

Inhaltsverzeichnis

Tabellenverzeichnis.....	XI
Abbildungsverzeichnis.....	XIII
Abkürzungsverzeichnis	XV
Fremdwörterzeichnis	XVII
1 Einleitung.....	1
1.1 Einführung in die kollaborative Wirtschaft	1
1.2 Problemaufriss und Ziel der Arbeit	3
1.3 Struktur der Arbeit	6
2 Die digital-kollaborative Wirtschaft	9
2.1 Terminologie	9
2.2 Merkmale der digital-kollaborativen Wirtschaft	10
2.2.1 Bessere Nutzung ungenutzter Ressourcen.....	12
2.2.2 Technologie als grundlegende Komponente	15
2.2.3 Zugangsdiskurs	16
2.2.4 Kompensationsdiskurs	20
2.2.5 Interpretationsraum des Begriffs <i>Teilen</i>	21
2.3 Auslöser und Neuheit.....	23
2.4 Arbeitsdefinition	25
3 Konkretisierung der digital-kollaborativen C2C-Vermietung.....	27
3.1 Schlüsselbegriffe.....	27
3.1.1 Austauschprozess der Vermietung	27
3.1.1.1 Definition in Abgrenzung zu Verleih und Verkauf	27
3.1.1.2 Vermietung im Kontext des Konsumprozesses	28
3.1.2 Physische Gebrauchsgüter als Vermietungsobjekte	31
3.2 Bereiche der digital-kollaborativen Wirtschaft und Einordnung des Forschungskontexts	32
3.2.1 Zweckbasierte Klassifikation und Einordnung	32
3.2.2 Ressourcenbezogene Klassifikation und Einordnung	34

3.2.3 Marktstrukturbezogene Klassifikation und Einordnung	35
3.2.4 Unternehmensrollenbezogene Klassifikation und Einordnung	38
3.3 Phasenbezug der Forschungsfragen innerhalb des Forschungskontexts	40
4 Modell- und Hypothesenentwicklung	43
4.1 Forschungsfrage 1 – Konzeptualisierung des Kausalmodells und Hypothesenbildung	43
4.1.1 Die Vermietungserwartung als abhängige Variable	43
4.1.2 Bezugsrahmen zur Exploration von Prädiktoren	46
4.1.3 Prädiktoren der Theorie des geplanten Verhaltens	48
4.1.3.1 Affektive Einstellung [global]	49
4.1.3.2 Subjektive Norm [global]	52
4.1.3.3 Empfundene Verhaltenskontrolle [global]	53
4.1.4 Potenziell modellerweiternde Prädiktoren	53
4.1.4.1 Deskriptive Norm	54
4.1.4.2 Vergangenes Verhalten	56
4.1.5 Prädiktoren im Teilmodell – Konsequenzerwartungen zur Vorhersage der affektiven Einstellung	58
4.1.5.1 Erwarteter finanzieller Nutzen	59
4.1.5.2 Erwarteter gesellschaftlicher Nutzen	60
4.1.5.3 Erwarteter ökologischer Nutzen	62
4.1.5.4 Erwartetes Risiko der Abnutzung und des Verlusts	63
4.1.5.5 Erwarteter Aufwand	65
4.1.6 Einfluss der persönlichen Bedeutung des Vermietungsobjekts	66
4.2 Forschungsfrage 2 – Diskussion von Soziodemografika und Hypothesenbildung	70
4.3 Überblick Hypothesen, Hauptmodell und Teilmodell	76
5 Vorbereitung der quantitativen Untersuchung	79
5.1 Untersuchungskonzept	79
5.1.1 Datenquelle, zeitlicher Kontext und Datenumfang	79
5.1.2 Grundgesamtheit, Moderation und Erhebungsform	80
5.1.3 Quotierung und Stichprobengröße	81
5.2 Vorüberlegungen zur Operationalisierung	83
5.2.1 Analysemethodik	83
5.2.1.1 Hauptmodell und Teilmodell – Dependenzanalyse	83

5.2.1.2 Moderatoreffekt	84
5.2.2 Anzahl und Auswahl der Items bei theoretischen Konstrukten	85
5.2.3 Formulierung der Items.....	87
5.2.4 Skalenniveau und Skalierung vor dem Hintergrund der Analyse	88
5.2.5 Pretests	89
5.3 Operationalisierung der Hauptmodellvariablen.....	90
5.3.1 Messung der Vermietungserwartung	91
5.3.2 Messung der affektiven Einstellung [global]	92
5.3.3 Messung der injunktiven Norm [global]	94
5.3.4 Messung der deskriptiven Norm [global]	95
5.3.5 Messung der empfundenen Verhaltenskontrolle [global]	97
5.3.6 Messung der Erfahrungsvariablen	100
5.3.7 Messung der Bedeutung des Gegenstandes als Moderator.....	101
5.4 Messung der Konsequenzerwartungen	101
6 Quantitative Untersuchung.....	103
6.1 Durchführung.....	103
6.2 Analysevorbereitung.....	104
6.2.1 Datenbereinigung, Repräsentativität und Vergleichbarkeit	104
6.2.2 Prüfung der Konstrukte zur Indexierung.....	106
6.2.3 Vorstellung der Regressionsprämissen	110
6.3 Analyse des Hauptmodells.....	113
6.3.1 Deskriptive Beschreibung und Mittelwertvergleiche	113
6.3.1.1 Vermietungserwartung – Mittelwerte der Gruppen und Soziodemografika .	113
6.3.1.2 Erfahrung der Konsumenten und Bewertung der Prädiktoren	117
6.3.2 Prüfung der Zusammenhangs- und Moderatorhypothesen.....	119
6.3.2.1 Erfüllung der Prämissen zur Regressionsanwendbarkeit	119
6.3.2.2 Erklärbarkeit der Vermietungserwartung und inkrementelle Validität	120
6.3.2.3 Einflüsse der unabhängigen Variablen	124
6.3.2.4 Gruppenvergleich der Einflüsse.....	128
6.4 Analyse des Teilmodells	132
6.4.1 Deskriptive Beschreibung der Konsequenzerwartungen	132
6.4.2 Prüfung der Zusammenhangs- und Moderatorhypothesen.....	133
6.4.2.1 Erfüllung der Prämissen zur Regressionsanwendbarkeit	133

6.4.2.2 Erklärbarkeit der affektiven Einstellung.....	134
6.4.2.3 Einflüsse der Konsequenzerwartungen.....	135
6.4.2.4 Gruppenvergleich der Einflüsse.....	139
7 Fazit.....	143
7.1 Kernergebnisse und Implikationen	143
7.1.1 Erklärbarkeit und Beeinflussung der Vermietungserwartung	143
7.1.2 Diskriminierende soziodemografische Merkmale und vermietungsaffine Gruppen	145
7.2 Limitationen und Forschungsausblick	147
Literaturverzeichnis	151
Anhang	187

Der Konsument in der digital-kollaborativen Wirtschaft
Eine empirische Untersuchung der Anbieterseite auf
C2C-Plattformen

Zimmermann, V.

2017, XVII, 219 S. 15 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-16651-9