

Patric Dokter

Konsumentenboykott

*Ein empirischer Vergleich
verhaltenswissenschaftlicher Modellansätze*

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

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.

Copyright © 2007 Diplom.de
ISBN: 9783836616324

Patric Dokter

Konsumentenboykott

Ein empirischer Vergleich verhaltenswissenschaftlicher Modellansätze

Patric Dokter

Konsumentenboykott

*Ein empirischer Vergleich
verhaltenswissenschaftlicher Modellansätze*

Patric Dokter

Konsumentenboykott

Ein empirischer Vergleich verhaltenswissenschaftlicher Modellansätze

ISBN: 978-3-8366-1632-4

Druck Diplomica® Verlag GmbH, Hamburg, 2008

Zugl. Albert-Ludwigs-Universität Freiburg, Freiburg im Breisgau, Deutschland,
Diplomarbeit, 2007

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

© Diplomica Verlag GmbH

<http://www.diplom.de>, Hamburg 2008

Printed in Germany

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	I
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	III
1. Einleitung	1
2. Eigenschaften, Funktionen und Protagonisten des Verbraucherboykotts	4
2.1 Historischer Hintergrund	4
2.2 Definition und Systematisierung	5
2.3 Auswirkungen und Effektivität von Boykottaktionen	9
2.4 Der Boykottinitiator und die Informationsgestaltung	12
2.5 Forschungsüberblick bisheriger Beiträge	13
3. Verhaltenswissenschaftliche Modellansätze	18
3.1 Psychologische Theorien des Konsumentenverhaltens ...	18
3.1.1 Der individuelle Entscheidungsprozess	19
3.1.2 Soziale Variablen des kollektiven Handelns	22
3.1.2.1 Das soziale Dilemma	22
3.1.2.2 Die Referenzgruppentheorie	27
3.1.3 Die Persönlichkeitsdeterminanten	28
3.2 Das Verhaltensmodell: „Theory of Planned Behavior“	29
3.2.1 Einleitung und Übersicht	29
3.2.2 Die Determinanten des Verhaltens	31
3.2.3 Die Einflussfaktoren der Handlungsabsicht	32
3.3 Das instrumentelle Modell	34
3.3.1 Modellübersicht	34
3.3.2 Erwartete Beteiligung	35
3.3.3 Wahrgenommene Erfolgswahrscheinlichkeit	36
3.3.4 Boykottkosten	37
3.4 Das „Arousal: Cost-Reward“-Modell	38
3.4.1 Einleitung und Modellübersicht	38

	II
3.4.2 Aktivierung	40
3.4.3 Motivation	40
3.4.4 Ökonomische Nutzen-Kosten-Relation	41
3.4.5 (Gegen)Argumente	42
4. Ein empirischer Modellvergleich	44
4.1 Studiendesign – Teilnahme an einem Stromboykott	44
4.1.1 Variablen und Items	44
4.1.2 Fragebogendesign	45
4.1.3 Probanden	46
4.2 Ergebnisse	46
4.2.1 Mittelwerte und Varianzanalyse	46
4.2.3 Regressionsanalyse	50
4.2.3.1 Theory of Planned Behavior	50
4.2.3.2 Instrumentelles Modell	52
4.2.3.3 Das ACR-Modell	53
4.2.3.4 Das aggregierte Boykottmodell	55
4.3 Diskussion und Fazit	56
4.3.1 “Theory of Planned Behavior”	56
4.3.2 Instrumentelles Modell	57
4.3.3 Das ACR-Modell	59
4.3.4 Der singuläre Modellvergleich	60
4.3.5 Das aggregierte Boykottmodell	61
4.3.6 Fazit	63
5. Zukünftiger Forschungsbedarf und Ausblick	64
Literaturverzeichnis	V
Anhang	XIV

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildungsverzeichnis:

Abbildung 1: Determinanten des Konsumentenverhaltens	19
Abbildung 2: Spieltheoretischer Erklärungsansatz des sozialen Dilemmas im Kontext eines instrumentellen Verbraucherboykotts und mit ökonomischen Motiven bei Konsumenten	24
Abbildung 3: Spieltheoretischer Erklärungsansatz des sozialen Dilemmas im Kontext eines instrumentellen Verbraucherboykotts und mit emotionalen Motiven bei Konsumenten	26
Abbildung 4: Übersicht der Variablen der „Theory of Planned Behavior“	30
Abbildung 5: Übersicht der Wirkungszusammenhänge des instrumentellen Modells	35
Abbildung 6: Die Variablen des „Arousal: Cost-Reward“ Modells	39

Tabellenverzeichnis:

Tabelle 1: Übersicht über einige theoretischen Konstrukte der individuellen Boykottforschung	17
Tabelle 2: Übersicht der Variablen und Wirkung auf die Handlungsabsicht ...	45
Tabelle 3: Mittelwertanalyse nach dem Kriterium der Boykottabsicht	49
Tabelle 4: Globale Gütemaße und ANOVA vom TPB Modell	51
Tabelle 5: Koeffizienten der Regressionsanalyse des TPB Modells	52
Tabelle 6: Globale Gütemaße und ANOVA des instrumentellen Modells ...	52
Tabelle 7: Koeffizienten der Regressionsanalyse des instrumentellen Modells	53
Tabelle 8: Globale Gütemaße und ANOVA des ACR-Modells	54
Tabelle 9: Koeffizienten der Regressionsanalyse des ACR-Modells	54
Tabelle 10: Globale Gütemaße und ANOVA des (partiell) aggregierten Boykottmodells	55
Tabelle 11a: Verwendete Fragen für das TPB Modell nach der Reliabilitätsanalyse	XIV
Tabelle 11b: Verwendete Fragen für das instrumentelle Modell nach der Reliabilitätsanalyse	XV
Tabelle 11c: Verwendete Fragen für das ACR-Modell nach der Reliabilitätsanalyse	XVI

Tabelle 12: Häufigkeitsanalyse der Eigenschaften der Probanden nach dem Kriterium der bisherigen Boykottteilnahme	XVII
Tabelle 13: Häufigkeitsanalyse der Eigenschaften der Probanden nach ihrem Erregungsniveau	XVIII
Tabelle 14: Kolmogorov-Smirnov-Anpassungstest	XIX
Tabelle 15: Mittelwerte der Variablen nach Altersgruppen	XX
Tabelle 16: Mittelwerte der Variablen nach Geschlecht	XXI
Tabelle 17: Mittelwerte der Variablen nach Schulabschluss	XXII
Tabelle 18: Mittelwerte der Variablen nach bisheriger Boykotterfahrung und der Frage Stromrechnung	XXIII
Tabelle 19: Mittelwerte der Variablen unterteilt nach dem Erregungsniveau der Unerhörtheit	XXIV
Tabelle 20: Koeffizienten der 1. Modellvariante des aggregierten Boykottmodells	XXV
Tabelle 21: Koeffizienten der 2. Modellvariante des aggregierten Boykottmodells	XXV
Tabelle 22: Koeffizienten der 3. Modellvariante des aggregierten Boykottmodells	XXVI
Tabelle 23: Koeffizienten des vollständig aggregierten Boykottmodell ...	XXVII