

## Inhaltsverzeichnis

Geleitwort .....	VII
Vorwort.....	IX
Danksagung.....	XI
Inhaltsverzeichnis .....	XIII
Tabellenverzeichnis.....	XVII
Abbildungsverzeichnis .....	XXI
Formelverzeichnis .....	XXIII
Abkürzungsverzeichnis.....	XXV
1 Einleitung .....	1
1.1 Die enttäuschende Entwicklung der Akzeptanz von Elektroautos.....	1
1.2 Der Druck durch die Vorreiterrolle der Volksrepublik China .....	4
1.3 Konzept und Aufbau der Arbeit .....	6
2 Der Markt für Elektrofahrzeuge .....	11
2.1 Geschichte und Entwicklung.....	11
2.2 Varianten von Elektrofahrzeugen .....	13
2.3 Mangelnde Nachfrage nach Elektrofahrzeugen .....	15
2.3.1 Nachfrage in Deutschland .....	16
2.3.2 Nachfrage in China .....	20
2.4 Wirkungslosigkeit der staatlichen Förderung .....	24
2.4.1 Staatliche Förderung in Deutschland .....	26
2.4.2 Staatliche Förderung in China .....	28
2.5 Breites Angebot an Elektrofahrzeugen .....	32
2.5.1 Angebot in Deutschland.....	33
2.5.2 Angebot in China.....	36
2.5.3 Carsharing mit Elektrofahrzeugen .....	39
3 Forschungsstand .....	43
3.1 Studien ohne persönliche Erfahrung .....	44
3.2 Studien mit persönlicher Erfahrung.....	51
3.3 Ländervergleiche .....	60
3.4 Modelle auf Basis von aggregierten Daten .....	62
3.5 Prognosen.....	65

3.6	Studien zur gewerblichen Nutzung von Elektroautos.....	71
4	Theorien und Modelle.....	75
4.1	Akzeptanz .....	76
4.2	Verhaltenstheorien.....	77
4.2.1	Theory of Reasoned Action.....	78
4.2.2	Theory of Planned Behavior.....	79
4.3	Technologie-Akzeptanz-Modelle .....	80
4.3.1	Technology Acceptance Model.....	81
4.3.2	Combined TAM-TPB.....	85
4.3.3	Technology Acceptance Model II .....	86
4.3.4	Unified Theory of Acceptance and Use of Technology .....	87
4.3.5	Technology Acceptance Model III .....	88
4.3.6	Erweiterung des Technology Acceptance Model um Affekt .....	89
4.4	Theorien und Konzepte zu Innovationen und innovativem Verhalten .....	90
4.4.1	Innovationsarten.....	91
4.4.2	Innovationsdiffusion .....	93
4.4.3	Merkmale von Innovatoren .....	97
4.4.4	Innovationsfreude.....	98
4.4.5	Novelty Seeking .....	101
4.4.6	Meinungsführerschaft .....	102
4.4.7	Involvement .....	103
4.4.8	Intrinsische und extrinsische Motivation .....	104
4.5	Kulturtheorien .....	104
5	Theoriemodell zur Analyse der Akzeptanz von Elektroautos .....	109
5.1	Nutzungsintention als abhängiges Konstrukt .....	111
5.2	Einflussfaktoren.....	112
5.2.1	Wahrgenommener Nutzen .....	114
5.2.2	Wahrgenommene Leichtigkeit der Nutzung .....	125
5.2.3	Affekt .....	127
5.2.4	Subjektive Norm .....	131
5.2.5	Objektive Nutzbarkeit .....	132
5.2.6	Preissensitivität.....	136
5.2.7	Erfahrung .....	144

---

5.2.8	Involvement .....	146
5.3	Moderatoren .....	148
5.3.1	Erfahrung .....	148
5.3.2	Kultur .....	152
5.3.3	Geschlecht .....	158
5.3.4	Alter .....	161
5.3.5	Einkommen .....	164
5.4	Zusammenfassung der Hypothesen .....	166
6	Methode.....	175
6.1	Operationalisierung der Konstrukte .....	175
6.1.1	Pretests für Erhebung 1 .....	176
6.1.2	Pretest für Erhebung 2 .....	179
6.1.3	Entwicklung des Fragebogens .....	184
6.2	Datenerhebung und Stichproben .....	193
6.2.1	Erhebung 1: Repräsentativbefragungen .....	194
6.2.2	Erhebung 2: Experimentstudien .....	199
6.2.3	Grenzen der Datenerhebung .....	208
6.3	Strukturgleichungsmodellierung .....	211
6.3.1	Kovarianzbasierter Ansatz .....	211
6.3.2	Varianzbasierter Ansatz .....	212
6.3.3	Vergleich der beiden Ansätze .....	216
6.3.4	Spezifikation der Konstrukte .....	217
6.3.5	Beurteilung der PLS-Schätzung .....	220
6.3.6	Grenzen von Strukturgleichungsmodellen .....	233
6.4	Vergleich von Stichproben .....	233
7	Ergebnisse .....	235
7.1	Repräsentativbefragungen in Deutschland und China .....	235
7.1.1	Vergleichsanalyse von Deutschland und China .....	235
7.1.2	Modellschätzungen in Deutschland und China .....	243
7.1.3	Zwischenfazit der Repräsentativbefragungen .....	277
7.2	Experimentstudien in Deutschland und China .....	279
7.2.1	Marktpotentialschätzungen .....	279
7.2.2	Modellschätzungen der Experimentstudie .....	298

---

7.2.3	Zwischenfazit der Experimentstudien.....	310
8	Fazit.....	315
8.1	Implikationen für die Praxis.....	318
8.2	Implikationen für die Forschung.....	321
Literatur	.....	323
Anhang.....		367

Akzeptanz von Elektroautos in Deutschland und China

Eine Untersuchung von Nutzungsintentionen im  
Anfangsstadium der Innovationsdiffusion

Dudenhöffer, K.

2015, XXVII, 398 S. 40 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-09117-0