

## Stichwortverzeichnis

### A

Ästhetik 206 f.  
 Absolute Schwelle 39  
 Adoptionskurve 151  
 Ad-Visor-Verfahren 121 f.  
 AIDA-Formel 224  
 Aided Recall 121  
 AIO-Ansatz 142  
 Aktivierung 37 ff.  
 - maximal 39  
 - minimal 38  
 - normal 38 f.  
 - phasische 38 f.  
 - tonische 38 f.  
 - Über 39  
 Aktualgenese 110  
 Akzeptanz-Modell 319  
 Anlagengeschäft 287  
 Association of Consumer Research 6  
 Attraktivität 230 f.  
 Attributionstheorie 47  
 Aufmerksamkeit 93  
 Austauschbeziehungen 323 f.  
 Auswahlphase 31 f.  
 Auswahlprogramme 106  
 Available Set 175  
 Awareness-Modell 318 f.

### B

Bedarfsverbund 228  
 Bedürfnis(se) 56 ff.  
 - Erkennung 189 f.  
 - Theorien 57  
 Beeinflusser 302  
 Befragung(en) 65 f., 97 f.  
 Begründungszusammenhang 8  
 Behaviorismus 23 f.  
 Behavioristisches SR-Modell 29  
 Benutzer 302 f.  
 Beobachtung 97 f.  
 Berner-System 52 f.  
 Beschaffung 277 ff.  
 - Allianzen 336 f.

- Aufgaben 299 ff.  
 - dezentrale 300 f.  
 - Einzelhandel 291 f.  
 - Entscheidungsprozess 313 ff.  
 - Manager 299  
 - Quelle 311  
 - Strategien 281 ff.  
 - Teile 288  
 - Verhalten 310  
 - Ziele 281  
 Beschwerde 235  
 Beschwerdeplattformen 203, 236  
 Bewertungsmodell 319  
 Bewertungsphase 31 f.  
 Bewusstseins-Modell 318 f.  
 Beziehungsmarketing 261  
 Bezugsgruppen 147 f.  
 Bezugsrahmen 32 ff.  
 Biologischer Ansatz 23  
 Black-Box Betrachtung 29  
 Blickaufzeichnung 98  
 Blog 94  
 Business-to-Business-Marketing 331  
 Buygrid-Konzept 313 ff.  
 Buying Center 289 f.  
 Buying Cycle 32, 34 ff.  
 Buying Network 303

### C

C/D-Paradigma 239 ff.  
 Click-Rates 98  
 Cognitive Maps 217  
 Comparison Shopping 95  
 Conjoint-Analyse 83 ff.  
 Consumer Insight 21  
 Convenience Goods 19  
 Consumer Neuroscience 67  
 Cooperative Sourcing 336  
 Country of Origin-Effekt 198  
 Cross-Buying 228 f.  
 Cross-Selling 229 f.  
 Customer Lifetime Value (CLV) 263 f., 266  
 Customer Relationship Management (CRM)  
 187 f.

## D

Decay Theory 120 f.  
Denken 85, 112 f.  
Design 206 f.  
Deskriptive Ansätze 292  
Determinanten  
- kulturelle 33, 134, 159 ff.  
- persönliche 33, 134 ff.  
- psychische 20, 33  
- soziale 33, 146 ff.  
- Umwelt- 33, 134  
Diffusionskurve 151  
Diskussionsplattformen 236  
Display-Aktion 181  
Dissonanztheorie 75, 241  
Drei-Komponenten-Theorie 71 ff.  
Drei-Perspektiven-Theorie 72  
Dreispichersystem 85 ff.

## E

Ego-Involvement 137  
Eigenschaft  
- Erfahrungs- 22  
- Such- 22  
- Vertrauens- 22  
Einkäufer 299, 302  
Einkaufskooperation 336  
Einstellungen 69 ff.  
Einstellungsmessung 73, 76 ff.  
- eindimensionale 77 f.  
- mehrdimensionale 78 ff.  
Einstellungsmodell(e)  
- ABC-Modell 72  
- von Fishbein 79  
- von Rosenberg 80  
- von Trommsdorff 80 f.  
- mehrdimensionale 82  
Einstellungs-Verhaltens-Hypothese 73, 76  
Elektrodermale Aktivierungsmessung (EDA) 44  
Elektrodermale Reaktion (EDR) 45 f.  
Emotionen 45 ff.  
Entdeckungszusammenhang 8  
Entscheiden 85, 99, 103  
- Entscheider 302  
- Prozess 289  
- Regeln 319  
Entsorgung 237

Episoden 327  
Erfahrungseigenschaften 22  
Erinnerungsverfahren 121  
Erregungsvorgang 45  
Ersatzteilebeschaffung 288  
Euro-Socio-Styles 144  
Evaluierung 189, 193  
EV-Hypothese 73  
Evoked Set 174 f., 177 ff.  
Extensives Kaufverhalten 172 ff.  
Explikative Ansätze 292

## F

Facial-Action-Coding-System (FACS) 52  
Fachopponent 307  
Fachpromotor 305  
Familien 154 ff.  
Familienlebenszyklus 155 f.  
Finanzierung 216  
Fixation 98  
Forschungsparadigma 23  
Fragetypen 227  
Fremdgruppen 147  
Freundesfamilie 154  
Fundamentalemotionen 48  
Funktionelle Magnetresonanztomographie (FMRT) 45, 175 f.  
Fünf-Faktoren-Modell 136

## G

Garantien 205  
Gedächtnis 85, 112 ff.  
Gedächtniswirkung 125  
Gedankliche Schemata 117  
Gegenstandsbeurteilung 69  
Geschäftsbeziehungen 330 ff.  
- Phasen 336  
Geschäftstypen 285 ff.  
Gesichtsausdruck 46  
Gespräch 89 f., 217, 221, 224 ff.  
Gestaltpsychologie 102  
Gestaltung der Leistungseigenschaften 199 f.  
Global Sourcing 280  
Gruppe 146 ff.  
Gruppenentscheidungsmodell 319  
Güterkategorien 19, 283 ff.

**H**

Habitualisierung 177  
 Habituelles Kaufverhalten 177 ff.  
 Halo-Effekt 108  
 Handelsware 277  
 Hemisphären  
 - Forschung 87  
 - Theorie 124 f.  
 Herkunft eines Produktes 198  
 High Involvement 137  
 Hirnhemisphären 87  
 Hits 98  
 Hypothesen 10

**I**

Idealpunktmodell 81  
 Image 126 ff.  
 - Analyse 128  
 - Arten 126  
 - Transfer 126 ff.  
 Imagery-Forschung 124 ff.  
 Impulsivität 179 f.  
 Impulsives Kaufverhalten 179 ff.  
 Individualisierung 213  
 Industriegüter 277  
 Inept Set 175, 265  
 Inert Set 175  
 Information  
 - absichtslose 90  
 - Aufnahme 85, 89 ff., 97 ff.  
 - Beurteilungsprogramme 106  
 - passive 90  
 - Quelle 93, 173, 312  
 - Speicherung 85, 112 ff.  
 - Selektierer 302  
 - Suche 191  
 - Suche, aktive 90  
 - Suche, externe 92  
 - Suche, interne 92  
 - Verarbeitung 85, 99 ff.  
 - Verarbeitungssystem 89  
 - zufällige 90  
 Informations-Display-Matrix 111 f.  
 Informationsökonomischer Ansatz 22, 91  
 Initiator 302  
 Innovation 151  
 Institutionen 6  
 Institutionenökonomik 22, 335

Integration des Kunden 267  
 Integrative Betrachtung von Kundenbeziehungen 260  
 Interaktion  
 - Analyse 157  
 - intraorganisationale 301  
 Interaktionsansatz 294, 322  
 - Typen 323 ff.  
 - multiorganisationaler 327 f.  
 - multipersonaler 325 f.  
 - dyadisch-organisationaler 326 f.  
 - dyadisch-personaler 324 f.  
 - organisationaler 323  
 - personaler 323  
 Interaktionsfaktoren in Familien 156 f.  
 Interferenztheorie 121  
 Interkulturelle Konsumentenforschung 165 f.  
 Interview 158  
 Investitionsgüter 277, 283 ff.  
 Involvement 134, 137 ff., 170 f., 303  
 - High 137  
 - emotionales 138  
 - kognitives 138  
 - Low 137  
 - Objekt- 137  
 - Persönlichkeits- 137  
 - Situations- 137  
 IPA-Analyse 157

**K**

Käuferverhalten  
 - extensives 172 ff.  
 - i. e. S. 3  
 - habituelles 177 ff.  
 - individuelles 11, 294  
 - industrielles 278 f.  
 - impulsives 179 ff.  
 - kollektives 11  
 - limitiertes 174 ff.  
 - organisationales 14, 277 ff.  
 - privates 14  
 - ungeplantes 180  
 Käufer-Verkäufer-Dyade 323  
 Kano-Modell 242  
 Kanten 116  
 Kaufanregung 201  
 Kaufentscheidung 11, 34, 169 ff., 214 ff., 298 ff.  
 - Beteiligte 316

## Stichwortverzeichnis

- extensive 172 ff.
- habituelle 177 ff.
- impulsive 179 ff.
- individuelle 198 f.
- Klassen 314
- kollektive 301 ff.
- limitierte 174 ff.
- monoorganisationale 293 ff.
- multiorganisationale 322 ff.
- polyorganisationale 322 ff.
- organisationale 277 ff.
- Typen 34, 169 ff, 298 f.
- Wiederholung 314
- Kaufphase 185, 214
- Kaufverbund 228
- Kernfamilie 154
- Key-Account-Management 331
- Kindchenschema 49
- Konditionierung
  - klassische 126
  - instrumentelle 126
  - emotionale 127
  - operante 120
- Kognitionen 85 ff.
- Kognitive
  - Entscheidungsmuster 173 f.
  - Konflikte 60
  - Prozesse und Zustände 85 ff.
  - Programme 91, 106 f.
  - Psychologie 24
  - Theorien 120
  - Steuerung 19
  - Werbewirkungsforschung 121 ff.
- Kommunikant 149
- Kommunikation 148 f., 151, 200
- Kommunikator 149
- Konditionen 204 f.
- Konflikt(e)
  - Appetenz-Appetenz- 61
  - Ambivalenz- 60
  - Appetenz-Aversions- 61
  - Aversions- 61
  - Motivationaler 60 f.
  - Präferenz 61
  - Situationen 61, 63
- Konkurrenzprinzip 4
- Konsum 232 ff.
  - hedonistischer 233
  - utilitaristischer 233
- Konsumentensozialisation 178
- Konsumentenverhalten
  - i. e. S. 3
  - in Kundenbeziehungen 91, 185 ff.
- Konsumgüterkategorien 19
- Kooperationen 330 ff.
- Körpersprache 225
- Kreativität 202 f.
- Kritischer Rationalismus 7
- Kultur 159, 161 ff.
- Kulturelle Determinanten 159 ff.
- Kunden
  - Artikulation im Internet 95, 236
  - Bindung 249 ff., 333
  - Bindungsinstrumente 250, 334
  - Bindungsneigung 251
  - Bindungsursachen 334
  - Integration 296, 338
  - Loyalität 244, 253, 258
  - Rückgewinnung 266
  - Treue 247, 259
  - Zufriedenheit 238, 252, 256 f.
- Kundenbeziehung 185 ff., 260 ff.
  - bestehende 199
  - einsequentielle 260
  - integrative Betrachtung von 260 ff.
  - langfristige 20, 188
  - Lebenszyklus 262
  - management 187, 220
  - mehrsequentielle 260
  - neue 199
- Kurzzeitspeicher 88 f.

## L

- Laddering-Technik 66
- Ladengestaltung 43, 220 ff.
- Lamba-Hypothese 38
- Langzeitspeicher 85 f.
- Lasswell-Formel 148
- Lebensstil 140 ff.
  - Forschung 140
  - Konzepte 143
  - Untersuchungen 144
- Lebenszyklus
  - Familien 155
  - Kundenbeziehung 20, 262
- Leiterkonzept 66
- Lernen 85, 112 ff. 117 f.

- nach dem Kontiguitätsprinzip 120
- nach dem Verstärkungsprinzip 120
- Theorien 120
- Lexikografische Regel 174
- Limitiertes Kaufverhalten 174 ff.
- Log-Files 98
- Low Involvement 137

## M

- Machtopponent 307
- Machtpromotor 305
- Managementforschung 165
- Marke 198 ff.
  - Name 107
  - Persönlichkeit 212
  - Politik 31
  - Wert 209
- Mass Customizing 213
- Maximalaktivierung 39
- Means-end-analysis 69, 79
- Medienumwelt 161
- Mehrspeichermodell 85
- Meinungsführer 150 ff.
- Merkmalsausprägung 81
- Messung
  - Aktivierung 43 ff.
  - Einstellung 75 ff.
  - Emotion 50 ff.
  - Informationsaufnahme 97 ff.
  - Informationsspeicherung 121 ff.
  - Involvement 139 f.
  - Informationsverarbeitung 110 ff.
  - Kognition 88
  - Kundenzufriedenheit 256 ff.
  - Kundenloyalität 258 ff.
  - Lernprozess 121 ff.
  - Motivation 64 ff.
- Mikroökonomische Theorie 293
- Minimalaktivierung 38
- Mitgliedschaftsgruppen 147
- Mixed Methods 10
- Modell
  - Fünf-Faktoren- 136
  - von Choffray/Lilien 317 ff.
  - von Engel/Kollat/Blackwell 25 f.
  - von Howard/Sheth 26 f.
  - der IMP-Group 328 f.
  - von Johnston/Lewin 320 ff.

- von Sheth 311 ff.
- von Trommsdorff 80 f.
- von Webster/Wind 308 f.
- Monoorganisationale Ansätze 293, 322
- Monothematische Ansätze 58
- Motiv(e) 55 ff.
  - Theorien 58 ff.
  - Arten 56
- Motivationen 55 ff.
- Motorische Ebene 44
- Motorisches Verhalten 97
- Multiattributmodelle 108
- Multiorganisationale Ansätze 293, 327 f.
- Multiorganisationalität 301
- Multipersonale Ansätze 325 f.
- Multipersonalität 301

## N

- Nachkaufphase 31, 185, 232 ff.
- Nachkaufdissonanz 233
- Nachkauf-Marketing 35
- Neobehaviorismus 23, 30
- Netzwerkfamilie 154
- Netzwerkmodelle 116
- Neukauf 314
- Neue Institutionenökonomik 22
- Neuromarketing 67
- Neurolinguistische Programmierung (NLP) 228
- Normalaktivierung 38
- Normative Ansätze 21, 292
- Nutzung 232
- Nutzungsphase 185, 232 ff.
- Nutzenvorstellungen 300

## O

- Objektinvolvement 137
- Opponenten 306
- Organisationales Verhalten 277 ff.
  - Prozess-/Phasenmodelle 313 ff.
  - Strukturmodelle 308 ff.
- Organisationale Interaktionsansätze 323
- Organisationslose Ansätze 293
- Orientierungsreaktion 100
- Organisationales Käuferverhalten 14, 277 ff.
- Out-of-Stock 216
- Over-all-Messung 77

**P**

Page-Impressions 98  
Party-Phänomen 40  
Persönlich(e)(r)  
- Determinanten 134 ff.  
- Kommunikation 148 ff.  
- Verkauf 225  
Persönlichkeit(s) 134 ff.  
- duale 15  
- Involvement 137  
- Merkmale 134  
- psychodynamische 135  
Personale Interaktionsansätze 323  
Personal-Selling 225, 294  
Phasenansätze 20  
Phasenmodelle 31 f.  
Physiologische(r)(s)  
- Ansatz 23  
- bedingte Motive 56  
- Indikatoren 44  
- Risiko 96  
Polythematische Motivtheorien 59  
POS-Displays 93  
Potenziale 327  
Prädisposition 134, 170  
Präferenzen 84  
Präferenzkonflikt 61  
Preis 204  
- Günstigkeitsurteil 196  
- Qualitäts-Assoziationen 107  
- Wahrnehmung und -beurteilung 196  
- Würdigkeitsurteil 196  
- Zufriedenheit 205  
Primärgruppen 146 ff.  
Problem  
- Erkennung 189  
- latentes 190  
- offensichtliches 190  
Produkt  
- Beurteilung 103 f., 108, 148  
- Differenzierung 51  
- Elemente 194  
- Geschäft 286  
- Herkunft 198  
- Involvement 137  
- Umfeldinformationen 103  
- Wahrnehmung 103  
Projektive Tests 65

Promotoren 305  
Promotoren-/Opponenten-Konzept  
304 ff.  
Protokollierung 98  
Protokolle lauten Denkens 112  
Prozedurales Wissen 113  
Prozess(e)  
- aktivierende 37 ff.  
- Anregungsphase 31  
- Kauf 19 ff.  
- kognitive 85 ff.  
- Modelle 301 ff.  
- Phasenmodelle 34 ff.  
- Promotor 305 f.  
Psychische  
- Erklärungsstrukture 37 ff.  
- Determinanten 20  
- Lerntheorien 118  
Psychobiologische Verfahren 50  
Psychologisches Risiko 96  
Publikationsorgane 6

**Q**

Qualitätszufriedenheit 204  
Qualitative Verfahren 10,  
Quantitative Verfahren 10

**R**

Reaktion  
- elektrodermale 45  
- Orientierungs- 100  
Realisierungsphase 31  
Recognition-Tests 122  
Regel  
- disjunktive 174  
- konjunktive 174  
Reiz(e)  
- äußere 41  
- emotionale 49  
- kognitive 41  
- physikalische 41  
- erotische 49  
- innere 41  
- Diskrimination 118  
- Generalisation 118  
Reject Set 175  
Relationship Management 187 f.  
Relationship Marketing 261,331

Retail Brand 31, 140  
 RFM-Modell 260  
 Risiko  
 - Arten 96  
 - finanzielles 96  
 - funktionales 96  
 - Kontinuum 321  
 - psychologisches 96  
 - physiologisches 96  
 - Versäumnis 96  
 - wahrgenommenes 95 f., 319  
 - zeitliches 96  
 Rolle(n) 153  
 - Attribute 153  
 - Interviews 159  
 - Konflikte 319  
 - Konzept 302  
 - Verhalten 153  
 - Verteilung 157  
 Rosenzweig-/Picture-Frustration-Test 66

## S

Saccaden 98  
 Satzergänzungstest 66  
 Schalenmodell 33  
 Schemata 115 f., 117  
 Schicht 159  
 Schichtungskriterien 160  
 Schlüsselinformationen 104, 107, 112  
 Scoring-Modelle 259  
 Sekundärgruppen 146  
 Selbstkonzepttheorie 141 f.  
 Selbstverwirklichung 57  
 Selektivität 100  
 Selling Center 307  
 Semantisches  
 - Differenzial 78  
 - Netzwerk 115  
 - Wissen 113  
 Sensibilisierungs-Marketing 190  
 Sensorische(r)  
 - Adaption 88  
 - Informationsspeicher 85  
 Services 230  
 ServQual 231  
 Shopping Goods 19  
 Skalogramm-Methode 78  
 Skript 116

Social Media-Plattformen 95  
 Society for Consumer Psychology 6  
 Sozial(e)(r)  
 - Determinanten 134  
 - Forschung 10  
 - Motive 57  
 - Risiko 96  
 - Rolle 153  
 - Schicht 159 ff.  
 - Status 153  
 - System 153  
 - Techniken 106  
 Soziologische Ansätze 24  
 Sourcing-Konzepte 338  
 Spannung 37  
 Speciality Goods 19  
 Speichermodell 85  
 SR- und SOR-Modelle 28 ff., 120  
 Status 153  
 Statuskriterien 160  
 Stiftung Warentest 109 f.  
 Stimmungen 46, 53  
 Store Brand 31  
 Strukturmodelle 308 f.  
 Subjektivität 43, 100  
 Subkultur 159, 161 ff.  
 Such(e)  
 - Phase 31  
 - Eigenschaften 22  
 - Kauf 172  
 - Systematische 91  
 Systemgeschäft 286  
 System Sourcing 337

## T

Tachistoskop 110  
 Team Selling 326  
 Thematischer Apperzeptions-Test 65 f.  
 Theorie(n) 9 ff.  
 - der dualen Codierung 124 f.  
 - der feinen Leute 197  
 - der kognitiven Dissonanz 60, 75, 120, 241  
 - des sozialen Vergleichs 147  
 - des verbalen und bildlichen Lernens 120  
 - ökonomische 21 f.  
 - Verhaltenswissenschaftliche 23 f.  
 Tiefenpsychologie 23  
 Total Set 175, 193

## Stichwortverzeichnis

Totalmodelle 25 ff.  
Träger von Kaufentscheidungen 11  
Transaktionen 323  
Transaktionsmarketing 261  
Transaktionsanalyse 227  
Treue 259

### U

Umweltbedingte Einflussfaktoren 308  
Umfeldentwicklung 5  
Umweltpsychologisches Verhaltensmodell 218  
Unaided Recall 121  
Unterschwellige Wahrnehmung 100, 104  
Urteilsheuristiken 195

### V

Variety Seeking 64  
Veblen-Effekt 62, 197  
Vektormodell 81  
Verbund  
- Matrix 229  
- Wirkungen 228 f.  
Vergessen 120  
Vergleichende Verhaltensforschung 23  
Verhalten  
- divergierendes 5  
- individuelles 19 ff., 298 ff.  
- organisationales 277 ff.  
- multioptionales 5  
- in der Einkaufsstätte 216  
- motorisches 97  
Verhaltenswissenschaftliche Theorien und Ansätze 23 ff.  
Verkaufsgespräch 93, 217, 220, 224 ff.  
Verkaufsraumgestaltung 220 f.  
Vertrauenseigenschaften 22  
Verwender 302  
Verwertungszusammenhang 8  
Viral Marketing 149  
Virtuelle Meinungsplattformen 95, 236  
Visits 98  
Vorauswahlphase 31  
Vorkaufphase 185, 189

### W

Wahrnehmung 85, 99 ff.

- Abwehr 105  
- Mangelzustand 55  
- Test 110  
- von Unterschieden 192  
Weblog 95  
Weisheit 113  
Werbung 41  
- Pretest Ad-Visor 122  
- massierte 119  
- verteilte 119  
- Wirkung 121  
Werte 135, 161  
- Dynamik 136  
- Wandel 136  
Wertkettensystem 12  
Wertschöpfungseinbindung 336 f.  
Wettbewerbsvorteile 4  
Wiedererkennungsverfahren 122  
Wiederholungskauf  
- identischer 314  
- modifizierter 314  
Wir-Bewusstsein 147  
Wissen(s) 112 ff.  
- episodisches 113  
- deklaratorisches (deklariertes) 113  
- prozedurales 113  
- vorhandenes 193  
- Kompilierung 117  
- Repräsentation 114 ff.  
- Strukturen 114 f.  
- gespeichertes 115  
Wissenschaftstheorie 7 ff.  
Wortassoziationstest 66

### Z

Zeit 191  
Zentrale Beschaffungsorganisation 300  
Ziel-Mittel-Analyse 67, 69  
Zuliefergeschäft 286  
Zulieferpyramide 337  
Zustände 37 ff.  
Zweistufige Kommunikation 150 ff.