	Das Anspruchsniveau als Einflussfaktor der Fortführung oder des Abbruchs einer Handlung	92
3.1.5	Die Hypothesen im Überblick	92
3.2	Das Attainment-Discrepancy-Modell von Lewin et al. zur Erklärung der Veränderung des Anspruchsniveaus während einer Handlung	93
3.3	Das Satisficing-Modell von Simon und die Übertragung der Theorie des Anspruchsniveaus auf das Suchverhalten	95
3.4	Zur Beziehung zwischen der Theorie des Anspruchsniveaus und anderen Theorien	100
3.5	Zwischenfazit: Die zentralen Elemente der Theorie des Anspruchsniveaus und ihre grundsätzliche Eignung zur Erklärung des Preissuchverhaltens	106
4	Ein anspruchsniveautheoretisches Modell zur Erklärung des Preissuchverhaltens der Konsumenten	111
4.1	Die Preisbereitschaft und das Anspruchsniveau an den Umfang der Preiskenntnisse als Einflussfaktoren der Intensität der Preissuche	111
4.1.1	Die Preisbeurteilung als Ausgangspunkt der Herleitung der Modellkonstrukte	111
4.1.2	Die Preisbereitschaft als Einflussfaktor der Intensität der Preissuche	113
4.1.3	Das Anspruchsniveau an den Umfang der Preiskenntnisse als Einflussfaktor der Intensität der Preissuche	115
4.1.4	Die Kombination aus Preisbereitschaft und Anspruchsniveau an den Umfang der Preiskenntnisse als Einflussfaktor der Intensität der Preissuche	118
4.2	Die Preisbereitschaft als abhängige Größe	120
4.2.1	Die Preisbereitschaft zu Beginn der Preissuche	120
4.2.2	Die Veränderung der Preisbereitschaft während der Preissuche .	124
4.2.3	Die Hypothesen zum Zustandekommen der Preisbereitschaft im Überblick	129
4.3	Das Anspruchsniveau an den Umfang der Preiskenntnisse als abhängige Größe	129
4.3.1	Das Anspruchsniveau an den Umfang der Preiskenntnisse zu Beginn der Preissuche	130
4.3.2	Die Veränderung des Anspruchsniveaus an den Umfang der Preiskenntnisse während der Preissuche	132
4.3.3	Die Hypothesen zum Zustandekommen des Anspruchsniveaus an den Umfang der Preiskenntnisse im Überblick	137
4.4	Zwischenfazit: Das Modell im Überblick	137

5	Der Aufbau des Experiments	139
5.1	Zur Wahl der Untersuchungsmethode	139
5.1.1	Schwächen einer Überprüfung des Modells anhand von Sekundärdaten	139
5.1.2	Möglichkeiten zur Erhebung von Primärdaten	141
5.2	Der Ablauf des Experiments	143
5.2.1	Die Einladung und Instruktion der Probanden	143
5.2.2	Die Zielfunktion und Entlohnung der Probanden	147
5.2.3	Die Gestaltung der simulierten Kaufsituationen	150
5.2.4	Probeläufe zur Reduktion von Unklarheiten	152
5.3	Die Operationalisierung der im Modell enthaltenen Größen	153
5.3.1	Die Operationalisierung der Intensität der Preissuche	154
5.3.2	Die Operationalisierung der intervenierenden Größen	155
5.3.2.1	Die Operationalisierung der Preisbereitschaft	155
5.3.2.2	Die Operationalisierung des Anspruchsniveaus an den Umfang der Preiskenntnisse	164
5.3.3	Die Operationalisierung der unabhängigen Größen	165
5.3.4	Die Operationalisierungen im Überblick	167
5.4	Die experimentellen Bedingungen	167
5.4.1	Die experimentellen Bedingungen zu Beginn der Preissuche	169
5.4.2	Die experimentellen Bedingungen während der Preissuche	173
5.4.3	Die experimentellen Bedingungen im Überblick	175
5.5	Zwischenfazit: Der Aufbau des Experiments im Überblick	175
6	Die Ergebnisse des Experiments	177
6.1	Merkmale der Stichprobe	177
6.2	Die Datenbereinigung	181
6.2.1	Die Vorgehensweise	182
6.2.2	Die Datenbereinigung bei der Preisbereitschaft	183
6.2.3	Die Datenbereinigung beim Anspruchsniveau an den Umfang der Preiskenntnisse	188
6.3	Die Güte der experimentellen Manipulationen und der Messinstrumente	190
6.3.1	Das Vorexperiment	190
6.3.2	Die Güte der experimentellen Manipulationen	191
6.3.2.1	Die Vorgehensweise	193
6.3.2.2	Die Güte der Manipulationen im Vorexperiment	193
6.3.2.3	Die Güte der Manipulationen im Hauptexperiment	195
6.3.3	Die Güte der Messinstrumente	197
6.3.3.1	Die Gütekriterien	198
6.3.3.2	Die Güte der Messinstrumente im Vorexperiment	199
6.3.3.3	Die Güte der Messinstrumente im Hauptexperiment	202
6.3.3.4	Die Güte der Messinstrumente im Überblick	205
6.4	Die Prüfung der Modellhypothesen	206
6.4.1	Die ökonometrische Vorgehensweise	206
6.4.2	Die Preisbereitschaft und das Anspruchsniveau an den Umfang der Preiskenntnisse als Einflussfaktoren der Intensität der Preissuche	209
6.4.3	Die Preisbereitschaft als abhängige Größe	215
6.4.3.1	Die Preisbereitschaft zu Beginn der Preissuche	215
6.4.3.2	Die Veränderung der Preisbereitschaft während der Preissuche	219

6.4.4	Das Anspruchsniveau an den Umfang der Preiskenntnisse als abhängige Größe	222
6.4.4.1	Das Anspruchsniveau an den Umfang der Preiskenntnisse zu Beginn der Preissuche	223
6.4.4.2	Die Veränderung des Anspruchsniveaus an den Umfang der Preiskenntnisse während der Preissuche	226
6.5	Zur Bedeutung nicht berücksichtigter Einflussfaktoren des Preissuchverhaltens	229
6.5.1	Zur Bedeutung von über dem niedrigsten bekannten Preis liegenden Preisen	230
6.5.2	Zur Bedeutung der Preisstreuung	230
6.6	Zwischenfazit: Die Ergebnisse des Experiments im Überblick und ihre Interpretation	231
7	Zusammenfassung und Diskussion der Erkenntnisse	235
7.1	Zusammenfassung der Erkenntnisse	235
7.2	Implikationen für die ökonomische Praxis und Theorie	236
7.2.1	Implikationen für die Absatzpolitik	236
7.2.1.1	Implikationen für die Preispolitik	237
7.2.1.2	Implikationen für die Standortpolitik	242
7.2.1.3	Weitere absatzpolitische Implikationen	243
7.2.2	Implikationen für die mikroökonomische Theorie	245
7.2.2.1	Implikationen für die Formulierung von Suchmodellen	246
7.2.2.2	Implikationen für die Preisbildung	247
7.2.2.3	Weitere mikroökonomische Implikationen	249
7.2.3	Implikationen für die empirische Forschung	250
7.3	Ansätze für weitere Untersuchungen	251
7.4	Schlussbetrachtung	254
	Anhang: Der Ablauf einer simulierten Kaufsituation	257
	Literaturverzeichnis	263