

# Der Einfluß von Kindern auf Produktpräferenzen ihrer Mütter

Von

Dr. Lutz Thomas

TECHNISCHE HOCHSCHULE DARMSTADT	
Fachbereich 1	
<u>Gesamtbibliothek</u>	
<u>Betriebswirtschaftslehre</u>	
Inventar-Nr. :	35.872
Abstell-Nr. :	A28/1297
Sachgebiete:	5.8
	00251662



DUNCKER & HUMBLOT / BERLIN

## INHALTSVERZEICHNIS

	Seite
1. <u>Kinder und Konsumverhalten</u>	25
1.1. Kinder und Marketingpolitik	25
1.1.1. Kinder als Objekte konsumrelevanter Beeinflussungen	28
1.1.1.1. Konsumsozialisation durch Mediawerbung	32
1.1.1.2. Konsumsozialisation durch Eltern	37
1.1.2. Kinder als autonome Konsumententscheider	40
1.1.3. Kinder als Subjekte konsumrelevanter Beeinflussungen	52
1.1.4. Resümee und vorläufige Themenabgrenzung	59
1.2. Individuelle und gemeinsame Produktpräferenzen als Stufen des Kaufentscheidungsprozesses - Ein Modell der Produktpräferenzbildung bei einer Mutter-Kind-Dyade	61
1.2.1. Der theoretische Bezugsrahmen des Modells	63
1.2.1.1. Der individualpsychologische Bezug	63
1.2.1.1.1. Relevante Aspekte der kognitiven Psychologie	63
1.2.1.1.2. Relevante Aspekte der Entwicklungspsychologie	66
1.2.1.2. Der entscheidungstheoretische Bezug	72
1.2.1.3. Der familiensoziologische und sozialpsychologische Bezug	74
1.2.2. Grenzen und grundlegende Annahmen des eigenen Modells	75
1.2.3. Definition und Beschreibung der Modellelemente	79
1.2.3.1. Determinanten der individuellen Produktpräferenzen	82
1.2.3.2. Determinanten der gemeinsamen Produktpräferenzen	93
1.2.3.3. Strategien der Handhabung interindividueller Präferenzkonflikte	96
1.2.3.4. Determinanten der Kaufabsicht	99
1.2.4. Formale Darstellung des Modells und grundlegende Annahmen der Präferenzskalierung	99

	Seite
<u>2. Der Einfluß von Kindern auf Kaufentscheidungen ihrer Eltern - Eine Literaturanalyse</u>	120
2.1. Entscheidungseinfluß in Kernfamilien	121
2.2. Theoretische Ansätze zur Erklärung des Einflusses von Kindern auf Kaufentscheidungen ihrer Eltern	127
2.2.1. Zum Begriff 'sozialer Entscheidungseinfluß'	127
2.2.1.1. Entscheidungseinfluß als Phänomen sozialer Interaktionen	128
2.2.1.2. 'Entscheidungseinfluß' und 'Entscheidungsmacht'	135
2.2.1.3. Formen der Einflußnahme - Eine Typologie	139
2.2.2. Entscheidungseinfluß aufgrund kulturbedingter Rollenerwartungen	143
2.2.2.1. Soziale Normen als Machtgrundlage - Autorität und Entscheidungsmacht	145
2.2.2.2. Die Machtposition von Müttern bei Konsumentscheidungen in Kernfamilien	147
2.2.2.3. Die Machtposition von Kindern bei Konsumentscheidungen in Kernfamilien	153
2.2.2.4. Kritik rollentheoretischer Erklärungsansätze	157
2.2.3. Entscheidungseinfluß aufgrund von Ressourcenbeiträgen	169
2.2.3.1. Grundlegende Annahmen der Ressourcenbeitragstheorie	169
2.2.3.2. Die ressourcenbezogene Machttypologie von FRENCH und RAVEN	174
2.2.3.3. Hypothesen über relevante Ressourcen im Rahmen von Eltern-Kind-Einflußbeziehungen	177
2.3. Ansätze zur Messung des Einflusses von Kindern auf Kaufentscheidungen ihrer Eltern	182
2.3.1. Überblick	182
2.3.2. Ansätze auf der Grundlage von Rollenwahrnehmungsanalysen	187
2.3.3. Ansätze auf der Grundlage von Beeinflussungsprozeßanalysen	200
2.3.4. Ansätze auf der Grundlage von Beeinflussungsergebnisanalysen	210
2.4. Resümee	218

	Seite
<u>3. Ein neuer Untersuchungsansatz</u>	220
3.1. Problemstellung und Erkenntnisziele	220
3.2. Eingrenzung des Untersuchungsobjekts	224
3.3. Auswahl des grundlegenden Untersuchungsdesigns	225
3.4. Identifikation und Vorauswahl formaler Präferenzmodelle	226
3.4.1. Merkmalsnutzenfunktionen und die ihnen zugrundeliegenden Annahmen	226
3.4.2. Verknüpfungsregeln	231
3.4.2.1. Grundformen von Verknüpfungsregeln und die Darstellung entsprechender Nutzengebirge - Präferenzräume und Isopräferenzkurven	231
3.4.2.2. Kompensatorische versus nicht-kompensatorische Präferenzmodelle	237
3.4.2.2.1. Annahmen hinsichtlich des Bewertungsverhaltens	237
3.4.2.2.2. Einschränkungen der kompensatorischen "Eigenschaft" linearer Präferenzmodelle	241
3.4.3. Vorauswahl von Präferenzmodellen	245
3.5. Auswahl der Parametrisierungsmethodik	250
3.5.1. Vorbemerkungen	250
3.5.2. Präferenzskalierung mittels kompositioneller Methoden	251
3.5.2.1. Konzeptionelle Grundlagen	251
3.5.2.2. Anwendungsprobleme	252
3.5.3. Präferenzskalierung mittels dekompositioneller Methoden	259
3.5.3.1. Interne versus externe mehrdimensionale dekompositionelle Skalierung von Präferenzen für Produkte ohne präspezifizierter Merkmalsstruktur	260
3.5.3.1.1. Konzeptionelle Grundlagen mehrdimensionaler unfolding-Analysen	260
3.5.3.1.2. Besonderheiten interner Präferenzanalysen	265
3.5.3.1.3. Besonderheiten externer Präferenzanalysen	267

	Seite
3.5.3.1.4. Zur Auswahlentscheidung interne versus externe Präferenzanalyse	269
3.5.3.1.5. Zur Auswahlentscheidung interne dekompositionelle versus kompositionelle Präferenzanalyse	271
3.5.3.2. Anwendungsprobleme	274
3.5.3.2.1. Die Bestimmung des Umfangs und des Inhalts der Menge der Beurteilungsobjekte	275
3.5.3.2.2. Die Bestimmung der Dimensionalität des Präferenzraumes	282
3.5.3.2.3. Die Bestimmung der Minkowski-Metrik	284
3.5.3.2.4. Die Bestimmung eines geeigneten "goodness-of-fit"-Kriteriums	286
3.5.3.2.5. Die Interpretation von Lösungskonfigurationen	288
3.5.4. Mehrdimensionale dekompositionelle Skalierung von Präferenzen für Produkte mit systematisch präspezifizierter Merkmalsstruktur - Die Conjoint Analyse	296
3.5.4.1. Konzeptionelle Grundlagen	296
3.5.4.2. Anwendungsprobleme	307
3.5.4.2.1. Die Wahl des Erhebungsverfahrens	307
3.5.4.2.2. Die Konstruktion realistischer Beurteilungsobjekte auf der Grundlage faktorieller Designs	312
3.5.4.2.3. Die Gewinnung aggregierter Skalierungsergebnisse	331
3.5.4.2.4. Die Beurteilung der Güte der Skalierungsergebnisse	342
3.6. Operationalisierung der Präferenzmodelle	345
3.6.1. Auswahl der Präferenzobjekte	345
3.6.2. Auswahl der Objektmerkmale, Konstruktion der Beurteilungsobjekte und Gestaltung der Produktreize	351
3.6.3. Gestaltung der Kontextreize	358
3.6.3.1. Definition der Beurteilungsaufgaben	358

	Seite
3.6.3.2. Gestaltung der Erhebungsinstrumente	359
3.6.3.3. Strukturierung des Erhebungsablaufs	362
3.6.4. Auswahl der Versuchspersonen und Durchführung der Erhebung	365
3.7. Auswahl von Parametrisierungsverfahren und cluster-analytischen Verfahren	368
3.7.1. Vorauswahl	368
3.7.2. Verfahren zur Durchführung interner Präferenzanalysen und property-fitting-Analysen	372
3.7.3. Eine Verfahrenskombination zur Durchführung additiver Conjoint Analysen	382
3.7.4. Ein Verfahren zur Durchführung mehrdimensionaler Kongruenzanalysen	388
3.7.5. Verfahren zur Durchführung von Clusteranalysen	391
<u>4. Ergebnisse der Präferenzskalierungen</u>	393
4.1. Ergebnisse der eindimensionalen Präferenzskalierungen	393
4.2. Ergebnisse der Präferenzantizipationen	407
4.3. Ergebnisse der internen mehrdimensionalen dekompositionellen Präferenzskalierungen	409
4.3.1. Die Präferenzräume der a priori gebildeten Urteilersegmente	409
4.3.1.1. Die auf der Grundlage der Kaufpräferenzdaten erzeugten Präferenzräume	409
4.3.1.2. Die auf der Grundlage der Merkmalsprofilpräferenzdaten erzeugten Präferenzräume	432
4.3.2. Die Skalierungsergebnisse für a posteriori gebildete Urteilersegmente	443
4.3.2.1. Die Ergebnisse der Clusteranalysen	444
4.3.2.2. Die Präferenzräume der a posteriori gebildeten Urteilersegmente	450
4.4. Ergebnisse der property-fitting-Analysen	453
4.5. Ergebnisse der Conjoint Analysen	459
4.5.1. Analyseergebnisse für die a priori gebildeten Urteilersegmente	459
4.5.2. Analyseergebnisse für die a posteriori gebildeten Urteilersegmente	465

	Seite
4.5.2.1. Die Ergebnisse der Clusteranalysen	465
4.5.2.2. Die Teilnutzenwerte und relativen Merkmalsgewichte für die a posteriori gebildeten Urteilersegmente	467
4.5.3. Zur externen Validität der Analyseergebnisse	469
4.6. Resümee	472
<u>5. Indikatoren und Meßergebnisse für die relative Stärke des Entscheidungseinflusses der Kinder</u>	474
5.1. Die bei den beobachteten Einflußhandlungen verwendeten Strategien zur Handhabung interindividueller Präferenzkonflikte und aktivierten Machtgrundlagen	474
5.2. Zur Retest-Reliabilität der gemeinsamen Präferenzurteile	478
5.3. Die Indikatoren für die relative Einflußstärke	479
5.3.1. Indikatoren im Rahmen der Globalanalysen	480
5.3.2. Indikatoren im Rahmen der Detailanalysen	491
5.4. Meßergebnisse	494
5.4.1. Globalanalytische Meßergebnisse	494
5.4.2. Detailanalytische Meßergebnisse	511
5.5. Resümee	527
<u>6. Varianzanalytische Untersuchungen über mögliche Grundlagen der relativen Stärke des Entscheidungseinflusses der Kinder</u>	529
6.1. Die Identifikation des formalen Erklärungsmodells	530
6.1.1. Die Auswahl der abhängigen Variablen	530
6.1.2. Die Auswahl und Operationalisierung der unabhängigen Variablen	530
6.2. Die Parametrisierung des formalen Erklärungsmodells	535
6.3. Analyseergebnisse	536
6.4. Resümee	549
<u>7. Zusammenfassung und Ausblick</u>	551
Verzeichnis der Tabellen	11
Verzeichnis der Abbildungen	15
Verzeichnis der Abkürzungen	17
Notationsverzeichnis	21
Anhang	581
Literaturverzeichnis	609