

Christian Prokop

„E-Commerce: Sind Einstellungen und Kaufverhalten von Konsumenten beeinflussbar?“

Eine Untersuchung am Beispiel des Online-Shops Vintage-Sunglasses.de

Das menschliche Verhalten ist vielfältig und wird von zahlreichen Faktoren beeinflusst. Im Rahmen dieser Diplomarbeit steht eine ganz bestimmte Form des Verhaltens im Vordergrund – das Konsumverhalten beim E-Commerce (elektronischer Konsum).

Zu Beginn der Arbeit werden im theoretischen Teil zunächst einzelne Einflussfaktoren näher erläutert, um einen Überblick über die zahlreichen Interaktionen der diversen Einflussgrößen zu ermöglichen. Besondere Berücksichtigung gilt dabei den Einstellungen der Konsumenten. Einstellungen haben einen großen Einfluss auf die Kaufentscheidung und werden ihrerseits von diversen Faktoren bestimmt.

Anschließend soll anhand einer empirischen Untersuchung der Nachweis erbracht werden, dass sich Einstellungen und somit das Konsumentenverhalten in eine bestimmte Richtung lenken lassen. Diese praktische Untersuchung basiert auf den Grundlagen der im Theorieteil beschriebenen Erkenntnisse. Die Auswertung und Analyse der gewonnenen Daten und die Beantwortung der Untersuchungsfragen – der Hypothesen – stellen den Hauptteil dieser Arbeit dar. Abschließend werden die Ergebnisse der Forschungsfrage und mögliche Fehlerquellen diskutiert.