

## Akzeptanz von Mobile Apps im Lebensmitteleinzelhandel

### Ziel der Arbeit:

- Beantwortung der Frage: „Wann werden Mobile Apps im LEH vom Konsumenten akzeptiert?“

### Vorgehensweise:

- Definition verschiedener Akzeptanzdeterminanten in Bezug auf Apps im LEH
- Entwicklung eines Akzeptanzmodells
- Empirische Umfrage auf Basis des Akzeptanzmodells
- Auswertung der empirischen Untersuchung und Messung der Akzeptanz

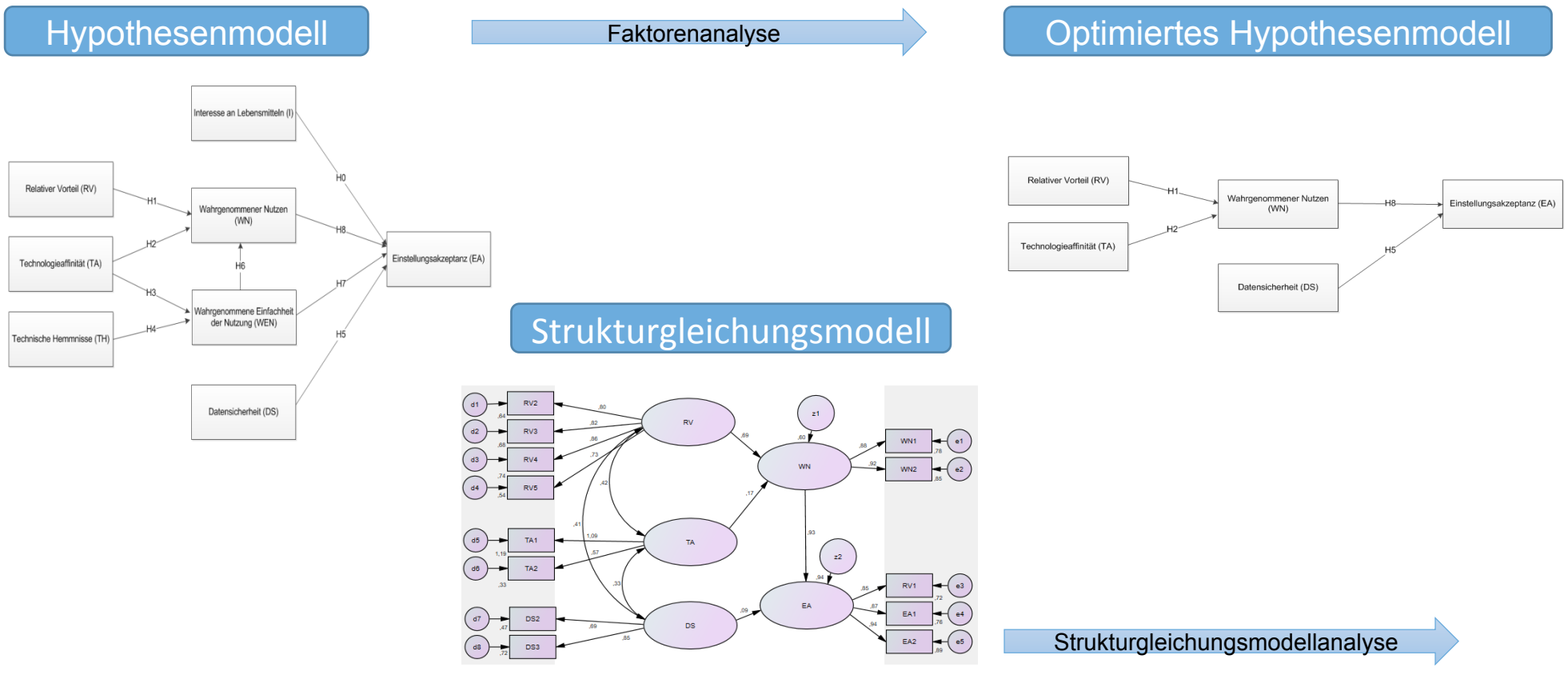
### Theoretische Grundlagen:

- Akzeptanzbegriff
- Dynamisches Phasenmodell
- Technology Acceptance Model

### Methoden:

- Empirische Untersuchung
- Explorative Faktorenanalyse
- Strukturgleichungsmodellanalyse

### Realisierung:



### Ergebnis:

- Keine eindeutige Beantwortung der Ausgangsfrage möglich aufgrund mehrerer Aspekte
- Allerdings führt ein relativer Vorteil zu einer höheren Akzeptanz von Mobile Apps im LEH
- Empfohlen wird daher einen Anreiz für den Kunden zu schaffen, die App zu nutzen – vor allem ein monetärer Anreiz führt zu einer höheren Einstellungsakzeptanz