

## Inhalt

Vorwort.....	9
Vorwort des Autors.....	11
0. Einleitung .....	13
1. Der Familienalltag als aktuelles Forschungsfeld.....	21
1.1. Definition von Familie und Haushalt.....	21
1.2. Die Familie als Lebenszentrum.....	22
1.3. Familiologie - Eine neue Disziplin?.....	24
1.4. Die Familie als Gruppe besonderer Art.....	25
1.5. Überlegungen zu Methoden der Familienforschung.....	35
1.5.1. Welchem Familienmitglied soll vertraut werden?.....	42
1.5.2. Das Partnertagebuch - Ein Weg, der in den Familienalltag führt?.....	49
2. Grammatik der Familie. Zur Orientierung im Studium von Kaufentscheidungen .....	55
2.1. Ökosystem "Familie".....	56
2.2. Die Familie als Gruppe von Individuen - Ein Exkurs .....	60
2.2.1. Auf der Suche nach Persönlichkeitsdimensionen zur Erklärung von Entscheidungsprozessen in der Familie.....	63
2.2.2. Internalisierte Rollen als individuelle Merkmale.....	67
2.3. Ziele der Familie .....	69
2.4. Momentaufnahme familiärer Beziehungen: Strukturelle Aspekte .....	74
2.4.1. Emotionale Aspekte des Familiennetzes .....	80
2.4.1.1. Auf der Suche nach einer Theorie der Ehezufriedenheit .....	81
2.4.1.2. Bedingungen von Zufriedenheit.....	83
2.4.2. Hierarchische Aspekte des Familiennetzes.....	93
2.4.2.1. Macht: Probleme einer Begriffsabgrenzung ...	93
2.4.2.2. Grundlagen von Macht .....	97
2.4.2.2.1. Belohnungs- und Bestrafungsmacht..	97
2.4.2.2.2. Legitime Macht.....	99
2.4.2.2.3. Identifikationsmacht .....	101
2.4.2.2.4. Experten- und Informationsmacht ..	102
2.4.2.2.5. Interesse als Grundlage potentieller und manifestierter Macht .....	103
2.4.3. Machtgefälle und Zuneigung zwischen den Partnern als Grundlagen des Interaktionsgeschehens .....	104

2.4.4. Strukturmerkmale als Grundlagen des Interaktionsgeschehens: Eine Tautologie? .....	105
2.5. Die Familie in "Bewegung": Dynamik der Familie .....	107
2.5.1. Mikroanalyse des Interaktionsgeschehens.....	107
2.5.2. Makroanalyse des Interaktionsgeschehens .....	112
2.5.3. Interaktionsmodelle in der Familie. Von der kühlen Geschäftslogik zum spontanen Altruismus .....	115
2.5.3.1. Interdependenz versus Independenz .....	120
2.5.3.2. Maximierung des gemeinsamen Gewinnes versus egoistische Profitorientierung.....	123
2.5.3.3. Vielfalt austauschbarer Ressourcen versus Fixierung auf eine "Währungseinheit" .....	124
2.5.3.4. Langfristiger Kredit versus unmittelbare Schuldentilgung.....	125
2.5.3.5. Anwendung von Bedürfnisregeln versus Equityprinzipien.....	127
2.5.3.6. Partnerorientierung versus Registrierung von Forderungen.....	130
3. Taxonomie von Kaufentscheidungen.....	139
4. Kaufentscheidungsprozesse in der Familie .....	147
4.1. Klassische Modelle zur Beschreibung von familiären Kaufentscheidungen.....	147
4.1.1. Entscheidungsmodell von Sheth (1974) .....	147
4.1.2. Entscheidungsmodell von Scanzoni und Polonko (1980) .....	150
4.1.3. Entscheidungsmodell von Pollay (1968) .....	153
4.1.4. Entscheidungsmodell von Corfman (1987) .....	156
4.2. Entwicklung eines Konzeptes zur Beschreibung von familiären Entscheidungsprozessen .....	159
4.2.1. Wer trifft die Entscheidung? Input-Output-Analyse von Kaufentscheidungen.....	165
4.2.1.1. Einflußverteilung in der Partnerschaft .....	166
4.2.1.2. Einflußverteilung in Abhängigkeit vom Produkttyp.....	170
4.2.1.3. Einflußverteilung im Verlauf der Entscheidung .....	178
4.2.1.4. Einflußverteilung im Verlauf des familiären Lebenszyklus .....	185
4.2.1.5. Einflußverteilung in Abhängigkeit von der sozialen Schicht.....	188
4.2.1.6. Einflußverteilung in Abhängigkeit von der Berufstätigkeit der Partner.....	188

---

4.2.1.7. Einflußverteilung in Abhängigkeit von der Beziehungsqualität .....	189
4.2.1.8. Einflußverteilung in Abhängigkeit von den Werthaltungen der Partner .....	191
4.2.1.9. Einflußverteilung und Rollenwandel im Laufe der Zeit.....	191
4.2.1.10. Einflußverteilung in Abhängigkeit von der Kultur.....	196
4.2.1.11. Einflußverteilung zwischen Eltern und Kindern .....	198
4.2.1.12. Determinanten des Einflusses .....	203
4.2.2. Prozeßanalyse von Entscheidungskonflikten.....	218
4.2.2.1. Modifikation gegensätzlicher Standpunkte....	220
4.2.2.2. Einflußstrategien in Kaufentscheidungen .....	222
4.2.2.2.1. Implementierung von Strategien zur Konfliktvermeidung.....	223
4.2.2.2.2. Problemlösungsstrategien.....	224
4.2.2.2.3. Persuasionsstrategien.....	226
4.2.2.2.4. Verhandlungsstrategien .....	229
4.2.2.3. Versuch und Irrtum: Zur Logik familiärer Kaufentscheidungen.....	237
4.2.3. Ergebnisse von Kaufentscheidungen.....	246
5. Zusammenfassung und abschließende Bemerkungen .....	253
6. Literatur .....	259
Autorenregister .....	293
Sachregister .....	305