

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XI
Tabellenverzeichnis	XIII
Abkürzungsverzeichnis	XV
1 Einleitung	1
1.1 Motivation der Arbeit	1
1.2 Zielsetzung und Gang der Arbeit	8
2 Konzeptionelle Grundlagen	13
2.1 B2B-Kaufprozesse als Untersuchungsgegenstand	13
2.1.1 Definition und Abgrenzung	13
2.1.2 Besonderheiten von B2B-Kaufprozessen	19
2.2 Informationsasymmetrie, Risiko und Informationssuche	22
2.2.1 Informationsasymmetrien als Grundlage für wahrgenommenes Risiko	22
2.2.2 Informationssuche zur Reduktion von wahrgenommenem Risiko	33
2.3 Informationssuchverhalten von B2B-Einkäufern	40
2.3.1 Informationsquellen und Einflüsse auf die Nutzungsintention	40
2.3.2 Suchmaschinen als besondere Online-Informationsquelle	49
3 Literaturüberblick	55
3.1 Überblick über Forschungsströmungen	55
3.2 Systematisierung relevanter Forschungsbeiträge	60
3.3 Schwächen der Literatur und Ausblick auf die empirischen Analysen	67
4 Explorative Analyse von Nutzungsfaktoren	73
4.1 Zielsetzung der Studie	73
4.2 Methodische Grundlagen	75
4.3 Forschungsprozess und Gütebeurteilung	80
4.3.1 Datenerhebung und -analyse	80
4.3.2 Gütebeurteilung	85
4.4 Ergebnisse der Untersuchung	88
4.4.1 Arten und Zeitpunkte von Informationssuche in B2B-Kaufprozessen	88
4.4.2 Determinanten der Suchmaschinennutzung	92

4.4.2.1	Wirkungskette der Nutzungsintention.....	92
4.4.2.2	Determinanten der Kaufsituation.....	94
4.4.2.3	Determinanten des Marktes.....	97
4.4.2.4	Determinanten des Unternehmens.....	100
4.4.2.5	Determinanten des Individuums.....	105
4.5	Interpretation der Ergebnisse und Implikationen für weiteres Vorgehen.....	112
5	Kausalanalyse der Nutzungsintention	117
5.1	Zielsetzung und Studienüberblick.....	117
5.2	Konzeptioneller Untersuchungsrahmen und Hypothesenableitung	119
5.2.1	Nutzungsintention als abhängige Variable.....	119
5.2.2	Nutzungsintention in unterschiedlichen Phasen.....	120
5.2.3	Erklärungsmodell der Nutzungsintention.....	122
5.3	Methodische Grundlagen.....	128
5.3.1	Strukturgleichungsmodelle als problemadäquates Analyseverfahren ..	128
5.3.2	Experimentelles Design und Versuchsaufbau.....	132
5.3.3	Datenbasis.....	138
5.4	Ergebnisse und Interpretation der Analysen.....	139
5.4.1	Nutzungsintention in unterschiedlichen Phasen.....	139
5.4.2	Erklärungsmodell der Nutzungsintention.....	143
5.4.2.1	Aggregierte Modellschätzung.....	143
5.4.2.2	Multi-Gruppen Vergleiche	156
5.4.2.3	Modellprüfung in weiteren Situationen.....	163
6	Schlussbetrachtung.....	167
6.1	Zusammenfassung und zentrale Ergebnisse.....	167
6.2	Implikationen für die Wissenschaft	173
6.3	Implikationen für die Praxis.....	176
6.4	Grenzen der Untersuchung und Forschungsausblick.....	180
Anhang A	Anhang zu Kapitel 4.....	183
Anhang B	Anhang zu Kapitel 5.....	187
7	Literaturverzeichnis.....	207