

1	Einführung	1
2	Konzeptionelle Grundlagen	9
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

3	Explorative Untersuchung von (Kauf-)Absichtsskalen	33
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
4	Präzise Kaufabsichten: Der Einfluss preisbezogener Variablen	63
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
5	Präzise Umfragen auf Crowdsourcing-Plattformen: Entwicklung und Validierung eines teilnehmerspezifischen Qualitätsindex	107
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	Konstruktspezifikation 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
6	Schlussbetrachtung	165
Literatur	173