

Betriebsformenwahl älterer KonsumentInnen

ERNST GITTENBERGER



PETER LANG
Internationaler Verlag der Wissenschaften

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung zur Betriebsformenwahl älterer KonsumentInnen	1
1.1	Ausgangsüberlegungen zu Betriebsformen und zu älteren KonsumentInnen	1
1.2	Forschungslücke: Betriebsformenwahl älterer KonsumentInnen.....	3
1.3	Forschungsfragen zur Betriebsformenwahl älterer KonsumentInnen	5
1.4	Forschungsfelder: Betriebsformen, ältere KonsumentInnen und Betriebsformenwahl im Aufriss	6
1.4.1	Forschungsfeld 1: Betriebsformen im Einzelhandel.....	6
1.4.2	Forschungsfeld 2: Ältere KonsumentInnen	8
1.4.3	Forschungsfeld 3: Betriebsformenwahl	9
1.5	Wissenschaftstheoretische Einordnung der Betriebsformenwahl	10
1.5.1	Einordnung in die Konsumentenforschung	10
1.5.2	Orientierung am Positivismus – Kritischer Rationalismus.....	12
1.6	Gang der Untersuchung	14
2	Theoretisch konzeptioneller Rahmen: Entwicklung eines S-O-R- Modells der Betriebsformenwahl.....	17
2.1	S-R-Paradigma	19
2.1.1	Statische Modelle	20
2.1.2	Dynamische Modelle	21
2.2	S-O-R-Paradigma.....	22
2.2.1	Neobehavioristische Forschungsansätze.....	22
2.2.2	Kognitive Forschungsansätze	23
2.2.3	S-O-R-Modelle der Einkaufsstättenwahl	24
2.2.4	S-O-R-Modell der Betriebsformenwahl	33
3	Betriebsformen im Lebensmitteleinzelhandel – Definition, Entwicklung, Wettbewerb.....	37
3.1	Definition: Lebensmitteleinzelhandel	37
3.2	Wirtschaftliche Bedeutung des Lebensmitteleinzelhandels	39
3.2.1	Bedeutung des Einzelhandels in der europäischen und österreichischen Wirtschaft.....	39

3.2.2	Entwicklung und Status quo im Lebensmitteleinzelhandel in Österreich und in Wien	41
3.3	Betriebsformen im Lebensmitteleinzelhandel	44
3.3.1	Begriffsklärung: Betriebsform	44
3.3.2	Merkmale zur Klassifizierung von Betriebsformen.....	47
3.3.3	Betriebsformen beim Einkauf von Lebensmitteln	49
3.3.4	Zuordnung von Einkaufsstätten zu Betriebsformen	53
3.3.5	Marktanteile der Betriebsformen im Lebensmitteleinzelhandel.....	54
3.3.6	Umsatzanteil der Betriebsformen mit KonsumentInnen 60+	57
3.4	Entwicklung der Betriebsformen	58
3.4.1	„Wheel of Retailing“	58
3.4.2	Gesetz zur „Dynamik der Betriebsformen“	60
3.4.3	„Wheel of Retailing“ im Lebensmitteleinzelhandel aus Sicht der Praxis	61
3.4.4	Kritik am „Wheel of Retailing“ bzw. an der „Dynamik der Betriebsformen“	62
3.4.5	Lebenszyklustheorie der Betriebsformen	63
3.4.6	Weitere Erklärungsansätze zur Betriebsformenentwicklung.....	64
3.5	Betriebsformenwettbewerb im Lebensmitteleinzelhandel	65
3.5.1	Inter-Betriebsformenwettbewerb im internationalen Lebensmitteleinzelhandel.....	66
3.5.2	Marktanteilsverschiebungen der Betriebsformen im österreichischen Lebensmitteleinzelhandel	68
4	Zielgruppe: Ältere KonsumentInnen	71
4.1	Demografischer Wandel	71
4.2	Altersdimensionen	73
4.2.1	Gerontologie – Wissenschaft vom Alter.....	74
4.2.2	Chronologisches Alter.....	74
4.2.3	Bedeutung der Generation 60+	76
4.2.4	Segmentierung in chronologische Alterskohorten.....	78
4.2.5	„Cognitive Age“	79
4.2.6	Segmentierung in „Gerontographics“	81
4.2.7	Segmentierung älterer KonsumentInnen in der Marktforschungspraxis.....	83

4.3	Gesundheit.....	86
4.3.1	Biologische Altersdimension	86
4.3.2	Subjektive Einschätzung des Gesundheitszustandes	87
4.3.3	Einschränkungen im Alltag.....	89
4.3.4	Schwierigkeiten beim Lebensmitteleinkauf.....	91
4.4	Mobilität	94
4.4.1	Verkehrsmobilität.....	94
4.4.2	Distanz zum Lebensmittelgeschäft	95
4.4.3	Verkehrsmittelwahl beim Lebensmitteleinkauf	97
4.5	Finanzielle Situation	99
4.5.1	Erwerbsquote.....	99
4.5.2	Einkommen	100
4.5.3	Geldvermögen	102
4.6	Konsumausgaben	103
4.6.1	Haushalts- und Äquivalenzausgaben	103
4.6.2	Ausgabenkategorien.....	105
4.6.3	Ausgaben für Lebensmittel	106
4.7	Einkaufsverhalten.....	107
4.7.1	Einkaufsstättenwahl beim Lebensmitteleinkauf	108
4.7.2	Erfahrungen beim Lebensmitteleinkauf.....	114
4.7.3	Einkaufshäufigkeit beim Lebensmitteleinkauf	119
5	Stand der Forschung zur Betriebsformenwahl.....	125
5.1	Überblick aktueller Forschungsergebnisse zur Betriebs- formenwahl	126
5.1.1	Kernerkenntnisse bestehender Studien zur Betriebsformenwahl	126
5.1.2	Kritikpunkte an bestehenden Studien zur Betriebsformenwahl	129
5.2	Betriebsformenpräferenz älterer KonsumentInnen – Erkenntnisse aus der Praxis	139
5.3	Kritik an bestehenden Studien und Forschungslücken	140
6	Qualitative Vorstudie zum Einkaufsverhalten älterer KonsumentInnen	143
6.1	„Mixed Methods“ als Ausgangspunkt für die qualitative Vorstudie	144

6.2	Fokusgruppeninterviews als Methode der qualitativen Vorstudie	146
6.2.1	Begriffsklärung: Fokusgruppeninterviews.....	146
6.2.2	Ziele des Fokusgruppeninterviews	147
6.2.3	Vorbereitung der Fokusgruppeninterviews	149
6.2.4	Durchführung der Fokusgruppeninterviews	152
6.2.5	Auswertung der Fokusgruppeninterviews	154
6.3	Überblick der Ergebnisse der Fokusgruppeninterviews	157
6.4	Aspekte zum Einkauf von Lebensmittel	158
6.4.1	Lebenssituation und Einkauf von Lebensmittel.....	158
6.4.2	Einstellung zum Einkauf von Lebensmittel.....	159
6.4.3	Einkaufsplanung.....	159
6.4.4	Koch- und Esskultur.....	160
6.5	Kategoriensystem zur Betriebsformenwahl älterer KonsumentInnen	161
6.5.1	Sortiment	164
6.5.2	Personal	166
6.5.3	Preis	167
6.5.4	Atmosphäre	167
6.5.5	Warenpräsentation	168
6.5.6	Infrastruktur.....	168
6.5.7	Orientierung	168
6.5.8	Erreichbarkeit.....	169
6.5.9	Verbesserungen aus Sicht der älteren KonsumentInnen.....	177
6.5.10	Unterschiede in der Wahrnehmung von Betriebsformen?.....	179
7	Hypothesen zur Betriebsformenwahl älterer KonsumentInnen.....	183
7.1	Hypothesen zur Wahrnehmung (O) der Betriebsformenattribute	184
7.2	Hypothesen zum Einfluss der wahrgenommenen Betriebsformen- attribute (O) auf das Betriebsformenwahlverhalten (R)	185
7.2.1	Hypothese zur Erreichbarkeit.....	186
7.2.2	Hypothese zum Sortiment.....	187
7.2.3	Hypothese zur Warenpräsentation	188
7.2.4	Hypothese zum Preis.....	189
7.2.5	Hypothese zum Personal.....	189

7.2.6	Hypothese zur Atmosphäre.....	190
7.2.7	Hypothese zur Orientierung (im Geschäft).....	191
7.2.8	Hypothese zu Infrastruktur.....	192
7.3	Konzeptionelles (Hypothesen-) Modell zum Einfluss der wahrgenommenen Betriebsformenattribute (O) auf die Betriebsformenwahl (R).....	192
7.3.1	Einfluss der Erreichbarkeit auf (Wieder-) Besuchswahrscheinlichkeit.....	193
7.3.2	Einfluss des Sortiments auf (Wieder-) Besuchswahrscheinlichkeit.....	194
7.3.3	Einfluss der Warenpräsentation auf (Wieder-) Besuchswahrscheinlichkeit.....	194
7.3.4	Einfluss des Preises auf (Wieder-) Besuchswahrscheinlichkeit.....	194
7.3.5	Einfluss des Personals auf (Wieder-) Besuchswahrscheinlichkeit.....	195
7.3.6	Einfluss der Atmosphäre auf (Wieder-) Besuchswahrscheinlichkeit..	195
7.3.7	Einfluss der Orientierung auf (Wieder-) Besuchswahrscheinlichkeit..	196
7.3.8	Einfluss der Infrastruktur auf (Wieder-) Besuchswahrscheinlichkeit..	196
7.3.9	Einfluss der (Wieder-) Besuchswahrscheinlichkeit auf das Stammkunden-Verhalten	196
7.4	Operationalisierung der (Betriebsformen-) Attribute	197
8	Quantitative Hauptstudie zur Betriebsformenwahl älterer KonsumentInnen	203
8.1	„Face to face“-Interviews als Methode der quantitativen Hauptstudie	203
8.1.1	Vor- und Nachteile von „face-to-face“-Interviews.....	203
8.1.2	Stichprobenauswahl für die „face-to-face“-Interviews.....	205
8.1.3	Fragebogenerstellung für die “face-to-face”-Interviews	207
8.1.4	Durchführung der „face-to-face“-Interviews.....	209
8.2	Charakterisierung älterer KonsumentInnen	210
8.2.1	Quotierungsmerkmale der Stichprobe älterer KonsumentInnen	210
8.2.2	Weitere (soziodemografische) Merkmale älterer KonsumentInnen...	212
8.2.3	Lebensmitteleinkauf älterer KonsumentInnen.....	214
8.3	Bevorzugte Betriebsformen älterer KonsumentInnen	216
8.3.1	Am häufigsten besuchte Betriebsformen für den Lebensmitteleinkauf.....	217

8.3.2	Unterschiede in der Bevorzugung einer Betriebsform nach soziodemografischen und weiteren Merkmalen	219
8.3.3	Anteil der Einkäufe und der Ausgaben in der bevorzugten Einkaufsstätte/Betriebsform.....	221
8.4	Bewertung der Betriebsformenattribute durch ältere KonsumentInnen	222
8.4.1	Unterschiede in der Attributbewertung nach Betriebsformen	226
8.4.2	Unterschiede in der Attributbewertung nach Alterskohorten.....	229
8.5	Strukturgleichungsmodell zur Betriebsformenwahl – theoretische Überlegungen	238
8.5.1	Strukturmodell und Messmodell.....	239
8.5.2	Modellschätzung – Kovarianzanalyse vs. Varianzanalyse	243
8.5.3	Modellbeurteilung – Gütemaße für PLS.....	247
8.6	Strukturgleichungsmodell zur Betriebsformenwahl – empirische Ergebnisse	251
8.6.1	Beurteilung der Güte des Messmodells zur Betriebsformenwahl	254
8.6.2	Beurteilung der Güte des Strukturmodells zur Betriebsformenwahl..	264
8.6.3	Diskussion der Ergebnisse	267
9	Schlussbetrachtungen zur Betriebsformenwahl älterer KonsumentInnen	279
9.1	Zusammenfassung der Kernerkenntnisse	279
9.1.1	S-O-R-Modell der Betriebsformenwahl (theoretisch konzeptioneller Rahmen)	282
9.1.2	Kategoriensystem der Betriebsformenwahl älterer KonsumentInnen (qualitative Vorstudie).....	283
9.1.3	Strukturgleichungsmodell der Betriebsformenwahl älterer KonsumentInnen (quantitative Hauptstudie)	284
9.2	Reflexion, Limitationen und Implikationen.....	288
9.2.1	Entdeckungszusammenhang	289
9.2.2	Begründungszusammenhang	290
9.2.3	Verwendungszusammenhang.....	293
	Literaturverzeichnis.....	297