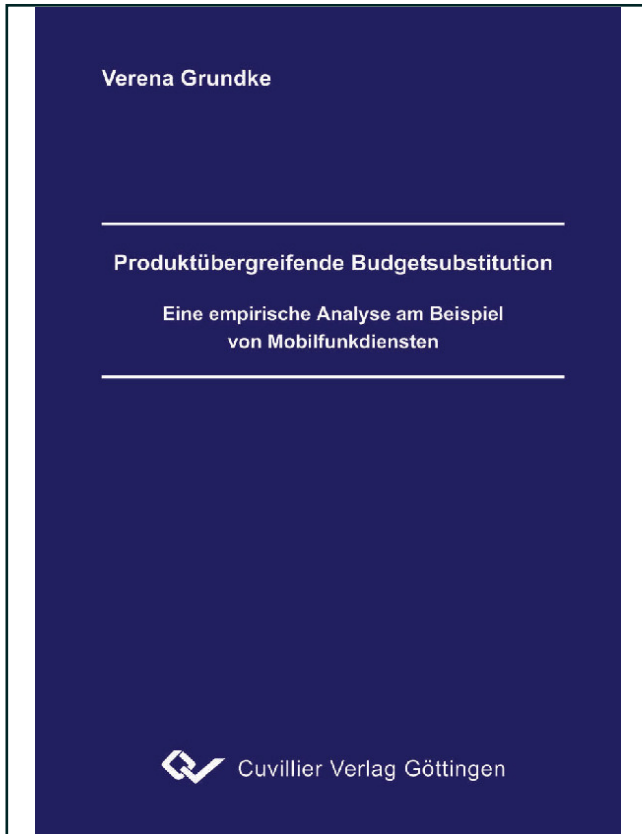




Verena Grundke (Autor)

## **Produktübergreifende Budgetsubstitution**

Eine empirische Analyse am Beispiel von Mobilfunkdiensten



<https://cuvillier.de/de/shop/publications/2155>

Copyright:

Cuvillier Verlag, Inhaberin Annette Jentsch-Cuvillier, Nonnenstieg 8, 37075 Göttingen,  
Germany

Telefon: +49 (0)551 54724-0, E-Mail: [info@cuvillier.de](mailto:info@cuvillier.de), Website: <https://cuvillier.de>

## INHALTSVERZEICHNIS

<i>Inhaltsverzeichnis</i> .....	<i>I</i>
<i>Abbildungsverzeichnis</i> .....	<i>V</i>
<i>Tabellenverzeichnis</i> .....	<i>VIII</i>
<i>Abkürzungsverzeichnis</i> .....	<i>IX</i>
<b>1 Einleitung</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Problemstellung der Arbeit</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Ziel der Arbeit und Gang der Untersuchung</b> .....	<b>7</b>
<b>2 Theoretischer Hintergrund der produktübergreifenden Budgetsubstitution</b> .....	<b>11</b>
<b>2.1 Theoretische Grundlagen der Budgetierung</b> .....	<b>11</b>
2.1.1 Die Abgrenzung des Marktes aus Unternehmenssicht.....	11
2.1.2 Die Modellierung der Budgetierung aus Konsumentensicht .....	15
2.1.2.1 Modelle in der Kaufverhaltensforschung.....	15
2.1.2.2 Spezifische Modellanforderungen des produktübergreifenden Wettbewerbs.....	18
2.1.2.3 Anwendung der S-O-R-Modellstruktur für den produktübergreifenden Wettbewerb .....	21
2.1.3 Rahmenbedingungen der Budgetierung in privaten Haushalten.....	23
2.1.3.1 Multipersonalität von Budgetierungsentscheidungen in privaten Haushalten.....	23
2.1.3.2 Kontrollgrad von Budgetierungsentscheidungen in privaten Haushalten....	25
2.1.3.2.1 Budgetierung in Unternehmen als Ausgangspunkt der Betrachtung .....	25
2.1.3.2.2 Spezifika der Budgetierung in privaten Haushalten.....	26
2.1.3.2.2.1 Anforderungen an die private Budgetierung.....	26
2.1.3.2.2.2 Implikationen der Anforderungen für den Kontrollgrad der privaten Budgetierung .....	28
2.1.3.3 Der Einfluss persönlicher Eigenschaften und Produktbudgeteigenschaften auf den Kontrollgrad der privaten Budgetierung .....	32
2.1.3.3.1 Der Einfluss persönlicher Eigenschaften auf den Kontrollgrad der Budgetierung .....	32

2.1.3.3.2	Der Einfluss von Produktbudgeteigenschaften auf den Kontrollgrad der Budgetierung .....	37
2.1.4	Abgrenzung von Budgetallokation und -substitution und Zusammenhänge zwischen beiden .....	41
<b>2.2</b>	<b>Entwicklung eines Allokationsmodells .....</b>	<b>44</b>
2.2.1	Vorstellung und Bewertung bestehender Allokationsmodelle .....	46
2.2.1.1	Die neoklassische mikroökonomische Haushaltstheorie .....	46
2.2.1.2	Das Modell der Zweistufigen Budgetierung .....	51
2.2.1.3	Die ‚Value priority hypotheses‘-Studie von <i>Hauser</i> und <i>Urban</i> .....	54
2.2.1.4	Die Theorie des ‚Mental budgeting‘ .....	59
2.2.1.5	Gemeinsamkeiten und Lücken der bestehenden Allokationsmodelle.....	63
2.2.2	Weiterentwicklung des Allokationsmodells.....	66
2.2.2.1	Ableitung des Nutzenkonstrukts .....	66
2.2.2.2	Ableitung der Allokationsstruktur.....	70
2.2.2.2.1	Gliederungskriterium .....	70
2.2.2.2.2	Budgetierung innerhalb der disponiblen Produkte.....	75
2.2.2.2.2.1	Produktkategorien .....	76
2.2.2.2.2.2	Produktgruppen .....	76
2.2.2.3	Ableitung der Allokationsregeln .....	81
2.2.3	Übertragbarkeit des Allokationsmodells auf die Budgetsubstitution.....	85
<b>2.3</b>	<b>Entwicklung eines Substitutionsmodells .....</b>	<b>87</b>
2.3.1	Typologisierung der Substitutionsstimuli .....	88
2.3.1.1	Anlass der Substitution.....	89
2.3.1.2	Höhe und zeitlicher Anfall des Substitutionsbetrages.....	92
2.3.2	Organismus der Substitutionsentscheidung .....	93
2.3.2.1	Übertragung des Nutzenkriteriums auf die Substitutionsentscheidung .....	93
2.3.2.1.1	Statische Nutzenbewertung .....	93
2.3.2.1.2	Dynamische Nutzenbewertung .....	96
2.3.2.2	Einfluss der Allokationsstruktur auf die Substitutionsentscheidung.....	99
2.3.2.2.1	Einfluss der Gliederung in nicht-disponible vs. disponible Produkte....	99
2.3.2.2.2	Einfluss der Struktur innerhalb der disponiblen Produkte .....	100
2.3.3	Symmetrie der Budgetsubstitution .....	106
2.3.4	Das zugrunde gelegte Substitutionsmodell im Überblick .....	110

<b>3</b>	<b><i>Methodik zur Überprüfung der Hypothesen</i></b> .....	<b>113</b>
<b>3.1</b>	<b>Auswahl und Charakterisierung der Untersuchungsbranche</b> .....	<b>113</b>
3.1.1	Auswahl der Untersuchungsbranche auf Basis von Auswahlkriterien .....	113
3.1.1.1	Auswahlkriterien für die Auswahl der Untersuchungsbranche.....	113
3.1.1.2	Auswahl der Untersuchungsbranche .....	115
3.1.2	Charakterisierung der Untersuchungsbranche „Mobilfunk“ .....	117
<b>3.2</b>	<b>Entwicklung einer geeigneten Erhebungsmethodik</b> .....	<b>121</b>
3.2.1	Struktur der empirischen Untersuchung.....	121
3.2.2	Startmenge und -objekte.....	124
3.2.3	Operationalisierung der Konstrukte .....	129
3.2.3.1	Substitutionshypothesen.....	131
3.2.3.1.1	Prüfkonstrukt: Substitutionsverhalten .....	131
3.2.3.1.2	Erklärendes Konstrukt: Nutzen .....	138
3.2.3.1.3	Erklärendes Konstrukt: Nicht-Disponibilität .....	140
3.2.3.1.4	Erklärendes Konstrukt: Ähnlichkeit.....	141
3.2.3.2	Rahmenhypothesen .....	143
3.2.4	Analysemethoden und Hypothesentestverfahren .....	145
<b>3.3</b>	<b>Konzeption der Studie</b> .....	<b>151</b>
3.3.1	Pre-tests .....	151
3.3.2	Probandenauswahl.....	152
3.3.3	Befragungsform.....	153
<b>4</b>	<b><i>Ergebnisse der empirischen Überprüfung der Hypothesen</i></b> .....	<b>155</b>
<b>4.1</b>	<b>Rahmenhypothesen</b> .....	<b>155</b>
4.1.1	Hypothese HR1: Allgemeine Ausgabenkenntnis.....	155
4.1.2	Hypothese HR2: Einkommensabhängigkeit der Ausgabenkenntnis.....	162
4.1.3	Hypothese HR3: Produktabhängigkeit der Ausgabenkenntnis .....	164
<b>4.2</b>	<b>Substitutionshypothesen</b> .....	<b>166</b>
4.2.1	Substitutionsentscheidung .....	166
4.2.2	Hypothese HS1: Einfluss des Nutzens auf die Substitution.....	175
4.2.3	Hypothese HS2: Substitution nicht-disponibler Produkte .....	184
4.2.4	Hypothese HS3: Überproportionale Substitution ähnlicher Produkte .....	189
4.2.5	Hypothese HS4: Symmetrie der Budgetsubstitution.....	195

<b>5</b>	<b><i>Implikationen und Übertragbarkeit der Ergebnisse sowie weiterer Forschungsbedarf</i></b> .....	<b>200</b>
<b>5.1</b>	<b>Zusammenfassung der Ergebnisse und Implikationen</b> .....	<b>200</b>
5.1.1	Implikationen aus den Ergebnissen zu den Rahmenbedingungen der Budgetsubstitution.....	200
5.1.2	Implikationen aus den Ergebnissen zur Budgetsubstitution .....	204
5.1.2.1	Markterfassung .....	204
5.1.2.2	Marktbearbeitung .....	205
5.1.3	Substitutionsrisiken und die Symmetrie der Budgetsubstitution .....	212
<b>5.2</b>	<b>Übertragbarkeit der Ergebnisse auf andere Branchen</b> .....	<b>213</b>
<b>5.3</b>	<b>Kritische Einschätzung der Ergebnisse und weiterer Forschungsbedarf</b> .....	<b>217</b>
	<i>Anhang: Fragebogen der Feldstudie</i> .....	<b>221</b>
	<i>Literaturverzeichnis</i> .....	<b>229</b>