

Inhaltsverzeichnis

	Seite
1. Ziel der Untersuchung	1
1. Warum noch eine Theorie zum Konsumentenverhalten?	1
2. Aufbau der Arbeit	6
2. Konsumpsychologie und Gedächtnispsychologie	8
1. Einige Anmerkungen zum heutigen Stand der Konsumpsychologie	8
1. Die "kognitive Wende"	8
2. Der multiattributive Ansatz	12
3. "Totalmodelle" und Theorien mittlerer Reichweite	14
4. Die Berücksichtigung kognitiver Strukturen	20
2. Gedächtnispsychologische Konzepte	21
1. Ebbinghaus oder Bartlett	21
2. Die Zeitspeichertheorie	23
3. Die Struktur des Langzeitgedächtnisses	24
3. Ein Netzwerkmodell zur Erklärung von Kaufentscheidungsprozessen: Oberblick	33
1. Die Grundidee: Konsumrelevantes Wissen als semantisches Netzwerk	33
2. Informationsverwendung	36
3. Informationsaufnahme und gespeichertes Wissen	38
4. Kaufentscheidung	41
4. Entwicklung und Begründung des Netzwerkmodells	44
1. Das Netzwerk als Gedächtnismodell	44
1. Grundlegende Fragen: Struktur versus Prozeß und Episodik versus Semantik	44
2. Notwendigkeit und Probleme der assoziativen Struktur	47
3. Was ist ein Knoten? Von der Komplextheorie zur type-token- Unterscheidung	48
4. Kanten im Netzwerk	57
5. Redundanz versus Speicherökonomie	59
2. Aktivierungsprozesse	66
1. Grundidee und Begriff	66
2. Ursachen von Aktivierung	68
3. Aktivierungsverbreitung und -verfall	70
4. Aktivierungskapazität und Aktivierungsschwellen	74
3. Lernprozesse	78
1. Die Anbindung neuer Knoten	78
2. Die Veränderung der Kantenstärke	84
3. Generalisierung und Differenzierung durch Informations- aufnahme	86

4. Entscheidungsprozesse	93
1. Der Entscheidungsablauf	94
2. Ein deterministischer Ansatz?	100
5. Kognitive Prozesse langer Dauer: Vergessen und externe Speicher	102
1. Vergessen	103
2. Externe Speicher	104
5. Vergleich mit anderen entscheidungstheoretischen Ansätzen	107
1. Überblick über die psychologische Entscheidungstheorie	107
2. Informationsintegration: Ein quasi-lineares Modell	116
3. Entscheidung bei Sicherheit: Vergleich mit den algorithmischen Ansätzen	127
4. Wahrscheinlichkeitsschätzung: Kantenstärken und ihre Bestimmungsgründe	134
5. Wahlverhalten bei Risiko: Das Erwartungswertprinzip als Grenzfall	136
6. Exkurs: Über die Funktion von Entscheidungstypologien	142
6. Implikationen für den Kaufentscheidungsprozeß und Vergleich mit Ergebnissen der Konsumforschung	146
1. Plausible und unplausible Hypothesen	146
2. Überblick über Fragestellungen und erklärende Faktoren	148
1. Fragestellungen	148
2. Erklärende Faktoren	151
3. Wieviel externe Informationssuche betreibt der Konsument?	155
1. Externe Informationssuche im Netzwerkmodell	155
2. Interne Faktoren	157
3. Externe Faktoren	165
4. Welche Alternativen werden berücksichtigt?	168
1. "Berücksichtigung" im Netzwerkmodell und "evoked set"	169
2. Interne Faktoren	170
3. Externe Faktoren	173
5. Welche Attribute werden verwendet?	174
1. Was heißt "Verwendung" eines Attributes im Netzwerkmodell?	176
2. Interne Faktoren	176
3. Externe Faktoren	183
6. Wie werden die Attributwerte hinsichtlich ihrer Nutzenstiftung eingeschätzt?	186
1. Bewertung der verschiedenen Werte eines Attributes	186
2. Bewertung verschiedener Attribute	190

7. Wie erfolgt aufgrund der Einzelinformationen die Gesamtbeurteilung?	196
1. Dimensionen zur Differenzierung von Integrationsregeln	198
2. Integrationsverhalten im Netzwerk: Allgemeine Folgerungen	200
3. Interne Faktoren	204
4. Externe Faktoren	208
8. Wie wird das Restrisiko behandelt?	211
1. Subjektives und objektives Risiko: Wahrscheinlichkeits-schätzung	213
2. Unsichere Attributwerte: Entscheidung bei Risiko	215
7. Probleme bei der empirischen Überprüfung komplexer kognitiver Theorien	218
1. Schwierigkeiten bei der empirischen Prüfung kognitiver Theorien	218
2. Schwierigkeiten bei der empirischen Prüfung komplexer Theorien	220
3. Verschiedene Ebenen der Prüfung	221
4. Relevante empirische Erhebungsverfahren aus der kognitiven Psychologie und der Konsumforschung	222
8. Einige Implikationen für die Verbraucherpolitik	233
1. Zur Leitbildproblematik: Rationaler oder hilfloser Verbraucher?	233
2. "Entscheidungsfehler" des Konsumenten	238
3. Implikationen für die Instrumentalbereiche Verbraucherinformation und Verbraucherschutz	241
Literaturverzeichnis	245