

1.	Einleitung	1
1.1.	Problemstellung	1
1.2.	Zur wissenschaftlichen Bedeutung der Problemstellung	4
1.3.	Zur praxisbezogenen Bedeutung der Problemstellung	8
1.4.	Ablauf der Untersuchung	10
2.	Theoretischer Teil	12
2.1.	Die Charakterisierung des Problemfeldes der Reihenfolge der Informationssuche	12
2.1.1.	Die Elemente des Problemfeldes	12
2.1.1.1.	Der Entscheidungsbegriff	13
2.1.1.2.	Der Produktbegriff	19
2.1.1.3.	Der Informationsbegriff	23
2.1.1.4.	Der Zielbegriff	26
2.1.2.	Probleme der Untersuchung der Informa- tionssuche von Konsumenten	31
2.2.	Modelle der Reihenfolge der Informa- tionssuche von Konsumenten	33
2.2.1.	Beschreibende Modelle der Informa- tionssuche	33
2.2.1.1.	Ziele und Probleme der Beschreibungs- modelle	33
2.2.1.2.	Verfahren der Datenerhebung	35
2.2.1.3.	Verfahren der Datendarstellung und Auswertung	40
2.2.1.4.	Befunde aus Beschreibungsmodellen zur Reihenfolge der Informationssuche	51

2.2.1.5.	Kritik der Beschreibungsmodelle	54
2.2.2.	Erklärende Modelle der Informations- suche	55
2.2.2.1.	Ziele und Probleme von Erklärungs- modellen	55
2.2.2.2.	Der kosten/nutzentheoretische Ansatz ..	57
X 2.2.2.3.	Der risikotheorietische Ansatz	59
2.2.2.4.	Der konsistenztheoretische Ansatz	62
2.2.2.5.	Das Konzept der Einstellung	64
2.2.2.6.	Das Konzept des Nachfragenutzens von Meyer	70
2.2.2.7.	Befunde aus Erklärungsmodellen zur Reihenfolge der Informationssuche	79
2.2.2.8.	Kritik der Erklärungsmodelle	81
2.2.3.	Normative Modelle der Informations- suche	83
2.3.	Ein Modell der Reihenfolge der Inform- ationssuche auf der Grundlage des Informa- tionsnutzens	88
2.3.1.	Vorbemerkungen	88
2.3.2.	Modellentwicklung	92
2.3.2.1.	Basishypothesen zum Informationssuch- verhalten	92
2.3.2.2.	Modellvariante I: Informationssuche auf Grund absoluter Werte der Eigen- schaftsnutzen	95
2.3.2.3.	Modellvariante II: Informationssuche auf Grund relativer Werte der Eigen- schaftsnutzen	113
3.	Empirischer Teil	118
3.1.	Vorbemerkungen	118
3.2.	Die Schätzung der Modellparameter	119
3.2.1.	Vorbemerkungen	119

3.2.2.	Beurteilungskriterien der Parameter- schätzung	121
3.2.3.	Parameterschätzung mit Hilfe des "Golden-Section-Suchalgorithmus"	130
3.3.	Die Erhebung der Modelldaten	133
3.3.1.	Vorbemerkungen	133
3.3.2.	Die Ermittlung der Nutzenfunktionen der Produkteigenschaften	134
3.3.2.1.	Theoretische Ableitung	134
3.3.2.2.	Empirische Durchführung	137
3.3.3.	Die Ermittlung des aktiven Produkt- wissens	143
3.3.4.	Die Aufzeichnung der Informationssuche .	144
3.4.	Ergebnisse	148
3.4.1.	Vorbemerkungen	148
3.4.2.	Deskriptive Darstellung der erhobenen Daten	150
3.4.2.1.	Die Datenbasis	150
3.4.2.2.	Strukturdaten der Versuchspersonen	151
3.4.2.3.	Der Umfang des Produktwissens	152
3.4.2.4.	Die Struktur der Informationsnach- fragen	163
3.4.3.	Beurteilung der Modellgüte	165
3.4.3.1.	Schätzung der individuellen Nutzen- funktionen	165
3.4.3.1.1.	Ermittlung der relevanten Produkteigen- schaften	165
3.4.3.1.2.	Beurteilung der Güte der Nutzenfunk- tionen	168
3.4.3.2.	Schätzung der Modellparameter	171
3.4.3.3.	Kontrolle der Güte der Parameter- schätzung	180
3.4.3.3.1.	Das Kriterium "Zahl der Treffer" als statische Prüfgröße	180
3.4.3.3.2.	Das Kriterium "Rangkorrelation" als dynamische Prüfgröße	184
3.4.3.3.3.	Das Kriterium "prognostische Validität" als intertemporäre Prüfgröße	188

3.4.3.3.4.	Ein Vergleich mit dem Modell des "Elimination by Aspects"	199
3.4.3.3.5.	Zusammenfassung	207
3.4.4.	Einflußfaktoren auf die Modellgüte	212
3.4.4.1.	Ein Vergleich der Modellvarianten	212
3.4.4.2.	Faktoren der Modellgüte	217
3.4.5.	Merkmale prozessualer Informations- suche der Versuchspersonen	223
4.	Zusammenfassung	237
Anhang I	: Verzeichnis wichtiger Symbole	242
Anhang II	: Verzeichnis der Abbildungen und Tabellen	245
Anhang III:	Verwendeter Fragebogen des empirischen Teils	248
Anhang IV	: Literaturverzeichnis	261