

Inhaltsverzeichnis

1 Umweltbewusstes Konsumentenverhalten: Relevanz und Forschungsbedarf	1
1.1 Zunahme des ökologischen Bewusstseins der Verbraucher	1
1.2 Umweltbewusstes Verhalten als Forschungsgegenstand	3
2 Einstellungs-Verhaltens-Hypothese und ihre Erweiterungen	9
2.1 Einstellung als Gegenstand der Forschung	9
2.1.1 Definition und Dimensionalität des Konstrukts „Einstellung“	9
2.1.2 Abgrenzung von verwandten Konstrukten	11
2.1.2.1 Werthaltung vs. Einstellung	11
2.1.2.2 Motiv vs. Einstellung	13
2.1.2.3 Emotion vs. Einstellung	15
2.1.2.4 Persönlichkeitsmerkmal vs. Einstellung	16
2.1.3 Erste operationale Modelle	18
2.2 Debatte um die Einstellungs-Verhaltens-Hypothese	22
2.3 Weiterführende Ansätze zum Einstellungs-Verhaltens-Zusammenhang	24
2.3.1 Integration der Verhaltensabsicht als Mediatorvariable	24
2.3.2 Theorie des überlegten Handelns: Subjektive Norm	25
2.3.3 Theorie des geplanten Verhaltens: Kontrollüberzeugungen	28
2.3.4 Sonstige Vorschläge zur Erweiterung des Modells	32
3 Kultur	37
3.1 Begriffsverständnis	37
3.2 Kulturkonzeptionen im Vergleich	39
3.2.1 Anthropologischer Ansatz von Kluckhohn/Strodtbeck	39
3.2.2 Problemlösungsorientierter Ansatz von Trompenaars	40
3.2.3 Organisationstheoretischer Kulturansatz von Hofstede	41
3.2.4 Postmaterialismus nach Inglehart	44
3.2.5 Wertetheorie nach Schwartz	46
3.2.6 GLOBE-Studie	49
3.3 Kulturkonzeptionen im Überblick und Bezug zum Umweltbewusstsein	51

4 Konzeptualisierung von Umweltbewusstsein	55
4.1 Begriffsverständnis im Überblick	55
4.2 Umweltbewusstsein als Einstellung	56
4.2.1 Ansatz von Maloney/Ward	57
4.2.2 Ansatz von Kley/Fietkau	58
4.2.3 Ansatz von Schahn/Holzer	60
4.3 Instrumente zur Einstellungsmessung im Vergleich	62
4.4 Umweltbewusstsein als Wertorientierung	63
4.4.1 Ansatz von Dunlap/van Liere	63
4.4.2 Ansatz von Stern et al.	69
4.4.3 Ansatz von Thompson/Barton	76
4.5 Instrumente zur Messung der Wertorientierung im Vergleich	79
5 Integratives Modell umweltbewussten Kaufverhaltens	83
5.1 Forschungsfragen	83
5.2 Theorie des geplanten umweltbewussten Konsumverhaltens	83
5.3 Rolle der umweltorientierten Werthaltung	84
5.4 Einfluss relevanter Kulturdimensionen	87
5.4.1 Kultur und Werte	87
5.4.2 Erklärungskraft der Theorie des geplanten Verhaltens im interkulturellen Vergleich	91
5.5 Empirische Untersuchung: Ein Ausblick	93
5.5.1 Zusammensetzung der Stichprobe	93
5.5.2 Vorschlag für die Operationalisierung	94
Literaturverzeichnis	IX
Anhang	XXVII
Teil 1: Messung des Umweltbewusstseins als Einstellung	XXVII
Teil 2: Messung des Umweltbewusstseins als Wertorientierung	XXXII