




## Wie finde ich Zeitschriftenartikel zu einem bestimmten Thema?

Suchen Sie in einer Aufsatz- und/oder Volltextdatenbank<sup>1</sup> die inhaltlich das gewünschte Thema abdeckt, z.B:

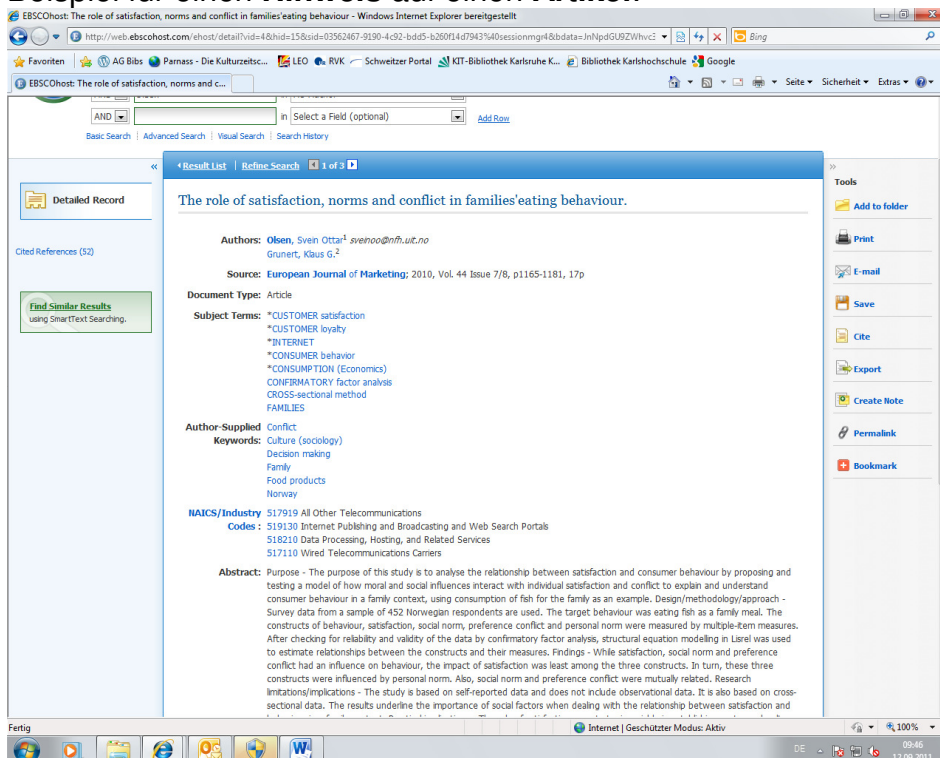
Business Source Premier		Auswertung von aktueller <b>englischsprachiger wirtschaftswissenschaftlicher</b> Literatur
WISO		Auswertung von aktueller <b>deutschsprachiger wirtschaftswissenschaftlicher</b> Literatur
JSTOR		Archiv von <b>interdisziplinären Zeitschriften</b> (die aktuellsten 3 Jahrgänge sind meist nicht im Volltext zugänglich!)

Zugang zu diesen Datenbanken erhalten Sie entweder direkt über die Logos auf Bibliothekshomepage oder über den Link „Datenbanken“. Dort finden Sie auch viele, viele weitere Datenbanken!! Innerhalb des Netzwerks der Karlshochschule ist der Zugang freigeschaltet. Wenn Sie von außerhalb auf die Datenbanken zugreifen möchten, müssen Sie sich per VPN mit dem Hochschulnetzwerk verbinden.

Wenn Sie sich für eine Datenbank entschieden haben, können Sie, wie beispielsweise bei google, ein Stichwort zu ihrem Thema eingeben und erhalten eine Trefferliste. Diese Trefferliste können Sie je nach Datenbank über die erweiterte Suche nach verschiedenen Kriterien weiter eingrenzen, z.B. Datum der Veröffentlichung, Art der Quelle (z.B. Zeitschrift, Zeitung, Wissenschaftliche Zeitschrift, ...).

Über die Trefferliste werden Sie teilweise sofort den ganzen Text eines Artikels erhalten oder nur den Hinweis, dass es den Artikel zu einem bestimmten Thema gibt und die entsprechenden Angaben dazu. In der Regel erhalten Sie noch einen Abstract (=kurze Inhaltsangabe) und können dadurch entscheiden ob der Artikel inhaltlich zu Ihrem Thema passen würde.

### Beispiel für einen **Hinweis** auf einen **Artikel**:



The role of satisfaction, norms and conflict in families' eating behaviour.

**Authors:** Olsen, Sven Ottar<sup>1</sup> svenoot@mf.uio.no  
Grunert, Klaus G.<sup>2</sup>

**Source:** European Journal of Marketing; 2010, Vol. 44 Issue 7/8, p1165-1181, 17p

**Document Type:** Article

**Subject Terms:** \*CUSTOMER satisfaction  
\*CUSTOMER loyalty  
\*INTERNET  
\*CONSUMER behavior  
\*CONSUMPTION (Economics)  
CONFIRMATORY factor analysis  
CROSS-sectional method  
FAMILIES

**Author-Supplied Keywords:** Conflict  
Culture (sociology)  
Decision making  
Family  
Food products  
Norway

**NAICS/Industry Codes:** S17919 All Other Telecommunications  
S18210 Data Processing, Hosting, and Related Services  
S17110 Wired Telecommunications Carriers

**Abstract:** Purpose - The purpose of this study is to analyse the relationship between satisfaction and consumer behaviour by proposing and testing a model of how moral and social influences interact with individual satisfaction and conflict to explain and understand consumer behaviour in a family context, using consumption of fish for the family as an example. Design/methodology/approach - Survey data from a sample of 452 Norwegian respondents are used. The target behaviour was eating fish as a family meal. The constructs of behaviour, satisfaction, social norm, preference conflict and personal norm were measured by multiple-item measures. After checking for reliability and validity of the data by confirmatory factor analysis, structural equation modelling in Lisrel was used to estimate relationships between the constructs and their measures. Findings - While satisfaction, social norm and preference conflict had an influence on behaviour, the impact of satisfaction was least among the three constructs. In turn, these three constructs were influenced by personal norm. Also, social norm and preference conflict were mutually related. Research limitations/implications - The study is based on self-reported data and does not include observational data. It is also based on cross-sectional data. The results underline the importance of social factors when dealing with the relationship between satisfaction and

<sup>1</sup> In diesen Datenbanken werden Zeitschriften zu bestimmten Fachgebieten ausgewertet und durchsuchbar gemacht.