

Hanna Peschla

Aus der Reihe: e-fellows.net stipendiaten-wissen

e-fellows.net (Hrsg.)

Band 3007

Die Effekte des sozialen Handlungsmotivs "Altruismus" und des sozialen Hintergrunds in einer online-basierten Pay-What-You-Want-Kaufsituation

Bachelorarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2016 GRIN Verlag
ISBN: 9783668869271

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/448601>

Hanna Peschla

Aus der Reihe: e-fellows.net stipendiaten-wissen

e-fellows.net (Hrsg.)

Band 3007

**Die Effekte des sozialen Handlungsmotivs "Altruismus"
und des sozialen Hintergrunds in einer online-basierten
Pay-What-You-Want-Kaufsituation**

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

- B A C H E L O R A R B E I T -
im Major-Studiengang Wirtschaftspsychologie
Sommersemester 2016

**Die Effekte des sozialen Handlungsmotivs „Altruismus“ und des sozialen
Hintergrunds in einer online-basierten Pay-What-You-Want-
Kaufsituation**

**The Effects of the Social Motif “Altruism” and the Social Background in
an Online-Based Pay-What-You-Want-Purchase-Situation**

Verfasst von
Hanna Peschla

Eingereicht am
17. Oktober 2016

Hanna Peschla

Anmerkung:

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in dieser Bachelorarbeit bei Personennamen ausschließlich die männliche Form verwendet. An dieser Stelle sei ausdrücklich darauf hingewiesen, dass sämtliche Personenbezeichnungen gleichwohl für beiderlei Geschlecht gelten.

Für Zahlen wird einheitlich die englische Schreibweise verwendet.

Inhaltsverzeichnis

Abstract / Zusammenfassung.....	1
1 Einleitung.....	3
2 Einordnung der zentralen Thematiken.....	6
2.1 Der partizipative Preismechanismus „Pay-What-You-Want“	6
2.2 Das soziale Handlungsmotiv „Altruismus“	8
2.3 Die Fragestellung dieser Arbeit	10
3 Theoretischer und empirischer Hintergrund	11
3.1 Pay-What-You-Want	11
3.2 Pay-What-You-Want und Altruismus.....	16
3.3 Pay-What-You-Want und der soziale Hintergrund einer Kaufsituation.....	19
4 Hypothesenbildung	21
5 Empirische Studie	23
5.1 Methodik	23
5.1.1 Untersuchungsdesign.....	23
5.1.2 Charakteristika der simulierten Kaufsituation.....	24
5.2 Details der Datenerhebung mittels Online-Fragebögen.....	26
5.2.1 Rahmenbedingungen	26
5.2.2 Aufbau der Online-Fragebögen	28
5.3 Datenanalyse und Ergebnisse.....	31
5.3.1 Beschreibung der Stichprobe.....	31
5.3.2 Vorbereitende Analyse der Daten und Messinstrumente	33
5.3.3 Datenauswertung zur Prüfung der Hypothesen	36
5.4 Abschließende Interpretation der Ergebnisse	44
6 Kritische Reflexion	48
7 Implikationen und zusätzliche Erkenntnisse.....	52
7.1 Implikationen für Theorie, Praxis und Forschung	52
7.2 Zusätzlich gewonnene Erkenntnisse aus der empirischen Studie	55
Anhang.....	59
Literaturverzeichnis	77

Abstract

“Pay-What-You-Want” is a participative pricing mechanism that leaves it up to the customer to choose a purchase price. This study examines how the willingness to pay in an anonymous Pay-What-You-Want purchase situation on the Internet is influenced by altruism and the communication that a part of the purchase price will be donated to a charitable institution identified in advance. A specific purchase situation in which the social background is manipulated is simulated by use of online surveys. Altruism is measured with a seven-point likert scale. The sample consists of 403 participants, predominantly students and employees in their young adulthood. It is shown that the communication of a social background leads to a highly significant increase of the willingness to pay ($p < .001$). Furthermore, altruism impacts positively on the willingness to pay only on condition that a social background is communicated ($p < .001$). The insights acquired provide evidence for multiple theoretical assumptions postulating a relation between the willingness to pay and the social background of a purchase situation. The interaction effect of altruism and social background explains why researchers have rarely succeeded in showing a fundamental effect of altruism on the willingness to pay in anonymous Pay-What-You-Want situations: To stimulate this correlation, additional characteristics of the purchase scenario seem to be determinative.