

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	V
Vorwort.....	VII
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	XIII
Anhangsverzeichnis	XXI
Abkürzungs- und Symbolverzeichnis.....	XXIII
1 Einleitung	1
2 Begrifflichkeiten und empirische Grundlagen zum gesundheitsbewussten Konsumentenverhalten	5
2.1 Definition und Einordnung gesundheitsbewussten Konsumentenverhaltens in das Marketing	5
2.1.1 Konsumentenverhaltensforschung und bewusstes Konsumentenverhalten.....	5
2.1.2 Gesundheit als Konsumziel	8
2.1.3 Gesundheitsbewusste Konsumenten und gesundheitsbewusster Konsum.....	13
2.2 Empirische Ansätze zum gesundheitsbewussten Konsumentenverhalten	18
2.2.1 Zentrale Studienergebnisse zum Gesundheitsbewusstsein.....	18
2.2.2 Einschlägige empirische Ansätze zur Erfassung des Gesundheitsbewusstseins	21
2.3 Fazit - Forschungslücke	24
3 Modellentwicklung zum gesundheitsbewussten Konsumentenverhalten	27
3.1 Rahmenkonzept des Modells zum gesundheitsbewussten Konsumentenverhalten.....	27
3.1.1 Sozial-kognitive Theorien zum Gesundheitsverhalten als theoretischer Bezugsrahmen.....	27
3.1.2 Die Arten des Bewusstseins als Systematisierungsansatz sozial-kognitiver Konstrukte	44
3.2 Theoretische Darstellung der Modellvariablen und Ableitung der Modellhypothesen	52
3.2.1 Die Selbstaufmerksamkeit als Schlüsselkonstrukt gesundheitsbewussten Konsumentenverhaltens.....	52
3.2.1.1 Das Konstrukt der Selbstaufmerksamkeit	52

3.2.1.2	Hypothesen zur Wirkung der Selbstaufmerksamkeit auf das gesundheitsbewusste Konsumentenverhalten.....	57
3.2.2	Die gesundheitsbezogenen Verhaltensstandards als zentrale Bestimmungsfaktoren des gesundheitsbewussten Konsumentenverhaltens.....	62
3.2.2.1	Erwartete Verhaltenskonsequenzen als Basis der Verhaltensstandards für einen gesunden Konsum	62
3.2.2.2	Hypothesen zur Wirkung der Verhaltensstandards auf das gesundheitsbewusste Konsumverhalten	70
3.2.3	Die Kontrollüberzeugungen als bedeutende Moderatoren des gesundheitsbewussten Konsumentenverhaltens	74
3.2.3.1	Die Selbstwirksamkeitserwartung gesundheitsbewussten Konsumentenverhaltens.....	75
3.2.3.2	Die interne Kontrollüberzeugung gesundheitsbewussten Konsumentenverhaltens.....	77
3.2.4	Hintergrundvariablen zum Bewusstsein für einen gesunden Konsum...	80
3.2.4.1	Subjektives Gesundheitsverständnis und gesundheitsbewusstes Konsumentenverhalten.....	81
3.2.4.2	Demografische, anthropometrische sowie psychografische Faktoren und gesundheitsbewusstes Konsumentenverhalten...	85
3.3	Zusammenfassende Betrachtung der Variablen und Hypothesen des Modells zum gesundheitsbewussten Konsumentenverhalten.....	91
4	Empirische Prüfung des Modells zum gesundheitsbewussten Konsumentenverhalten	97
4.1	Studiendesign – Datenerhebung und Datengrundlage.....	97
4.2	Entwicklung der Messinstrumente zu den Modellvariablen	105
4.2.1	Anforderungen an die Messmodelle.....	106
4.2.2	Operationalisierung und Validierung der Messmodelle.....	113
4.2.2.1	Auswahl eines spezifischen gesundheitsbezogenen Verhaltensbereichs.....	114
4.2.2.2	Die gesundheitsbezogene Selbstaufmerksamkeit.....	116
4.2.2.3	Die gesundheitsbezogenen Verhaltensstandards gesunden Konsums	122
4.2.2.4	Das gesunde Konsumverhalten und die Intention, gesund zu konsumieren	136
4.2.2.5	Die Selbstwirksamkeitserwartung gesunden Konsums	141
4.2.2.6	Die interne Kontrollüberzeugung gesunden Konsums	146
4.2.2.7	Die Hintergrundfaktoren zum Bewusstsein für einen gesunden Konsum.....	149

4.3 Die Strukturgleichungsanalyse als Methode zur Modellprüfung	158
4.3.1 Merkmale und Anforderungen der Strukturgleichungsanalyse.....	158
4.3.2 Evaluation der Güte des Strukturmodells.....	161
4.4 Ergebnisse der Modellprüfung	165
4.4.1 Prüfung der Hypothesen zu den gesundheitsbezogenen Verhaltens- standards des gesundheitsbewussten Konsumentenverhaltens	166
4.4.1.1 Prüfung des Kernmodells zum gesundheitsbewussten KV	166
4.4.1.2 Prüfung des Zeithypothesenmodells.....	172
4.4.1.3 Prüfung des Modells zur Regulationsfokushypothese.....	175
4.4.2 Prüfung der Moderatoreffekte beim gesundheitsbewussten KV.....	178
4.4.2.1 Prüfung von Moderatoreffekten	179
4.4.2.2 Prüfung des Moderatoreffekts der privaten und öffentlichen Selbst- und Konsumaufmerksamkeit.....	185
4.4.2.3 Prüfung der Moderatoreffekte des Kontrollbewusstseins	192
4.4.3 Prüfung der Einflüsse der Hintergrundvariablen auf das gb. KV	201
4.4.3.1 Subjektives Gesundheitsverständnis und gesundheitsbe- wusstes Konsumentenverhalten.....	202
4.4.3.2 Demografische, anthropometrische und psychografische Hintergrundvariablen und gesundheitsbewusstes KV	203
5 Diskussion und Implikationen der Untersuchung.....	209
5.1 Diskussion der Arbeit	209
5.1.1 Diskussion der Analyseergebnisse	209
5.1.2 Diskussion des Modellansatzes	252
5.2 Implikationen der Arbeit.....	254
5.2.1 Implikationen für das Marketing	255
5.2.2 Implikationen für die weitere Forschung.....	257
6 Schlussbetrachtung	261
Anhang.....	267
Literaturverzeichnis	311

Aus Gründen der Vereinfachung und einer besseren Lesbarkeit wird im Folgenden auf die zusätzliche Formulierung der weiblichen Form verzichtet. Die ausschließliche Verwendung der männlichen Form soll dabei als geschlechtsneutral verstanden werden.