

Inhaltsverzeichnis

1 Konzepte der Entscheidungsfindung	1
1.1 Status quo	1
1.2 Zusammenfassung des ersten Kapitels	7
Literatur	8
2 Wissenschaftliche Theorien	13
2.1 Einordnung der Begrifflichkeiten	13
2.2 Modelle und Theorien	35
2.3 Zusammenspiel der wissenschaftlichen Disziplinen	82
2.4 Zusammenfassung des zweiten Kapitels	103
Literatur	104
3 Wissenschaftliche Methodik	119
3.1 Forschungsphilosophie	119
3.2 Forschungsansatz	121
3.3 Ziele der Studie	122
3.4 Übersicht und Struktur der Forschung	123
3.5 Forschungsstrategie und Design	125
3.6 Beschreibung des Pilot-Tests	129
3.7 Beschreibung des finalen Experiments und der Umfrage	134
3.8 Beschreibung der Interviews	150
3.9 Forschungsmethode	151
3.10 Zeithorizont	152
3.11 Datenerhebung und Interpretation	152
3.12 Zusammenfassung des dritten Kapitels	156
Literatur	156

4	Empirische Forschung und Datenerhebung	161
4.1	Pre- und Pilot-Tests	163
4.2	Datenerhebung – finale Untersuchung	173
4.3	Datenerhebung – Experiment	186
4.4	Datenerhebung – Interviews	217
4.5	Zusammenfassung des vierten Kapitels	235
	Literatur	236
5	Diskussion	239
5.1	Diskussion der Erhebungen	239
5.2	Diskussion des Experiments	244
5.3	Diskussion der Interviews	253
5.4	Zusammenfassung des fünften Kapitels	259
	Literatur	262
6	Fazit der theoretischen und praktischen Ergebnisse	265
6.1	Einleitende Bemerkung	265
6.2	Fazit der Befragung	266
6.3	Fazit des Experiments	267
6.4	Fazit der Interviews	268
6.5	Fazit und Verbindung zu anderen Theorien	268
6.6	Fazit und Anwendungen in der Praxis	269
6.7	Ausblick und Forschungslücke	272
	Literatur	272
7	Implizite Motive in der praktischen Anwendung	275
7.1	Abgeleiteter Handlungsbedarf aus der Forschung	275
7.2	Motivdiagnostik in der praktischen Anwendung	276
7.3	Codierung und Decodierung von impliziter Kommunikation	277
7.4	Praxisbeispiele Ikonen der Markenführung	289
7.5	Fazit zur impliziten Markenführung	312
	Literatur	313