

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	7
1.1	Problemstellung und Forschungsfrage.....	7
1.2	Ziele der Arbeit.....	8
1.3	Abgrenzung.....	8
1.4	Gang der Argumentation.....	9
2	Begriffsdefinition	10
2.1	Einstellungen.....	10
2.1.1	Vorurteile und Stereotypen.....	11
2.1.2	Einstellungstheorien.....	11
2.1.3	Funktionen von Einstellungen.....	13
2.2	Kognitive Dissonanz.....	14
2.2.1	Einstellungsänderungen.....	15
2.3	Authentifizierung.....	16
2.4	Biometrie/Biometrik.....	17
2.5	KonsumentInnen.....	18
3	Mensch und Technik	19
3.1	Technologieakzeptanz.....	20
3.1.1	Marktakzeptanz.....	20
3.1.2	KonsumentInnenakzeptanz.....	21
3.2	Biometrie in den Medien.....	22
4	Biometrische Authentifizierung	24
4.1	Einsatzmöglichkeiten.....	25
4.2	Leistungsmerkmale.....	26
4.3	Rahmenbedingungen.....	27
4.3.1	Rechtliche Rahmenbedingungen.....	27
4.3.2	Soziale Rahmenbedingungen.....	29
4.4	Authentifizierungsverfahren.....	29
4.4.1	Fingerabdruckerkennung.....	29
4.4.2	Gesichtserkennung.....	34
4.4.3	Iriserkennung.....	37

4.4.4	Spracherkennung.....	39
4.4.5	Unterschriftenerkennung.....	42
4.5	Perspektiven und Zusammenfassung.....	46
5	Empirische Untersuchung.....	47
5.1	Methodik der Datengewinnung (ZMET).....	47
5.1.1	Theorie zur ZMET.....	47
5.1.2	Das ZMET-Interview.....	48
5.1.3	Auswertung eines ZMET-Interviews.....	50
5.1.4	Einschränkung der ZMET.....	51
5.2	Sampling.....	51
5.3	Interviewdurchführung.....	52
5.4	Transkription.....	53
5.5	Qualitative Inhaltsanalyse.....	53
5.5.1	Hintergrund.....	53
5.5.2	Anwendung.....	55
5.5.3	Beispiel (Bilderset).....	56
5.5.4	Beispiel (qualitative Inhaltsanalyse).....	58
5.5.5	Kategorienauswertung und Hypothesen.....	61
5.5.6	Sorgen/Ängste.....	61
5.5.7	Möglichkeiten.....	67
5.5.8	Einstellungen.....	70
5.5.9	Spezifische Verfahren.....	77
6	Schlussfolgerungen.....	81
7	Zusammenfassung.....	83
8	Abbildungsverzeichnis.....	84
9	Literaturverzeichnis.....	85