

<b>1</b>	<b>Einführung</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Konzeptionelle Grundlagen</b>	<b>9</b>
2.1	Grundlagen von Absicht und Verhalten	10
2.1.1	Modelle für Verhaltensabsichten: Theorien des überlegten Handelns, des geplanten Verhaltens und des Adoptionsprozesses	10
2.1.2	Kaufabsicht und Verhalten. Ein Systematischer Fehler bei der Erhebung?	11
2.2	Zentrale definitorische und theoretische Bezugspunkte	13
2.2.1	Duale und kognitive Prozesstheorie beim Beantworten von Umfragen	13
2.2.2	Construal Level Theory und mentale Simulation	15
2.2.3	Die Rolle des Produktverständnisses bei Kaufabsichtsbefragungen	18
2.2.4	(Kaufabsichts-)Befragungen auf Crowdsourcing-Plattformen	20
2.3	Bestandsaufnahme der Literatur zu Kaufabsichtsbefragungen	21
2.3.1	Produkt- und innovationsbezogene Faktoren	22
2.3.2	Methodische Faktoren	23
2.3.3	Psychologische Faktoren	25
2.3.4	Teilnehmerspezifische Faktoren	27
2.4	Fazit zum Literaturüberblick und Ableitung von Forschungsfragen	28

<b>3 Explorative Untersuchung von (Kauf-)Absichtsskalen .....</b>	<b>33</b>
3.1 Einführung .....	33
3.2 Konzeptioneller Hintergrund, Untersuchungsrahmen und Forschungsfragen .....	37
3.2.1 Kaufabsicht gleich Absicht? Die Rolle von Geld und Zeit .....	38
3.2.2 Kaufabsicht gleich Kaufabsicht? Ein systematischer Vergleich von Kaufabsichtsskalen .....	40
3.3 Studie 1: Vergleich von Absicht und Kaufabsicht .....	43
3.3.1 Vorgehensweise .....	43
3.3.2 Stichprobe .....	45
3.3.3 Abhängige Variablen .....	45
3.3.4 Ergebnisse .....	46
3.4 Studie 2: Explorative Untersuchung von Kaufabsichtsskalen .....	49
3.4.1 Bedingungen und Vorgehensweise .....	49
3.4.2 Stichprobe .....	50
3.4.3 Ergebnisse .....	50
3.5 Allgemeine Diskussion .....	58
<b>4 Präzise Kaufabsichten: Der Einfluss preisbezogener Variablen .....</b>	<b>63</b>
4.1 Einführung .....	63
4.2 Konzeptioneller Hintergrund .....	67
4.2.1 Konsistenz zwischen Kaufabsichten und -verhalten und Einflussfaktoren dieser Beziehung .....	68
4.2.2 Produktverständnis .....	69
4.2.3 Preisbezogene Informationen in (Kaufabsichts-) Befragungen .....	70
4.2.4 Untersuchungsrahmen und Hypothesenentwicklung .....	71
4.3 Studie 1: Die Rolle von preisbezogenen Informationen in Kaufabsichtsfragen .....	75
4.3.1 Vorgehensweise .....	75
4.3.2 Stichprobe .....	76
4.3.3 Experimentelle Stimuli .....	76
4.3.4 Abhängige Variablen .....	77
4.3.5 Ergebnisse .....	79
4.3.6 Diskussion .....	83
4.4 Studie 2: Die Rolle von preisbezogenen Informationen in Umfragen zum allgemeinen Produktverständnis .....	85
4.4.1 Vorgehensweise .....	85

4.4.2	Stichprobe .....	85
4.4.3	Experimentelle Stimuli .....	86
4.4.4	Abhängige Variablen .....	87
4.4.5	Ergebnisse .....	88
4.4.6	Diskussion .....	91
4.5	Robustheitstest .....	92
4.5.1	Weniger überschätzte Absichten und geringere hypothetische Verzerrungen in Umfragen .....	93
4.5.2	Vermehrt aufgezählte Vor- und Nachteile, ausgelöst durch die Zahlungsbereitschaftsfrage .....	94
4.6	Studie 3: Analyse des Zahlungsbereitschaftsphänomens .....	96
4.6.1	Vorgehensweise .....	96
4.6.2	Stichprobe .....	97
4.6.3	Abhängige und unabhängige Variablen .....	97
4.6.4	Deskriptive Auswertung .....	98
4.6.5	Mediationsanalyse: Der Mechanismus hinter dem vermehrten Aufzählen von Produktvor- und Nachteilen .....	99
4.6.6	Diskussion .....	101
4.7	Allgemeine Diskussion .....	101
4.7.1	Zusammenfassung der Ergebnisse .....	102
4.7.2	Allgemeine Implikationen und Forschungsbeitrag .....	103
4.7.3	Allgemeine Limitationen und weiterer Forschungsbedarf .....	106
<b>5</b>	<b>Präzise Umfragen auf Crowdsourcing-Plattformen: Entwicklung und Validierung eines teilnehmerspezifischen Qualitätsindexes .....</b>	<b>107</b>
5.1	Einführung .....	107
5.2	Konzeptionelle Grundlagen und Literaturüberblick von Crowdsourcing-Plattformen .....	110
5.2.1	Merkmale und Besonderheiten im Vergleich zu herkömmlichen Datenquellen .....	110
5.2.2	Bisherige Forschung zur Datenqualität bei Crowdsourcing-Plattformen .....	112
5.3	Überblick der Konstruktdefinition .....	116
5.4	Empirie .....	118
5.4.1	Zusammenfassung des methodischen Vorgehens .....	118
5.4.2	Literaturrecherche .....	121

5.4.3	Konstruktspesifikation mithilfe der Repertory Grid	
	Methode .....	123
5.4.3.1	Methodisches Vorgehen: Repertory Grid	
	Interview .....	123
5.4.3.2	Entwicklung der fiktiven Szenarien für	
	Repertory Grid .....	124
5.4.3.3	Überblick über Rohitems .....	126
5.4.3.4	Standardisierung der Rohitems	
	in Unterthemen .....	127
5.4.3.5	Gruppierung der standardisierten	
	Unterthemen in Oberthemen .....	131
5.4.4	Modellspezifizierung .....	132
5.4.4.1	Auswahl der Items .....	133
5.4.4.2	Vorgehen der Onlinebefragung .....	133
5.4.4.3	Gütebeurteilung der reflektiven	
	Komponenten .....	134
5.4.4.4	Gütebeurteilung der formativen Konstrukte ....	151
5.5	Fazit und Implikationen für Management und Forschung,	
	Limitation und weiterer Forschungsbedarf .....	157
5.6	Limitationen und weiterer Forschungsbedarf .....	162
<b>6</b>	<b>Schlussbetrachtung</b> .....	165
<b>Literatur</b>	.....	173