



DIETENHEIM
ZIEHT AN

KONSUMENTENVERHALTEN IN BEZUG AUF PRODUCT-SERVICE SYSTEMS

Untersuchungsgegenstand dieser Arbeit ist das Konsumentenverhalten in Bezug auf Product-Service Systems im Bereich Kleidung mit Fokus auf die beiden Geschäftsmodelle Mieten und Tauschen von Kleidung. Die zentrale Forschungsfrage ist, welche Hemmnisse und Treiber aus Konsumentensicht bestehen, die zuvor genannten Konzepte zu nutzen und welche Rolle ihre Einstellungen und Werte dabei spielen bzw. wie diese zusammenhängen. Soweit bekannt, ist diese Arbeit die erste, in der die Zusammenhänge zwischen spezifischen Werten sowie Barrieren und Treiber unter Nutzung der Theory of Planned Behavior als Basis für eine quantitative Umfrage untersucht werden, um die Intention zur Nutzung vorherzusagen bzw. das tatsächliche Verhalten bei einer kleineren Stichprobe in einer zweiten Erhebung zu messen.

In der Arbeit wird eine Methodentriangulation verwendet, bestehend aus Experteninterviews mit Anbietern des Mietmodells für Kleidung und ei-

nem Online-Fragebogen. Basierend auf den aus der Literatur sowie Experteninterviews identifizierten Hemmnissen für die Nutzung von Product-Service Systems sowie spezifischen Werten und Einstellungen im Bereich Kleidung wurde anschließend der Fragebogen designt. Nach Ajzen (1985) hat die Theory of Planned Behavior das Potential, spezifische Determinanten umweltrelevanter Verhaltensweisen zu analysieren und vorherzusagen.

Durch die Messung der Einstellungen lässt sich in einem zweiten Schritt die Intention zur Nutzung des Miet- und Tauschmodells für Kleidung ableiten. Im dritten Schritt wird dann bei einer kleineren Stichprobe überprüft, ob das Verhalten (Nutzung der Modelle) tatsächlich ausgeführt wurde. Basierend auf den Ergebnissen können Lösungsstrategien für die Verbreitung der Modelle abgeleitet werden, die einen wesentlichen Beitrag zu einem nachhaltigeren Kleidungskonsum leisten können.

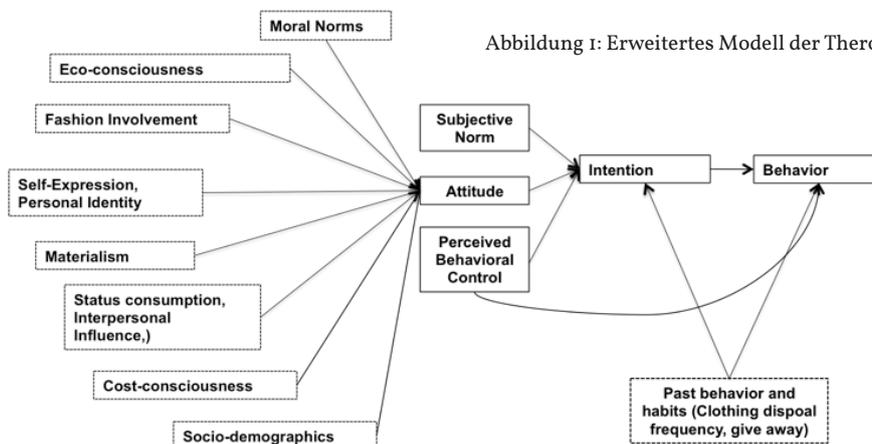


Abbildung 1: Erweitertes Modell der Theory of Planned Behavior

KONTAKT:

Carolin Becker-Leifhold, Institut für Nachhaltige Unternehmensführung
Universität Ulm, Helmholtzstraße 18 E.03, 89081 Ulm
Tel.: 0731 / 50 - 32359 · carolin.becker-leifhold@uni-ulm.de