

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|-------------|
| Geleitwort | V |
| Vorwort | VII |
| Abbildungsverzeichnis | XIII |
| Tabellenverzeichnis | XV |
| Abkürzungsverzeichnis | XIX |
| 1 Einleitung | 1 |
| 1.1 Augmented-Reality-Anwendungen als Analyseobjekt | 1 |
| 1.1.1 Ausgangssituation | 1 |
| 1.1.2 Definitionen und Einordnung | 3 |
| 1.2 Motivation und Zielsetzung der Arbeit | 6 |
| 1.3 Struktur der Arbeit | 8 |
| 2 Augmented-Reality-Anwendungen im Handel | 11 |
| 2.1 Definitionen und Einordnung | 11 |
| 2.2 Technologische Grundlagen von Augmented-Reality-Anwendungen | 17 |
| 2.3 Augmented-Reality-Anwendungen im Rahmen des Konsumentenverhaltens..... | 23 |
| 2.3.1 Produkterfahrung als Fundament der Kaufentscheidung | 23 |
| 2.3.2 Erkenntnisse zur Wahl des Einkaufskanals..... | 27 |
| 2.3.3 Einflüsse interaktiver Technologien auf den Kaufentscheidungsprozess | 33 |
| 2.3.4 Einsatz von Augmented-Reality-Anwendungen im Handel | 35 |
| 2.4 Stand der Forschung zu Augmented-Reality-Anwendungen im Handel..... | 43 |
| 3 Technologieakzeptanz von Augmented-Reality-Anwendungen | 59 |
| 3.1 Technologieakzeptanz im Nutzungsentscheidungsprozess | 59 |
| 3.1.1 Definitionen und Einordnung | 59 |
| 3.1.2 Theoretische Fundierung der Übernahme neuer Technologien | 64 |
| 3.1.3 Grundlagen des TAM | 70 |
| 3.1.3.1 Entstehungsgeschichte und Weiterentwicklungen..... | 70 |
| 3.1.3.2 Metaanalysen zur Verwendung des TAM | 82 |
| 3.1.3.3 Die Bedeutung des TAM im Handel | 98 |
| 3.1.3.4 Kritische Beurteilung des TAM | 101 |
| 3.2 Stand der Forschung zur Akzeptanz technologiegestützter Darstellungsformen im Handel | 104 |

| | |
|--|------------|
| 3.3 Online-Kundenrezensionen als Ausdrucksform der Technologieakzeptanz.. | 109 |
| 3.3.1 Definitionen und Einordnung | 109 |
| 3.3.2 Die Bedeutung von Online-Kundenrezensionen im Marketing | 112 |
| 3.3.2.1 Forschungsperspektiven..... | 112 |
| 3.3.2.2 Merkmale von Online-Kundenrezensionen..... | 115 |
| 3.3.3 Relevanz der Analyse von Online-Kundenrezensionen im Marketing .. | 126 |
| 3.3.4 Analysemöglichkeiten von Online-Kundenrezensionen..... | 127 |
| 4 Untersuchungsansatz der Technologieakzeptanz von Aumented-Reality-Anwendungen | 133 |
| 4.1 Kritische Diskussion der Datenerhebungs- und Messmethode | 133 |
| 4.2 Methodische Grundlagen | 135 |
| 4.2.1 Befragung mittels Indikatorskalen | 135 |
| 4.2.1.1 Konstruktmessung..... | 135 |
| 4.2.1.2 Strukturgleichungsmodellierung | 137 |
| 4.2.1.3 Gütebeurteilung des Messmodells | 144 |
| 4.2.1.4 Gütebeurteilung des Strukturmodells | 152 |
| 4.2.2 Teilautomatisierte Textanalyse von Online-Kundenrezensionen..... | 156 |
| 4.2.2.1 Text-Mining..... | 156 |
| 4.2.2.2 Methode der kritischen Ereignisse..... | 161 |
| 4.2.2.3 Gütebeurteilung..... | 162 |
| 4.3 Formulierung des Hypothesenmodells | 166 |
| 4.3.1 Hypothesen zum Vergleich der Untersuchungsansätze der Studien.... | 166 |
| 4.3.2 Hypothesen zu den Hauptkomponenten des TAM | 166 |
| 4.3.3 Hypothesen zu den externen Variablen des TAM | 167 |
| 4.3.3.1 Merkmale des Systems | 167 |
| 4.3.3.2 Merkmale des Nutzers..... | 172 |
| 4.3.4 Übersicht der Hypothesen..... | 177 |
| 4.4 Formulierung und Operationalisierung der Untersuchungsansätze | 179 |
| 4.4.1 Befragung mittels Indikatorskalen | 179 |
| 4.4.2 Teilautomatisierte Textanalyse von Online-Kundenrezensionen..... | 184 |
| 5 Empirische Untersuchung zur Akzeptanz von Augmented-Reality-Anwendungen | 187 |
| 5.1 Merkmale der Untersuchungen | 187 |

| | |
|--|------------|
| 5.1.1 Zielstellung | 187 |
| 5.1.2 Darstellung der ausgewählten Branche..... | 187 |
| 5.1.3 Untersuchungsgegenstand..... | 189 |
| 5.1.4 Ablauf der Untersuchung..... | 192 |
| 5.1.4.1 Laborexperiment und Befragung | 192 |
| 5.1.4.2 Teilautomatisierte Textanalyse von Online-Kundenrezensionen | 196 |
| 5.1.4.3 Zusammenfassung des Untersuchungsablaufs | 196 |
| 5.1.5 Vorgehensweise bei der Datenanalyse | 197 |
| 5.1.5.1 Laborexperiment und Befragung | 197 |
| 5.1.5.2 Teilautomatisierte Textanalyse von Online-Kundenrezensionen | 200 |
| 5.2 Untersuchung der Technologieakzeptanz mittels Laborexperiment und Befragung..... | 201 |
| 5.2.1 Überprüfung der Operationalisierung des Messinstruments..... | 201 |
| 5.2.1.1 Güteprüfung der Hauptkomponenten des TAM | 201 |
| 5.2.1.2 Güteprüfung der externen Variablen des TAM | 205 |
| 5.2.2 Deskriptive Untersuchungsergebnisse | 210 |
| 5.2.3 Befunde der Wirkungszusammenhänge im Modell | 217 |
| 5.3 Untersuchung der Technologieakzeptanz mittels teilautomatisierter Textanalyse von Online-Kundenrezensionen..... | 237 |
| 5.3.1 Deskriptive Untersuchungsergebnisse | 237 |
| 5.3.2 Befunde der Wirkungszusammenhänge im Modell | 239 |
| 5.4 Übersicht der Gesamtergebnisse..... | 242 |
| 5.4.1 Vergleich der Untersuchungsansätze der Studien | 242 |
| 5.4.2 Vergleich der Entwicklungsstufen der AR-Anwendung | 252 |
| 6 Schlussbetrachtungen und Implikationen | 255 |
| 6.1 Zusammenfassung des Forschungsbeitrags..... | 255 |
| 6.2 Implikationen für Wissenschaft und Praxis..... | 258 |
| Literaturverzeichnis | 261 |
| Anhang | 311 |