

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung.....	1
1.1 Forschungsstand.....	4
1.1.1 Der Bezugsrahmen von digitalen Zahlungsdienstleistungen	5
1.1.2 Digitale Zahlungsdienstleistungen (Electronic Payment).....	7
1.1.3 Digitale Zahlungsdienstleistungen (Mobile Payment)	8
1.2 Forschungslücken und Auswahlbegründungen.....	18
1.2.1 Akzeptanz von Mobile Payment mittels Smartphone im stationären Handel	19
1.2.2 Kulturelle und regulatorische Besonderheiten Europas	21
1.2.3 Methodische Vorgehensweise – Methoden-Mix	22
1.3 Forschungsfrage	23
1.4 Methodik.....	23
1.5 Relevanz der Arbeit.....	26
1.6 Aufbau der Arbeit.....	30
2 Mobile Payment – Grundlagen.....	33
2.1 Einordnung und Begriffsdefinition von Mobile Payment	33
2.1.1 Electronic Business – Electronic Commerce – Electronic Payment	35
2.1.2 Mobile Business.....	40
2.1.3 Mobile Commerce	52
2.1.4 Mobile Payment	56
2.2 Potentiale und Anforderungen von Mobile Payment.....	71
2.2.1 Erfolgskritische Rahmenbedingungen von Mobile Payment.....	71
2.2.2 Mobile Payment im internationalen Kontext	91
2.3 Mobile Payment Anwendungsbereiche und Technologien	94
2.3.1 Anwendungsbereiche von Mobile Payment	95
2.3.2 Mobile Payment Technologien.....	102
2.3.3 Ablauf des Mobile Payment Prozesses.....	111
2.4 Das Mobile Payment Ökosystem	113

2.4.1 Zentrale Mobile Payment Akteure	115
2.4.2 Mobile Payment Strategien	124
2.5 Zusammenfassung und Klassifizierung von Mobile Payment in dieser Arbeit.....	134
3 Theoretischer Bezugsrahmen – Technologieakzeptanz	139
3.1 Grundlagen der Akzeptanzforschung	139
3.1.1 Adoptionsforschung	140
3.1.2 Diffusionsforschung	141
3.1.3 Akzeptanzforschung	143
3.1.4 Akzeptanz vs. Adoption - Eine zusammenfassende Auswahlbegründung	151
3.2 Technologieakzeptanzmodelle	152
3.2.1 Theory of Reasoned Action.....	154
3.2.2 Technology Acceptance Model (TAM)	157
3.2.3 Theory of Planned Behavior	161
3.2.4 TAM 2	163
3.2.5 Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)	166
3.2.6 TAM 3	169
3.2.7 UTAUT 2	171
3.2.8 Modellerweiterungen	173
3.2.9 Limitationen der Technologieakzeptanzmodelle	176
4 Empirische Untersuchung.....	179
4.1 Systematische Literaturanalyse	179
4.1.1 Beschreibung der methodischen Vorgehensweise	180
4.1.2 Ausgewählte Untersuchungen	182
4.1.3 Ergebnisse der systematischen Literaturanalyse.....	187
4.1.4 Limitationen dieser Untersuchungsstufe	204
4.2 Konzeptionierung eines vorläufigen Untersuchungsmodells	206
4.2.1 Grafische Darstellung des vorläufigen Untersuchungsmodells	206
4.2.2 Vorläufige Prämissenübersicht	207
4.3 Qualitative empirische Untersuchung – ExpertInneninterview	208

4.3.1 Grundlagen der qualitativen Sozialforschungsmethode	209
4.3.2 Beschreibung des Erhebungsverfahrens.....	211
4.3.3 Beschreibung des Auswertungsverfahrens	220
4.3.4 Zusammenfassung der methodischen Vorgehensweise.....	221
4.3.5 Darstellung und Interpretation der Ergebnisse	222
4.3.6. Limitationen dieser Untersuchungsstufe	283
4.4 Synthese der bisherigen Ergebnisse – Finales Untersuchungsmodell	285
4.4.1 Zusammenführung der Erkenntnisse aus der systematischen Literaturanalyse und den ExpertInneninterviews	286
4.4.2 Finales Untersuchungsmodells.....	289
4.5 Quantitative empirische Untersuchung – Befragung mittels Fragebogen ..	304
4.5.1 Beschreibung der methodischen Vorgehensweise – Erhebungsphase	305
4.5.2 Beschreibung der methodischen Vorgehensweise – Auswertungsphase.	310
4.5.3 Darstellung und Interpretation der Ergebnisse	313
4.5.4 Limitationen dieser Untersuchungsstufe	343
4.6 Diskussion und Zusammenfassung der empirischen Untersuchungsstufen	346
4.6.1 Bestätigte Hypothesen.....	346
4.6.2 Nicht bestätigte Hypothesen	349
4.6.3 Der Einfluss der sozio-demografischen Kontrollvariablen	352
5 Synthese	355
5.1 Das Mobile Payment Akzeptanzmodell	355
5.2 Beantwortung der Forschungsfrage.....	356
5.3 Implikationen	358
5.3.1 Theoretische Implikationen.....	358
5.3.2 Praxisorientierte Implikationen	359
5.4 Limitationen	362
5.5 Conclusio & Ausblick	365
Literaturverzeichnis	369

Akzeptanz von digitalen Zahlungsdienstleistungen
Eine empirische Untersuchung am Beispiel von Mobile
Payment mittels Smartphone im stationären Handel
Ginner, M.
2018, XIV, 402 S. 35 Abb., Softcover
ISBN: 978-3-658-19705-6