

1. Record Nr.	UNINA9910765601503321
Autore	Unger Mark
Titolo	Die Automobil-Kaufentscheidung
Pubbl/distr/stampa	Bern, : Peter Lang International Academic Publishers, 2018
Descrizione fisica	1 online resource (313)
Soggetti	Business studies: general Sales & marketing management Distribution & warehousing management Market research
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Sommario/riassunto	<p>Wesentliche Voraussetzung für die Aufrechterhaltung der Wettbewerbsfähigkeit von Automobilherstellern und -händlern ist heute mehr denn je eine detaillierte Kenntnis über Einflußgrößen und Bestimmungsgründe des Kaufverhaltens von Automobilkäufern. Während in der Vergangenheit zumeist auf die Produktmerkmale eines Autos zur Verhaltensklärung der Käufer zurückgegriffen wurde, knüpft die Arbeit an dieser Stelle an und entwickelt mit Rückgriff auf verhaltenswissenschaftliche und informationsökonomische Theorien ein umfassendes Erklärungsmodell der Automobil-Kaufentscheidung. Mittels eines kausalanalytischen Untersuchungsdesigns wird der Automobilkauf dabei nicht nur unter reinen Produktaspekten analysiert, sondern es wird auch dargestellt, welchen Einfluß z.B. der Autohändler und die Persönlichkeit des Konsumenten sowie unterschiedliche Informationsquellen auf die Markenwahl haben. Die Antworten auf diese und andere im Rahmen der Untersuchung aufgeworfene Fragen liefern neue Einsichten in Struktur und Ablauf des Automobil-Kaufentscheidungsprozesses und damit wertvolle Hinweise für eine marktorientierte Unternehmensführung von Automobilherstellern und -händlern.</p>

