Wirtschaft

Lasse Thiele

Konsumentenverhalten von Gamern. Wie Labeling die Kaufintention und die Produkterwartung beeinflusst

Bachelorarbeit

GRIN

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

GRIN

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 Verlages. 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 © 2020 GRIN Verlag
ISBN: 9783346195326

Dieses Buch bei GRIN:

https://www.grin.com/document/906686

Lasse Thiele

Konsumentenverhalten von Gamern. Wie Labeling die Kaufintention und die Produkterwartung beeinflusst

GRIN Verlag

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

Bachelorarbeit

Konsumentenverhalten von Gamern:

Wie Labeling das Kaufverhalten und die Produkterwartung beeinflusst

Thiele, Lasse

Abstract

Das Konsumentenverhalten von Gamern ist ein wenig beleuchtetes Forschungsfeld. Ziel dieser Arbeit ist es zu erklären, wie das Label ‚MADE FOR GAMERS' die Kaufintention und die Produkterwartung hinsichtlich Nahrungsergänzungsmitteln für Gamer beeinflusst.

Um die Forschungsfrage zu beantworten, wurde ein Experiment im Between-Subjects-Design in Form einer Online-Umfrage durchgeführt, die sich an englischsprachige Gamer richtet.

Die Ergebnisse zeigen, dass der Effekt des Labeling auf die Kaufintention durch die individuelle Selbstidentifizierung als Gamer moderiert wird.

Die Erwartung an das Nahrungsergänzungsmittel mediiert bedingt den Zusammenhang zwischen Label und Kaufintention. Als weiterer Mediator wird ein Konsumziel der Gamer identifiziert.

Lasse Thiele

Inhaltsverzeichnis

Abstract II

Inhaltsverzeichnis III

Abkürzungsverzeichnis V

Tabellen- und Abbildungsverzeichnis VI

Genderhinweis VII

1. Einleitung 1

1.1 Ausgangspunkt 1

1.2 Forschungsgegenstand und Zielsetzung 2

2. Theoretischer Hintergrund 3

2.1 Begriffsabgrenzungen und Konzepte 3

2.1.1 Gamer und Gaming 3

2.1.2 Gaming-Supplement 4

2.1.3 Label 4

2.1.4 Kaufintention 5

2.1.5 Selbstidentifizierung 5

2.1.6 Produkterwartung 6

2.1.7 Konsumziel 7

2.2 Theorien und Konzeptualisierung 7

2.2.1 Kongruenztheorie 7

2.2.2 Attitude-Theory 10

2.3 Forschungsstand 12

3. Methodik 14

3.1 Feld und Stichprobe 14

3.2 Online-Fragebogen und Operationalisierung 15

3.2.1 Operationalisierung des Labels 16

3.2.2 Messung der Kaufintention 17