

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	12
1.2.2	Das Bild vom Konsumenten in der Konsumentenforschung	15
1.3	Positionierung dieser Darstellung	25
1.3.1	Theoretische Orientierung	25
1.3.1.1	Ziele	25
1.3.1.2	Grundlagen der Systemtheorie	28
1.3.1.3	Grundlagen der Evolutionstheorie	32
1.3.2	Metatheoretische Hinweise	36
1.3.3	Aufbau und Überblick	45
2	EMOTIVE INFORMATIONSVERARBEITUNG	49
2.1	Einführung und Überblick	49
2.2	Aktivierung (Energetisierungsfunktion)	51
2.2.1	Beobachtungen und Grundlagen	51
2.2.2	Konstrukte und Konzepte	55
2.2.2.1	Aktivierungshypothese	55
2.2.2.2	Involvement	61

2.3	Emotion (Bewertungsfunktion)	65
2.3.1	Beobachtungen und Grundlagen	65
2.3.2	Die Genese der Emotionen	74
2.3.3	Konstrukte und Konzepte	78
2.3.3.1	Emotionale Informationsverarbeitung	78
2.3.3.2	Stimmungen	83
2.3.3.3	Emotionale Erlebniswerte	85
2.4	Motivation (Ausrichtungsfunktion)	88
2.4.1	Beobachtungen und Grundlagen	88
2.4.2	Die Genese der Motivation	93
2.4.3	Konstrukte und Konzepte	99
2.4.3.1	Bedürfnisse	99
2.3.3.2	✗ Kognitive Dissonanzen	104
2.3.3.3	Einstellungen	110
2.3.3.4	✗ Wahrgenommenes Risiko	123
3	KOGNITIVE INFORMATIONSVERARBEITUNG	128
3.1	Einführung und Überblick	128
3.2	Wahrnehmung (Informationsaufnahme)	130
3.2.1	Beobachtungen und Grundlagen	130
3.2.2	Die Genese der Wahrnehmung	133
3.2.3	Konstrukte und Konzepte	137
3.2.3.1	Aufmerksamkeit	137
3.2.3.2	Blickverlauf und Blickverhalten	144
3.2.3.3	Informationsselektion	152
3.3	Denken (Informationsverarbeitung)	158
3.3.1	Beobachtungen und Grundlagen	158
3.3.2	Die Genese des Denkens	160
3.3.3	Konstrukte und Konzepte	167
3.3.3.1	Entscheidungsregeln	167
3.3.3.2	Strukturmodelle	178
3.3.3.3	Speichermodelle	190

4	MOTORISCHE INFORMATIONSVERARBEITUNG	209
4.1	Einführung und Überblick	209
4.2	Die Genese der Bewegungsabläufe	216
4.3	Die Regelung der Bewegungsabläufe	220
4.4	Einflüsse der motorischen Informationsverarbeitung auf das Konsumentenverhalten	230
4.4.1	Der Einfluß auf die Kaufentscheidung	230
4.4.2	Der Einfluß auf das Konsumverhalten	240
5	LERNEN	246
5.1	Einführung und Überblick	246
5.2	Die Genese der Lernprozesse	250
5.3	Grundlegende Lernmechanismen	257 X
5.3.1	Die klassische Konditionierung	258 X
5.3.2	Die operante Konditionierung	262 X
5.3.3	Die Assoziationen	268 X
5.4	Einflüsse des Lernens auf das Konsumentenverhalten	274
5.4.1	Möglichkeiten und Grenzen der emotionalen Konditionierung	274 X
5.4.2	Möglichkeiten und Grenzen der Modellierung	280
	LITERATURVERZEICHNIS	288
	STICHWORTVERZEICHNIS	297