

Inhaltsverzeichnis

| | |
|----------------------------|-------|
| Abbildungsverzeichnis..... | XI |
| Tabellenverzeichnis..... | XIII |
| Abkürzungsverzeichnis..... | XV |
| Symbolverzeichnis..... | XVIII |

| | |
|--|-----------|
| 1 Relevanz des Geschlechts als Einflussgröße der Techniknutzung im Einzelhandel..... | 1 |
| 2 Einordnung und Gang der Arbeit | 7 |
| 2.1 Wissenschaftstheoretische Einordnung | 7 |
| 2.2 Wissenschaftstheoretisches Vorgehen und Gang der Arbeit..... | 10 |
| 2.2.1 Forschungsstand, Forschungslücke, Forschungsziel und Forschungsfragen..... | 10 |
| 2.2.2 Forschungsvorgehen und Strukturierung der Arbeit | 13 |
| 2.2.3 Theoretischer Bezugsrahmen..... | 15 |
| 3 Ansätze der Technikakzeptanzforschung | 19 |
| 3.1 Grundverständnis zur Akzeptanz zur Self-Service-Technologien | 19 |
| 3.1.1 Grundbegriffe und Überblick der Technologieakzeptanz | 19 |
| 3.1.2 Klassifizierung von Self-Service-Technologien..... | 23 |
| 3.2 Systematisierung des Forschungsstandes zur Akzeptanz von Self- Service-Technologien | 25 |
| 3.2.1 Prozessorientierte Akzeptanzforschung | 27 |
| 3.2.1.1 Innovations-Entscheidungs-Prozess nach Rogers | 27 |
| 3.2.1.2 Technologie-Akzeptanz-Modell | 29 |
| 3.2.2 Merkmalsorientierte Akzeptanzforschung | 32 |
| 3.2.2.1 Merkmale von Self-Service-Technologien..... | 32 |
| 3.2.2.2 Merkmale der Nutzer | 41 |
| 3.2.3 Zusammenfassende Betrachtung der Einflussgrößen der Technikakzeptanz | 49 |

| | |
|--|-----------|
| 3.3 Selbstbedienungskassen im Einzelhandel | 53 |
| 3.3.1 Grundlegendes zur Selbstbedienungskasse | 53 |
| 3.3.2 Selbstbedienungskassen als Thema wissenschaftlicher Abhandlungen | 56 |
| 3.4 Anwendbarkeit bisheriger Erkenntnisse auf die Akzeptanz von SB-Kassen | 59 |
| 4 Ansätze der Geschlechterforschung | 63 |
| 4.1 Grundlagen der Geschlechterforschung | 63 |
| 4.1.1 Geschlecht, Gender und Sex | 63 |
| 4.1.2 Geschlechterforschung im Überblick | 67 |
| 4.1.3 Grenzen und Herausforderungen der Geschlechterforschung | 71 |
| 4.1.4 Geschlecht im Marketing | 75 |
| 4.2 Erkenntnisse der Geschlechterforschung | 77 |
| 4.2.1 Biologische Geschlechterunterschiede | 77 |
| 4.2.1.1 Arten des biologischen Geschlechts | 78 |
| 4.2.1.2 Entwicklung des biologischen Geschlechts | 79 |
| 4.2.1.3 Geschlechterunterschiede im Gehirn | 81 |
| 4.2.2 Psychologische Geschlechterunterschiede | 86 |
| 4.2.2.1 Grundlegendes | 86 |
| 4.2.2.2 Geschlechterunterschiede bei kognitiven Fähigkeiten | 88 |
| 4.2.2.3 Persönlichkeitseigenschaften | 90 |
| 4.2.2.4 Entwicklung psychologischer Geschlechterunterschiede | 91 |
| 4.2.3 Sozialwissenschaftliche und sozialpsychologische Geschlechterunterschiede | 99 |
| 4.2.3.1 Grundlegendes zum sozialen Geschlecht | 99 |
| 4.2.3.2 Geschlechterstereotype und Geschlechterrollen | 100 |
| 4.3 Synthese der Erkenntnisse – Androgynitätskonzept | 109 |
| 4.4 Zusammenfassende Betrachtung der Geschlechterforschung | 113 |

| | | |
|----------|--|------------|
| 5 | Betrachtung der für die SB-Kassen-Akzeptanz relevanten psychologischen Konstrukte | 119 |
| 5.1 | Grundlagen..... | 119 |
| 5.2 | Selbstwirksamkeit..... | 120 |
| 5.3 | Technikangst/Technologieangst | 127 |
| 5.4 | Sozialer Druck und Einfluss | 132 |
| 6 | Einfluss des Geschlechts auf die Akzeptanz von Selbstbedienungskassen..... | 139 |
| 6.1 | Modell | 139 |
| 6.2 | Wirkungsbeziehung zwischen der Selbstwirksamkeit und der Nutzungsabsicht..... | 143 |
| 6.3 | Wirkungsbeziehung zwischen der Selbstwirksamkeit und der Technikangst..... | 146 |
| 6.4 | Wirkungsbeziehung zwischen der Technikangst und der wahrgenommenen Bedienfreundlichkeit | 148 |
| 6.5 | Wirkungsbeziehung zwischen der wahrgenommenen Bedienfreundlichkeit und der Einstellung zur Nutzung | 149 |
| 6.6 | Wirkungsbeziehung zwischen dem sozialen Druck und der Einstellung | 151 |
| 6.7 | Wirkungsbeziehung zwischen der Einstellung und der Nutzungsabsicht..... | 153 |
| 6.8 | Zusammenfassende Betrachtung der Wirkung des Geschlechts | 156 |
| 7 | Empirische Untersuchung | 161 |
| 7.1 | Vorbetrachtungen zur empirischen Untersuchung | 161 |
| 7.1.1 | Untersuchungsdesign..... | 161 |
| 7.1.2 | Entwicklung des Untersuchungsinstrumentes | 165 |
| 7.1.3 | Operationalisierung der Konstrukte..... | 166 |
| 7.2 | Statistische Auswertung des Strukturgleichungsmodells..... | 170 |
| 7.2.1 | Vorbetrachtungen zur Strukturgleichungsmodellierung | 170 |
| 7.2.2 | Güteprüfung der Konstrukte/des Messmodells anhand einzelner Kriterien | 175 |
| 7.2.2.1 | Gütekriterien der ersten Generation | 175 |

| | |
|---|------------|
| 7.2.2.2 Gütekriterien der zweiten Generation | 176 |
| 7.2.3 Güteprüfung des Strukturgleichungsmodells | 183 |
| 7.2.4 Hypothesenprüfung mittels multiplem Gruppenvergleich | 185 |
| 7.2.4.1 Multipler Gruppenvergleich nach dem biologischen Geschlecht | 186 |
| 7.2.4.2 Multipler Gruppenvergleich nach dem psychologischen Geschlecht | 189 |
| 7.3 Ergebnisse der Mittelwertvergleiche | 193 |
| 7.4 Zusammenfassende Betrachtung | 197 |
| 8 Diskussion | 201 |
| 8.1 Beziehung des biologischen und psychologischen Geschlechts | 201 |
| 8.2 Empirische Ergebnisse | 203 |
| 8.3 Kritische Würdigung, Grenzen der Arbeit und Ansätze zukünftiger Forschung | 211 |
| 9 Relevanz der Arbeit für Forschung und Praxis | 219 |
| 9.1 Erkenntnisse für die Marketingforschung | 219 |
| 9.2 Handlungsempfehlungen für die Marketingpraxis/ geschlechterorientierte Einführung von Selbstbedienungskassen | 223 |
| 9.2.1 Empfehlungen zur Erhöhung der wahrgenommenen Bedienfreundlichkeit | 224 |
| 9.2.2 Empfehlungen zur Erhöhung der Selbstwirksamkeit für den Einzelhandel | 229 |
| 9.2.3 Empfehlungen zur Reduzierung der Technikangst für den Einzelhandel | 232 |
| 9.2.4 Zusammenfassender Überblick über die Handlungsempfehlungen | 232 |
| 10 Fazit | 237 |
| Anhang | XIX |
| Literaturverzeichnis | XXV |