

Gerold Behrens

# Konsumenten- verhalten

Entwicklung, Abhängigkeiten,  
Möglichkeiten

Mit 93 Abbildungen



Physica-Verlag Heidelberg

# GLIEDERUNG

|         |   |    |
|---------|---|----|
| 1       | POSITIONSBESTIMMUNGEN                                       | 1  |
| 1.1     | Einführung und Überblick                                    | 1  |
| 1.2     | Positionierung der Konsumentenforschung                     | 3  |
| 1.2.1   | Merkmale der Forschungsansätze                              | 3  |
| 1.2.1.1 | Einleitung  | 3  |
| 1.2.1.2 | Wissenschaftsauffassungen                                   | 4  |
| 1.2.1.3 | Abgrenzungen des Erkenntnisobjektes                         | 7  |
| 1.2.1.4 | Zusammenfassung   | 10 |
| 1.2.2   | Das Bild vom Konsumenten in der Konsumenten-<br>forschung   | 12 |
| 1.3     | Positionierung dieser Darstellung                           | 22 |
| 1.3.1   | Die Wissenschaftsauffassung                                 | 22 |
| 1.3.2   | Der Aufbau  | 30 |
| 2       | EMOTIVE INFORMATIONSVERARBEITUNG                            | 36 |
| 2.1     | Einführung und Überblick                                    | 36 |
| 2.2     | Aktivierung   | 39 |
| 2.2.1   | Beobachtungen und Grundlagen                                | 39 |
| 2.2.2   | Einflüsse der Aktivierung auf das Konsumenten-<br>verhalten | 42 |
| 2.2.2.1 | Einflüsse auf die allgemeine Leistungsfähigkeit             | 42 |
| 2.2.2.2 | Einflüsse auf die Produktwahrnehmung                        | 46 |
| 2.3     | Emotionen   | 52 |
| 2.3.1   | Beobachtungen und Grundlagen                                | 52 |
| 2.3.2   | Die Genese der Emotionen                                    | 60 |
| 2.3.3   | Einflüsse der Emotionen auf das Konsumenten-<br>verhalten   | 63 |
| 2.3.3.1 | Einflüsse auf die allgemeine Kaufbereitschaft               | 63 |
| 2.3.3.2 | Einflüsse auf die Produktentscheidung                       | 65 |
| 2.4     | Motivation  | 69 |
| 2.4.1   | Beobachtungen und Grundlagen                                | 69 |
| 2.4.2   | Die Genese der Motivation                                   | 74 |
| 2.4.3   | Einflüsse der Motivation auf das Konsumenten-<br>verhalten  | 83 |
| 2.4.3.1 | Einflüsse auf die allgemeine Verhaltens-<br>orientierung    | 83 |
| 2.4.3.2 | Einflüsse auf die Produktauswahl                            | 87 |
| 2.4.3.3 | Verhaltensausrichtung durch Einstellungen                   | 95 |

|       |   |     |
|-------|---|-----|
| 3     | KOGNITIVE INFORMATIONSVERARBEITUNG  | 105 |
| 3.1   | Einführung und Überblick  | 105 |
| 3.2   | Informationsquellen und Informationsnutzung                                     | 106 |
| 3.3   | Informationsaufnahme  | 111 |
| 3.3.1 | Einführung und Überblick  | 111 |
| 3.3.2 | Das Wahrnehmungsverhalten der Konsumenten                                       | 114 |
| 3.3.3 | Die Informationsaufnahme bei Kaufentscheidungen                                 | 119 |
| 3.4   | Die kognitive Informationsverarbeitung bei Kaufentscheidungen                   | 123 |
| 3.4.1 | Einführung und Überblick  | 123 |
| 3.4.2 | Beschreibung durch Strukturmodelle  | 125 |
| 3.4.3 | Beschreibung durch Speichermodelle  | 135 |
| 3.4.4 | Entscheidungsregeln   | 151 |
| 4     | MOTORISCHE INFORMATIONSVERARBEITUNG   | 162 |
| 4.1   | Einführung und Überblick  | 162 |
| 4.2   | Die Genese der Bewegungsabläufe   | 168 |
| 4.3   | Die Regelung der Bewegungsabläufe   | 171 |
| 4.4   | Einflüsse der motorischen Informationsverarbeitung auf das Konsumentenverhalten | 180 |
| 4.4.1 | Der Einfluß auf das Kaufverhalten   | 180 |
| 4.4.2 | Der Einfluß auf das Konsumverhalten   | 187 |
| 5     | LERNEN  | 192 |
| 5.1   | Einführung und Überblick  | 192 |
| 5.2   | Die Genese der Lernprozesse   | 195 |
| 5.3   | Grundlegende Lernmechanismen  | 200 |
| 5.3.1 | Die klassische Konditionierung  | 201 |
| 5.3.2 | Die operante Konditionierung  | 204 |
| 5.3.3 | Die Assoziationen   | 209 |
| 5.4   | Einflüsse des Lernens auf das Konsumentenverhalten                              | 213 |
| 5.4.1 | Möglichkeiten und Grenzen der emotionalen Konditionierung                       | 213 |
| 5.4.2 | Möglichkeiten und Grenzen der Modellierung                                      | 218 |
|       | LITERATURVERZEICHNIS  | 225 |
|       | STICHWORTVERZEICHNIS  | 234 |