

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	X
Tabellenverzeichnis	XII
Abstract	XIV
1 Einleitung	1
1.1 Ausgangslage und Problemstellung	1
1.2 Forschungslücken	2
1.3 Forschungsziel und Forschungsfrage	4
1.4 Methodik und Vorgehen	5
1.4.1 Methodischer Ansatz	5
1.4.2 Erkenntnisobjekt	7
1.4.3 Forschungsobjekt	7
1.4.4 Untersuchungsfokus	8
1.5 Struktur der Arbeit	10
2 Literaturübersicht	13
2.1 Die Funktion des Eigentums	13
2.1.1 Konstitutive Funktion	13
2.1.2 Persönliche Funktion	15
2.1.3 Dimensionen der persönlichen Bedeutung	18
2.2 Eigentum und Selbst-Konzept	20
2.2.1 Die Definition des Selbst-Konzepts	20
2.2.2 Das multidimensionale Selbst-Konzept	21
2.2.3 Selbst-Konzept Motive	27
2.2.4 Eigentum und Selbst-Konzept	28
2.2.5 Selbst-Kongruenz	29
2.3 Eigentum und Perceived Value	31
2.3.1 Differenzierung des Begriffes "Wert"	31
2.3.2 Normierung des Perceived Value	32
2.3.3 Entwicklung des Perceived Value Konstrukts	33
2.3.4 Konzeptionelle Abgrenzungen	39
2.3.5 Messung des Perceived Value	41
2.3.6 Eigentum im Kontext des Perceived Value	44

2.4	Rahmentheorien	46
2.4.1	Extended Self	46
2.4.2	Person-Objekt Beziehung (<i>Material Possession Attachment</i>)	48
2.4.3	Der Endowment Effekt	51
2.4.4	Eigentumseffekte bei Dienstleistungen	52
2.5	Vergleich der Theorien	54
3	Selbst-Kongruenz und Eigentum	59
3.1	Einleitung	59
3.2	Ziel und Zweck der Studie	59
3.2.1	Forschungsfokus	59
3.2.2	Forschungsfragen und Hypothesen	60
3.3	Methodik	63
3.3.1	Indirekte Methodik	63
3.3.2	Direkte Methode	65
3.3.3	Malhotras semantisches Differenzial	66
3.4	Erhebung	68
3.4.1	Datensammlung	68
3.4.2	Samplegrösse	70
3.5	Resultate	72
3.6	Diskussion	79
3.7	Grenzen der Studie	82
4	Perceived Ownership Value: Ein Means-End Ansatz	85
4.1	Einleitung	85
4.2	Ziel und Zweck der Studie	85
4.3	Methodik	86
4.3.1	Means-End Theorie	86
4.3.2	Die Laddering Methodik	88
4.4	Erhebung	91
4.4.1	Untersuchungsfokus	91
4.4.2	Datensammlung	91
4.4.3	Samplegrösse	96
4.4.4	Analyse	97
4.5	Resultate	97
4.5.1	Content Analyse	97
4.5.2	Implikationsmatrix	99
4.5.3	Hierarchical Value Map	102

4.6	Diskussion	105
4.7	Grenzen der Studie	107

5 Perceived Ownership Value: Ein Best-Worst Ansatz 109

5.1	Einleitung	109
5.2	Ziel und Zweck der Studie	109
5.2.1	Forschungsfragen	110
5.2.2	Forschungsmodell	110
5.2.3	Hypothesen	114
5.3	Methodik	117
5.3.1	Das Best-Worst Scaling	117
5.3.2	Zufallsnutzenmodell (Random Utility Model)	118
5.3.3	Konstantes Nutzenmodell (Fixed Utility Model)	120
5.3.4	Vergleich des BWS mit anderen Ratingskalen	124
5.4	Erhebung	125
5.4.1	Untersuchungsfokus	125
5.4.2	Situationsbeschreibung der Befragung	126
5.4.3	Entwicklung und Pretest des Fragebogens	126
5.4.4	Datensammlung	129
5.5	Resultate	132
5.5.1	Konstantes Nutzenmodell (Fixed Utility Model)	132
5.5.2	Zufallsnutzenmodell (Random Utility Model)	134
5.6	Diskussion	147
5.7	Grenzen der Studie	151

6 Schlussfolgerungen 153

6.1	Übersicht der Forschungsergebnisse	153
6.2	Implikationen für die Praxis	157
6.3	Implikationen für die Forschung	165

Literaturverzeichnis i

Anhang xxxi

Anhang I:	Malhotras Originalskala	xxxi
Anhang II:	Implikationsmatrix der Nicht-Vermieter	xxxii
Anhang III:	Implikationsmatrix der Vermieter	xxxiii
Anhang IV:	Ursprüngliche Konzeptbeschreibungen	xxxiv
Anhang V:	Zugehörigkeitswahrscheinlichkeiten	xxxv