

I. Inhaltsverzeichnis

I. Inhaltsverzeichnis.....	I
II. Abbildungsverzeichnis.....	V
III. Tabellenverzeichnis.....	VII
IV. Abkürzungsverzeichnis	X
1. Einleitender Teil.....	1
1.1 Einführende Beschreibung	1
1.2 Motivation und Zielstellungen der Arbeit.....	8
1.2.1 Motivation	8
1.2.2 Zielstellungen.....	14
1.3 Methodischer Ansatz und Aufbau der Arbeit	21
1.3.1 Methodischer Ansatz.....	21
1.3.2 Struktureller Aufbau	25
1.3.2.1 Einleitende Beschreibungen	26
1.3.2.2 Inhalte des theoretischen Teils	28
1.3.2.3 Aufbau der empirischen Analysen	29
1.3.2.4 Gegenstand der Diskussion	29
1.4 Abgrenzung des Untersuchungsobjekts	30
1.4.1 Definitionen und Stand der Forschung	31
1.4.2 Einsatzgebiete der Sprachtechnologie	39
1.4.2.1 Call Center als Einsatzgebiet von Sprachdialogsystemen.....	44
1.4.2.2 Aufbau von Sprachdialogsystemen in Call Centern.....	52
1.4.2.3 Ausprägungen von Sprachdialogsystemen.....	52
1.4.2.4 Systemtechnische Spezifika von Sprachdialogsystemen	59
1.4.2.5 Technisch-prozessuale Rahmenbedingungen.....	61
1.4.3 Abgrenzung relevanter Stimuli aus technischer Sicht	86
2. Theoretischer Teil	90
2.1 Menschliche Aspekte	92
2.1.1 Aspekte der Sprachproduktion.....	96

2.1.2	Die Rezeption von Sprache.....	103
2.1.2.1	Kognitive Sprachverarbeitung.....	109
2.1.2.2	Das Sprachverstehen.....	112
2.1.3	Sprache und menschliches Verhalten	117
2.2	Maschinelle Aspekte (Künstliche Intelligenz)	125
2.2.1	Maschinelle Sprachausgabe	126
2.2.2	Maschinelle Spracheingabe	137
2.2.3	Maschinelles Verhalten.....	145
2.3	Applikationsbezogene Einflüsse	154
2.3.1	Ergonomie im Allgemeinen	155
2.3.2	Ergonomische Spezifika auditiver Benutzerschnittstellen	157
2.3.3	Das Nutzerverhalten.....	169
2.3.3.1	Akzeptanz als Prämisse für die Gebrauchsentscheidung	174
2.3.3.2	Einflussgrößen auf die Akzeptanz von Sprachportalen.....	175
2.3.3.3	Abgrenzung verwandter Konstrukte.....	183
2.4	Zusammenfassung der theoretischen Grundlagen.....	186
2.5	Konzeptualisierung der Variablen.....	189
2.5.1	Unabhängige Variablen.....	190
2.5.1.1	Variation der Darbietungsanzahl	190
2.5.1.2	Variation der Darbietungskomplexität	193
2.5.1.3	Variation der Darbietungsstruktur	198
2.5.1.4	Bewertete Nutzererfahrung.....	202
2.5.2	Abhängige Variablen	203
2.5.2.1	Behaltensleistung	204
2.5.2.2	Emotionaler Zustand.....	205
2.5.2.3	Adaption abh. Variablen aus der Akzeptanzforschung	206
2.5.2.4	Weitere Variablen.....	225
2.6	Ableitung von Hypothesen.....	226
3.	Empirischer Teil.....	249
3.1	Forschungsmethodik	249

3.2	Operationalisierung der Variablen	260
3.2.1	Operationalisierung unabhängiger Variablen	264
3.2.2	Eliminierung und Kontrolle von Drittvariablen.....	279
3.2.3	Operationalisierung abhängiger Variablen	295
3.3	Grundgesamtheit und Stichprobe	327
3.3.1	Die Grundgesamtheit	328
3.3.2	Die Stichprobe.....	330
3.4	Ablauf der Untersuchung	341
3.5	Material und Methoden	344
3.6	Darstellung der Ergebnisse zu den Haupthypothesen	354
3.6.1	Prozentualer Anteil korrekt wiedergegebener Items	354
3.6.2	Prozentualer Anteil falsch wiedergegebener Items	358
3.6.3	Prozentualer Anteil nicht wiedergegebener Items	364
3.6.4	Emotionaler Zustand	370
3.6.5	Nutzerzufriedenheit.....	373
3.6.6	Subjektiv wahrgenommene Nützlichkeit.....	376
3.6.7	Subjektiv wahrgenommene Nutzerfreundlichkeit	379
3.6.8	Einstellungsakzeptanz.....	384
3.6.9	Einfluss der Nutzererfahrung	389
3.7	Darstellung der Ergebnisse zu den Nebenhypothesen	394
3.7.1	Primacy-/Recency- und Wortlängeneffekt	395
3.7.2	Wahrnehmung der Musikuntermalung	400
3.7.3	Effekte auf die potenzielle Kundenorientierung	408
3.7.4	Effekte auf die potenzielle Kaufbereitschaft.....	412
4.	Diskussion	415
4.1	Interpretation der Hauptegebnisse	416
4.2	Interpretation weiterer Befunde.....	447
4.3	Implikationen auf die Praxis.....	461

V. Anhang.....	XIV
Anhang 1: Akzeptanzmodelle.....	XIV
Anhang 2: Grafische Darstellungen der Audiofile-Spezifikationen.....	XVII
Anhang 3: Fragebogen.....	XXI
Anhang 4: Übersicht der Operationalisierung abhängiger Variablen	XXIX
Anhang 5: Stat. Hypothesen/Hypothesenprüfung	XXXI
Anhang 6: Q-Q-Plots und Streudiagramme.....	XLI
VI. Literaturverzeichnis.....	LXVI