

AUFMERKSAMKEITSBASIERTES INFORMATIONSMANAGEMENT ALS TRANSAKTIONSPRINZIP IM MARKETING

Das Management von Aufmerksamkeitsprozessen
zur Optimierung von Transaktionsdesigns
unter Aufmerksamkeits-Knappheit.

© **TOBIBIKO.de**

A. Moderne Aufmerksamkeitsfallen prägen die Informationsgesellschaft

1.

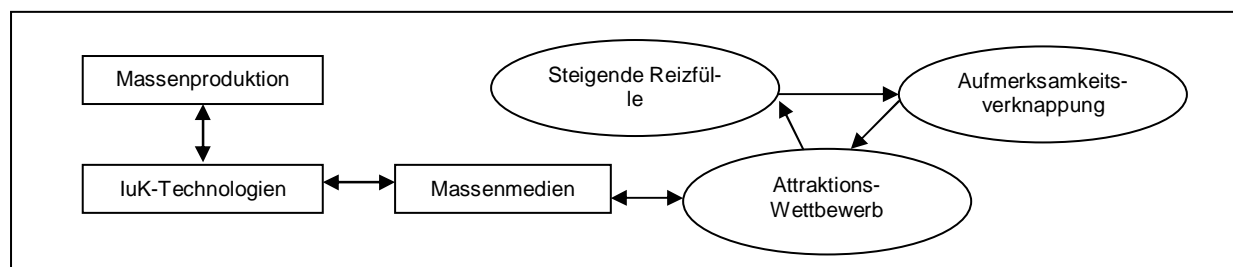
Platon, Descartes, Kant, James, Franck, Rötzer, Hutter: Die einen weisen der Entität Aufmerksamkeit in erster Linie selektierende Funktion zu, die anderen sehen in ihr die bündelnde Kraft, die Merkmale im Bewusstsein integriert, wieder andere meinen mit ihr die Basis einer neuen Ökonomie ausgemacht zu haben. Was immer sie auch ist, sie ist (auch und gerade im umgangssprachlichen Wortsinn) zu einer immer wichtiger werdenden Größe beim Zusammenleben und Wirtschaften von Menschen geworden. So weist auch Luhmann der Aufmerksamkeit einen besonderen Stellenwert zu, wenn er sagt, dass Kommunikations- und Transaktionsprozesse immer begleitet sind von entsprechenden Aufmerksamkeitsprozessen. Und auch Herbert Simon wusste um ihre große Bedeutung, als er feststellte: "What information consumes is rather obvious. It consumes the attention of its recipients." Beide gingen davon aus, dass Aufmerksamkeitsprozesse die Aktivität des Verstehens im Prozess der zweckgerichteten Informationsverarbeitung bestimmen, indem sie aus der Fülle der um Aufnahme in das menschliche Bewusstsein konkurrierenden Reize, die jeweils als relevant Erachteten selektieren und durch aktives, intentionales Achtgeben auf bestimmte Daten, Reize, Signale die geistige Arbeit und deren Ergebnis - zweckorientiertes Wissen - überhaupt ermöglichen.

2.

Der Grund ist neurobiologisch schnell hergeleitet: Aufmerksamkeitsprozesse sind unabdinglich für alles, was bewusst erlebt werden soll, wobei grundsätzlich die Möglichkeit besteht, alles Erdenkliche bewusst zu erleben. Durch Focussierung psychischer Energie werden Merkmale im Bewusstsein integriert, erhalten dort Bedeutung zugewiesen, indem sie in Beziehung zu bestehenden Wissen gestellt werden und fließen dann in die Prozesse ein, die koordiniertes menschliches Denken und Handeln ermöglichen. Dies ist allerdings nicht unbegrenzt möglich, da psychische Energie biologisch begrenzt und fokussiert nur einem oder verteilt mehreren Objekten, niemals aber dem gesamten Wahrnehmungsfeld gleichzeitig zuweisbar ist. Somit reichen nicht nur die dem Einzelnen zur Verfügung stehenden zeitlichen und finanziellen Ressourcen nicht aus, um alle potentiellen Optionen, Möglichkeiten, Angebote der Außen- und Innenwelt wahrnehmen und verarbeiten zu können, sondern auch seine kognitiven Kapazitäten sind durch ihnen nur begrenzt zur Verfügung stehende Aufmerksamkeitskapazitäten limitiert.

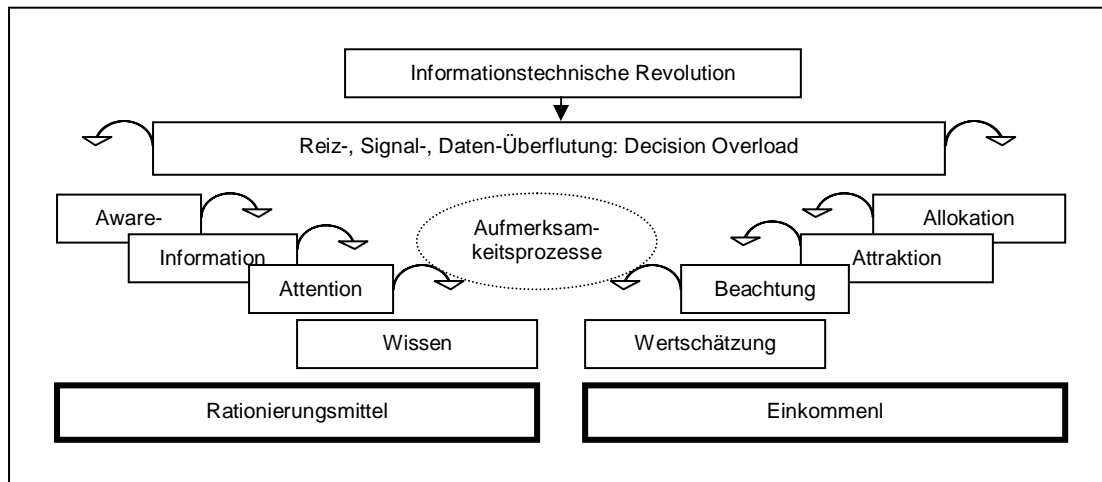
3.

Verstärkt werden die angeborenen konstituierenden, focussierenden und selektierende Funktionen von Aufmerksamkeitsprozessen durch die rasanten Entwicklungen moderner I&K-Technologien und ihrer Auswirkungen auf individuelle Lebenswelten und Märkte: Zum einen hat die informationstechnische Revolution auf Basis moderner IuK-Technologien die Re-Integration industrieller Verrichtungsspezialisierungen ermöglicht, indem Unternehmens- und Marktinformationen nun in aufeinander abgestimmten, einheitlichen Funktionsflüssen koordinierbar und Produktions- und Arbeitsabläufen sowie Kommunikations- und Transaktionsprozessen zusammenfassbar wurden. Zum anderen führte die dadurch bewirkte rapide Steigerung der Wachstumsraten der Ergebnisse geistiger Arbeit (Medien, Daten, Signale, Reize, dienstleistende Aufmerksamkeit, etc.), die die der materiellen Produktion aktuell um ein Vielfaches in den Schatten stellt, zur Intensivierung des „Spiralprozesses der Aufmerksamkeitsverknappung“; steigende Reizfülle führt bei allgemein steigender Verwendungsmöglichkeit von psychischer Energie zu Strategien ihrer Allokation und Lenkung und diese wiederum i.d.R. zu forciertem Attraktionswettbewerb und somit neuer Reizproduktion. Neben die physische Begrenzung der Kapazität bewusster Verarbeitung von Information tritt damit auch die wachsende Knappheit psychischer Energie vor dem Hintergrund einer steigenden Fülle alternativen Reiz-Angebotes. Je höher die Ladung der alltäglichen Lebenswelt mit nach Attraktion heischenden Reizen wird, um so knapper ist die dazu zur Verfügung stehende Wahrnehmungs-, Selektions- und Verarbeitungs-Kapazität, da diese unabhängig von ihrer Verwendung immer auch alternativ zu verwenden wäre.



4.

Mit der Explosion des Optionsraumes wird die Wahrnehmung der Fülle des Angebotes anstrengend und seine Auswahl zum Gegenstand ökonomischen Kalküls. Im zunehmenden „decision overload“ der Verwendungsentscheidungen lebendiger psychischer Energie erwächst diese damit nicht nur zur bedeutsamen begrenzende Einflussgröße auf die Organisation menschlichen Wahrnehmens und Denkens, sondern auch per se zur wertvollen, begehrten Ressource wenn Wissen wechselseitig konstruiert werden soll. Sobald mit einer gewissen Selektion oder Oberflächlichkeit der Wahrnehmung bei Botschaftsadressaten zu rechnen ist, wird auch die gezielte Attraktion zum verpflichtenden Geschäft bei ihrer Allokation und ist somit nicht alleine als Wahrnehmung-rationierende Entität, sondern auch als begehrtes „Einkommen“ steuernde Größe beim Austausch personen-unabhängiger Informationen (Daten) und/oder informationsbezogener Leistungen, also im Rahmen von Interaktion, Kommunikation und Transaktion.

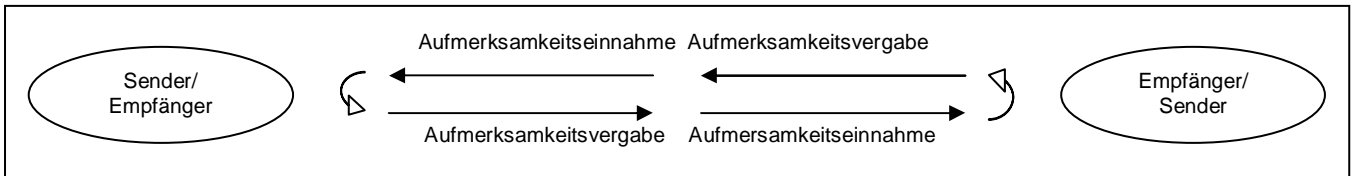


5.

In dieser beschriebenen Ökonomisierung von Aufmerksamkeitsprozessen treffen die wichtigsten Impulse der im Alltag feststellbaren fortschreitenden Ökonomisierung des Gesellschaftsprozesses einerseits und der Entmaterialisierung des Wirtschaftsprozesses andererseits zusammen. Beide werden tagtäglich als Aufmerksamkeitsfallen auf Anbieter und Nachfragerseite manifest, die gravierende ökonomische und einzelwirtschaftliche wie individuell und sozial wirksame Probleme in modernen Lebens- und Wirtschaftswelten prägen.

6.

So ist Aufmerksamkeit i.S. von mitmenschlicher Beachtung konstituierendes Merkmal sozialen Lebens und mit zunehmender Ökonomisierung durch Phänomene eines mentalen Kapitalismus geprägt. Dies, da der Wunsch, eine Rolle in fremdem Bewusstsein zu spielen, angeborenes Bedürfnis jedes Lebewesens ist und lebenserhaltende Funktion übernimmt. Wird ein bestimmtes Mindesteinkommen an Zuwendung anderer unterschritten, löst dies gesteigertes Sehnen und Trachten nach Beachtung und Zuwendung aus. Die Höhe des Einkommens an mitmenschlicher Beachtung in Form von zugewandter Aufmerksamkeit dient dabei als Indikator und Maß für die Bedeutung der Rolle, die die eigene Person im anderen Bewusstsein spielt. Dabei haben gesunde Menschen ausnehmend starke Präferenzen für die Eigenschaften der Präferenzordnungen ihrer Mitmenschen. Sie wünschen sich von ganzem Herzen solche Präferenzordnungen, in denen sie selbst möglichst gut dastehen. Deshalb lässt die bewusste Sorge um ihn im täglichen Umgang mit Menschen und Ereignissen und Objekten das Geben und Nehmen von Aufmerksamkeit als Spiel betreiben, indem die eigene Aufmerksamkeit eingesetzt wird, um an die Erträge anderer zu kommen. Dies macht den Tausch zu einem Geschäft aus Angebot und Nachfrage, da begehrte zugewandte Aufmerksamkeit alleine im Rahmen von entsprechenden Austausch-Prozessen generiert werden kann, wobei sowohl die Attraktion als auch die Vergabe wacher Beachtung notwendige Bedingung sind; zu einem Geschäft, dass im zunehmenden Informationsüberfluss lukrativ (Stichworte: DSDS, BB) aber auch immer schwieriger und weniger erfolgversprechend wird, da Aufmerksamkeit zu erhalten, zu steuern und zu verteidigen zu der entscheidenden Kompetenz im Kampf für den eigenen Selbstwert wird (Stichworte: Arbeitsmarkt, invisible workers).

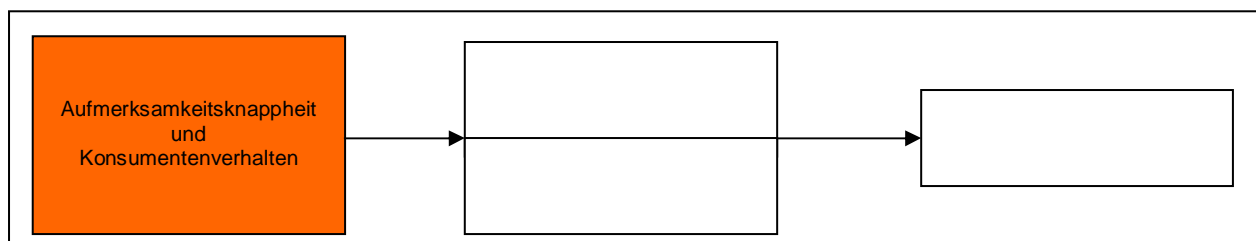


7.

So ist unter ökonomischen Gesichtspunkten generell zu beobachten, dass der Wertschöpfungsprozess zunehmend an Informationsinhalt gewinnt und an materieller Substanz verliert, dass er sich mehr und mehr entmaterialisiert. I&K-Technologien (aktuell LBS, P2P), die in der Lage sind in kurzen Zeiträumen ganze Industrien zu transformieren, zunehmender Wettbewerb für alles und überall, omnipräsenter Überfluss und weitgehende physischer Austauschbarkeit von Angeboten sind die Folge. Doch damit nicht genug. Die Komplexität unternehmerischer Handlungsspielräume wächst auch dadurch, dass Wertschöpfung mehr und mehr zu Kommunikation mutiert. Und weil diese das Ergebnis der menschlichen Fähigkeit ist, subjektives Bewusstsein an objektive Informationen zu binden, der individuellen Aufmerksamkeit in Wertschöpfungsprozessen somit zunehmende Bedeutung zukommt und diese zunehmend knapper wird, stehen Unternehmen vor einer zunehmend größer werdenden „anbieterseitigen Aufmerksamkeitsfalle“: Information, die keine Beachtung findet, hat keinen ökonomischen Wert und umgekehrt hängt der ökonomische Wert von Information - wie derjenige aller anderen Güter auch - von der Zahlungsbereitschaft derer ab, die sie nachfragen. Im Wettbewerb um Aufmerksamkeit in Form von Auflage, Kontakte, Quoten, Rückläufern, Page Views, Stickiness, Images, etc. wird deshalb die gezielte Attraktion zum verpflichtenden Geschäft bei ihrer Allokation. Aufmerksamkeit zu erhalten, zu steuern und zu verteidigen wird zu einer der entscheidenden Kompetenz im Wettbewerb der Informationen. Allerdings: Herkömmliche Instrumenten und Strategien bewirken im allgemeinen Informationsüberfluss in erster Linie weitere Aufmerksamkeits-Knappheit und garantieren immer seltener Kommunikation. Die täglich zu beobachtende Folge: Abnehmer werden mehr und mehr zu „unmanageable consumers“, deren Konsummuster immer schwerer zu erkennen sind, die Massenmedien büßen ihre angestammten Rezipienten ein, die Massenkommunikation verliert massiv Wirkung, Wettbewerbsvorteile und Zielgruppen weisen eine immer geringer werdende Halbwertszeit auf, etc.

8.

Der neue Enpaßfaktor Aufmerksamkeit bewirkt auf Anbieter- und Nachfragerseite sich verändernde Marktgegebenheiten, auf die alle Marktteilnehmer auf neue Weise reagieren müssen und schon reagieren (Neue Produkte, neue Vertriebsformen, Marktausschlüsse). Grund genug die Frage nach einer Neuorientierung der Wirtschaftswissenschaften, besonders des Marketing zu stellen, da die veränderten Märkte auch zunehmenden Einfluß auf die Ausgestaltung von Kommunikations-, Interaktions- und Transaktionsprozessen haben. Welche Marketing-relevanten Prinzipien lassen sich aus den veränderten Rahmenbedingungen ableiten? Wie kann unter Aufmerksamkeitsknappheit und im Informationsüberfluss Aufmerksamkeit nicht nur attrahiert, sondern gehalten, gar gespeichert werden? Welche strategischen Implikationen ergeben sich aus der Forderung nach einer forcierten Aufmerksamkeitsorientierung? Im Folgenden wird die Antwort auf diese Fragen durch den Versuch, die Marketingparadigmen der Kaufverhaltensforschung und der neuen Informationsökonomie (der Informationsökonomie und der Transaktionskostentheorie) einer Neuorientierung zuzuführen und einander durch die Einführung des Aufmerksamkeitskonstruktes anzunähern, zu geben getrachtet. Die Hypothese, dass Transaktionsdesigns, die die Aufmerksamkeitsverteilung zwischen den Transaktionspartnern derart ausgestalten, dass (dyadisches Verständnis zwischen ihnen voraussetzend) sie im Rahmen ihrer spezifischen Aufgaben und Schnittstellen in der Lage sind, ihre jeweiligen Transaktionswerte mit Hilfe integrierter, aufmerksamkeitsorientierter Informationsprozesse veränderten Medienwelten anzupassen und zu erhöhen dient dabei als Leitidee. Dass die sich daraus ergebenden Implikationen an die Grenzen der Neoklassischen Theorie führen, da sie ein Nachdenken über die Einführung einer rationalen Ethik, die Weitung des Spektrums des Nutzenkonstruktes oder die Weiterentwicklung der Managementlehre, empfehlen, ist als Einladung zum Diskurs und zur Weiterentwicklung der hier gemachten Überlegungen gedacht.



B. Aufmerksamkeit bestimmt das Kaufverhalten

1.

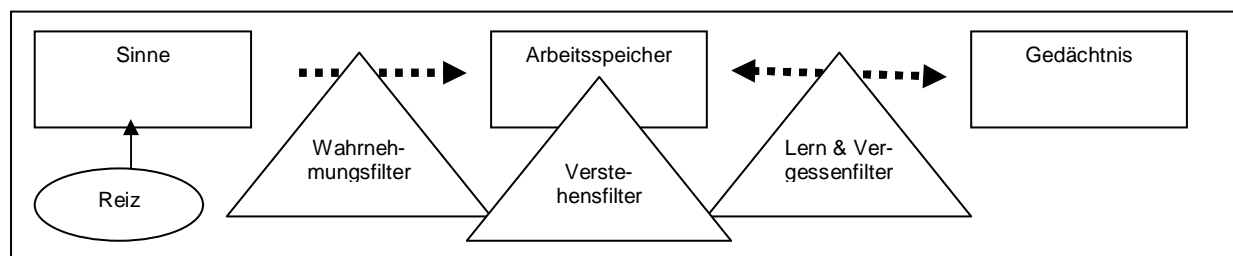
Selektive Wahrnehmung und begrenzte Aufmerksamkeit sind altbekannte, oft und gerne thematisierte Probleme. Seit jeher beschäftigen sich Philosophie, Neurologie, Biologie, Religion, Psychologie und Sozialwissenschaften mit den Konsequenzen der Tatsache, dass u.a. aktuelle emotionale Zustände, latent vorhandene Bedürfnisse, subjektive Meinungen und/oder physische Aufnahmehürden Filter der individuellen Wahrnehmung sein können.

2.

Im Rahmen der Wirtschaftswissenschaften war es insbesondere die so begründete Kritik an der Neoklassischen Theorie, die zur Ableitung neuer Paradigmen (z.B. der evolutorischen Ökonomik, dem verhaltenswissenschaftlichen Ansatz oder der Neuen Institutionenökonomik) führte und die begrenzte menschliche Rationalität zum Ausgangspunkt der jeweiligen Erklärung wirtschaftlichen Handelns machte.

3.

Dabei wurde jeweils - der kognitivistischen Interpretation des menschlichen Verhaltens und dem Modell des Information-Processing folgend - dieses als, durch einerseits vererbte (physische und physiologische), andererseits in der individuellen Konditionierungsvorgeschichte entstandene, kulturell bedingte (psychologische) Verhaltensverstärker, geprägte, mehr oder minder kognitive Verarbeitung aktueller Ziel-Mittelbeziehungen verstanden: Externe Reize/Informationen wirken als auslösende Stimuli für aktivierende Prozesse, durch die das Individuum in einen aufnahmefähigen Geisteszustand gelangt, der es befähigt die Reize zu verarbeiten. Dabei werden die wahrgenommenen Reize einen Moment im sensorischen Speicher gehalten, während dieser Zeit mit im Langzeitspeicher vorhandenen Mustern (physische, physiologische, psychische) abgeglichen und - wenn ihnen Bedeutung beigemessen wird - in interne kognitive oder automatische Verarbeitungsprozesse einbezogen, bei subjektiv besonderer Bedeutung oder mehrfacher Rezeption sogar in den Langzeitspeicher aufgenommen. Die Aufnahme und Verarbeitung von Reizen bestimmenden interdependenten kognitiven Einzelprozesse werden dabei als durch unterschiedliche Einflussfaktoren bestimmt und verschiedene Aufgabendimensionen übernehmend verstanden (Wahrnehmen: physiologischer und subjektiver Filter, Denken: bewusste interne Verarbeitung, Lernen: konzentrierter Aufbau kognitiver Strukturen).

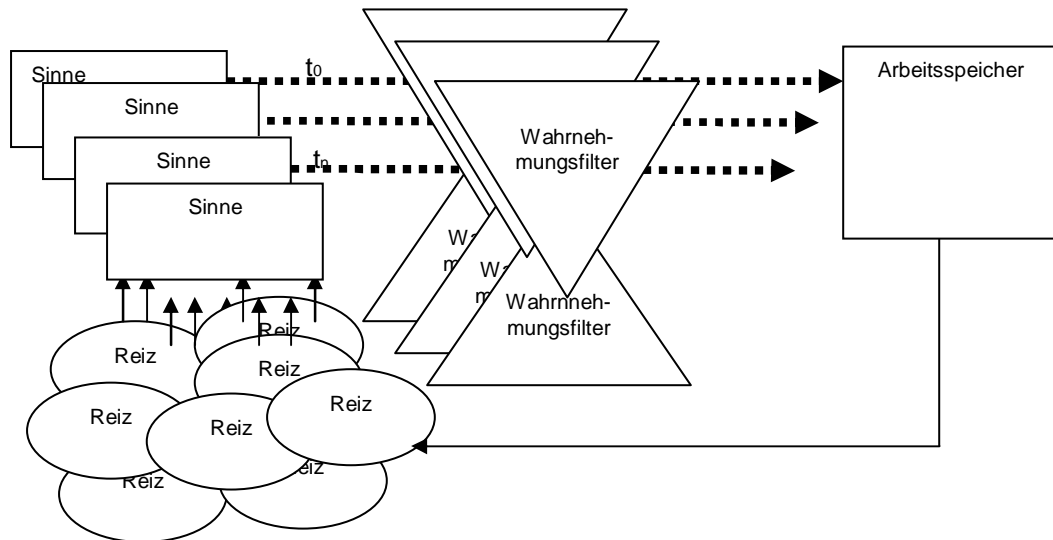


4.

Die Realität der Informationsgesellschaft und neuere neurologische Erkenntnisse (Roth, Singer, Fischer) zeigen allerdings, dass behaviouristisch geprägte, lineare, statische, eindimensionale kognitivistische Partialmodelle der Informationsaufnahme und -verarbeitung ihrer tatsächlichen Organisation in komplexen Ketten singulärer Verhaltensentscheidungen im Rahmen zahlreicher hoch distributiv und parallel organisierter kompetitiver Bewertungsprozesse, die in immer komplexer werdende reale (und - wie zu zeigen sein wird - virtuelle) Erlebniswelten des menschlichen Gehirns eingebettet sind, nur marginal gerecht werden. Wenn auch nur beschränkt für automatisierte, implizite Prozesse, so gilt doch für kontrollierte explizite Prozesse...

- ... dass pro Zeiteinheit durch verschiedene Sinnessysteme selektiert aufgenommene externe (und interne) Reize nicht isoliert von gleichzeitig auftretenden (u.U. auch zeitlich vor- und/oder nachgelagerten) Signalen und ihren Rezeptionen bewertet und ausgewählt, sondern immer im Rahmen eines dynamischen, interdependenten kompetitiven Auswahlverfahrens gefiltert werden. Dabei wirkende psychische und physische Muster beziehen sich somit selten alleine auf isoliert wahrgenommene singuläre Reize, sondern situativ auch auf vergangene, aktuelle (und (wie unten gezeigt) erwartete) Reizfolgen und -konstellationen.

- ... dass in den Kurzzeitspeicher gelangte Reize nicht automatisch zu Objekten isoliert ablaufender interner Verarbeitungsprozesse werden, sondern eingehen in selbstorganisierte Interpretations- und Bewertungsprozesse (Kompetition unterschiedlich wahrscheinlicher Gruppierungsanordnungen zur Erreichung kohärenter Systemzustände) der aktuellen Konstellationen der Vielzahl (un-) willkürlich bewusstwerdender, potentiell wichtiger und/oder neuer Reize im Kurzzeitspeicher des Gehirns.

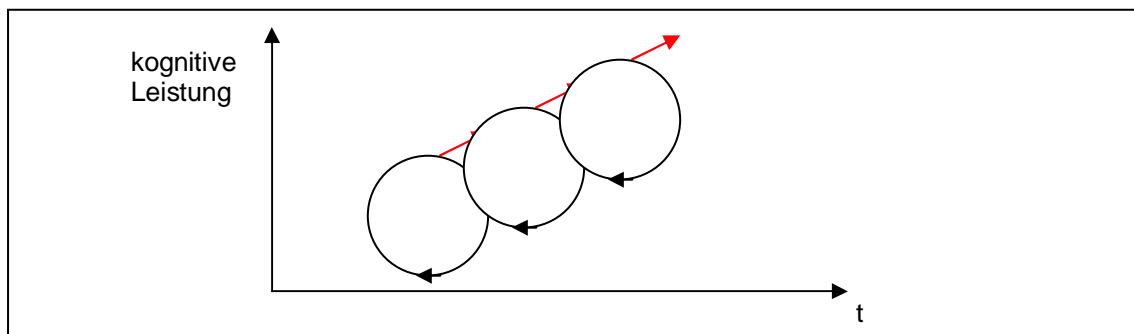


- ... dass menschliches Verhalten weder mit rein behaviouristisch noch kognitivistisch geprägten Ansätzen fassbar ist, da sie die Tatsache außer acht lassen, dass das menschliche Gehirn Areale enthält, die ihre Informationen hauptsächlich (und in manchen Fällen sogar ausschließlich) von bereits existierenden Hirnrindenarealen erhalten. Und weil es dadurch möglich wird, abstrakte Repräsentationen von Beziehungen zu bilden und diese wiederum zueinander in Beziehung zu setzen und dafür wiederum abstrakte Repräsentationen niederzulegen, können in der Realität (auch ohne auslösende Außenreize) prädikative Modelle für die Umwelt, über den Organismus selbst und über die dynamische Interaktionen des Organismus mit der Umwelt gebildet werden.
- ... dass das Gehirn im Gegensatz zur impliziten Annahme kognitivistischer Modelle nie ruhig ist, sondern ständig hochkomplexe Erregungsmuster generiert, auch wenn Außenreize fehlen. Wahrnehmung kann somit nicht länger als (passive) Abbildung von subjektiver Wirklichkeit verstanden werden, sondern als das Ergebnis eines außerordentlich aktiven, konstruktivistischen Prozesses, bei dem das Gehirn die Initiative hat: Es bildet ständig Hypothesen darüber, wie die Welt sein sollte, und vergleicht die Signale der Sinnesorgane mit diesen Hypothesen.

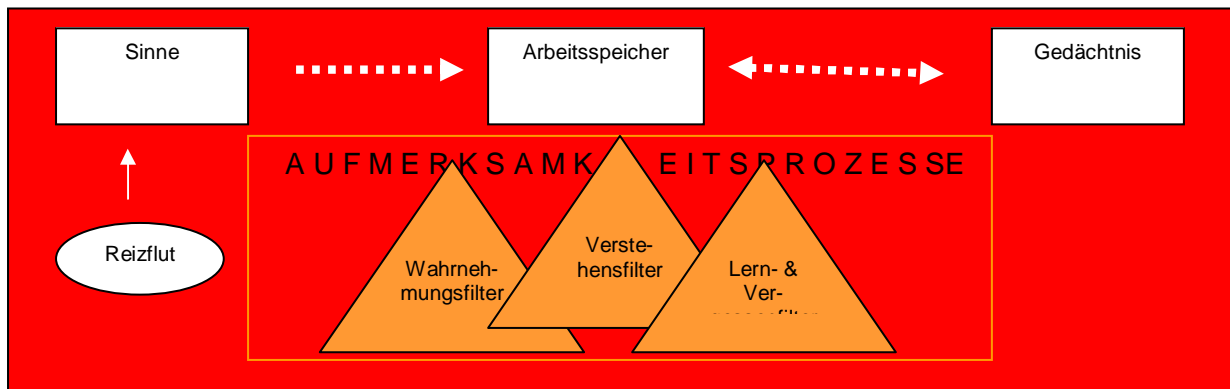
5.

Um nun weder der nicht-operationalisierbar erscheinenden Komplexität einer Totalabbildung der tatsächlichen verhaltensbestimmenden Prozesse erliegen noch die bestehenden vereinfachenden Abbildungen hinnehmen zu müssen, bietet sich in der (Kauf-) Verhaltensforschung die Einführung der Entität der menschlichen Aufmerksamkeit in die Modellüberlegungen an. Statt sie wie bislang allenfalls im Zusammenhang mit der Aktiviertheit als Zustandkonstrukt zu beachten oder umgangssprachlich wahlweise mit begrenzter Wahrnehmungskapazität, mit Konzentration oder Anspannung des Bewusstseins gleichzusetzen, ermöglicht die im Folgenden hergeleitete Implementierung der Aufmerksamkeit in das kognitivistische SOR-Modell und ihre zentrale Positionierung bei der Untersuchung des menschlichen Verhalten, dieses als eingebettet in ein dynamisches System aus aufmerksamkeitsbestimmenden und -nutzenden Prozessen und seine vormals isoliert betrachteten Teil-Prozesse als interdependenten Kosmos intern und extern provoziertes SOR-Prozesse zu begreifen und gleichzeitig die Komplexität des hier angestrebten Erklärungsmodells menschlichen Verhaltens zu reduzieren:

- Neueste neurobiologische Erkenntnisse zeigen, dass die interne Struktur der verschiedensten Hirnrindenareale und der in ihnen repräsentierter Funktionsabläufe (Wahrnehmen, Denken, Lernen, Erinnern, etc.) praktisch identisch sind, auch wenn sie ganz verschiedene Funktionen wahrnehmen. Dies, indem hier ein allgemeiner Verarbeitungs- und Bewertungsalgorithmus realisiert ist, der zur Behandlung unterschiedlichster Inhalte taugt und dessen Iteration alleine offenbar zu immer höheren kognitiven Leistungen führen kann.
- Er bestimmt die Entstehung von koordiniertem und kohärentem Wahrnehmen, Denken und Verhalten, indem er die Abstimmungsprozesse aller beteiligten Hirnareale dadurch prägt, dass er die Gestalt- und Prozessregeln für die Selbstorganisation ihrer Wechselwirkungen determiniert.
- Dabei wird das dazu notwendige Wissen über die Welt grundsätzlich durch Evolution Erfahrungswissen und Lernen in die entsprechenden Strukturen implementiert. In vivo ist es in Form von spezifischen Regeln in vieldimensionale Bewertungssysteme integriert, die die Relevanz von funktionalen Aktivitäten bewerten und Veränderungen dann und nur dann zulassen, wenn das Gesamtgehirn befunden hat, dass die jeweils zur Verarbeitung gelangten Aktivitätsmuster bedeutsam sind.
- Außerdem determiniert der allgemeine Verarbeitungs- und Bewertungsalgorithmus, wie ausgewählte Aktivitäten für nachfolgende Strukturen auffällig (als abgrenzbare Ensembles, identifizierbare Einheiten von Nervenzellen) gemacht werden können (\rightarrow Synchronisation der Entladungstätigkeit), um eine erhöhte Wirksamkeit hinsichtlich der Erregung nachgeschalteter Neuronen und möglicher Weiterverarbeitung zu ermöglichen.



- Bezeichnet man nun Aufmerksamkeit (in Übereinstimmung mit Roths Beschreibung als Eigensignal des Gehirns und Singers Erklärung als Zustand der Informationsverarbeitung in Form von neurologischer Synchronisation und Husserls phänomenologische Skizzierung) generell als „Intensitätsgrad intentionaler Erlebnisse“, so beschreibt dies eben dieses Heraustreten aus dem Bewusstseinsstrom durch Synchronisation. Sie ist also an sich nicht als Prozess, Akt oder Eigenschaft, sondern als Moment, als Akzidenz oder Eigensignal von Bewusstseinsakten (egal, ob als Virgilanz \rightarrow Zuwendung, Awareness \rightarrow Wahrnehmung, Unwillkürliche Aufmerksamkeit \rightarrow Automatismen, Attention, Focussierung \rightarrow Verarbeitung, Konzentration \rightarrow Lernen, Rationalität \rightarrow Bewusstsein: Abrufen, Hinterfragen, Konstruieren, Repräsentieren, etc.), als das eigentliche jeweils aktuelle Ergebnis des Selbstorganisationsprozesses des Gehirns zu betrachten.
- Laufen also Wahrnehmen und Denken und Lernen und Erinnern als immerwährende selbstorganisierte, iterative Folgen nach den gleichen logischen Prinzipien ab und greifen sie auf die gleichen Bewertungsgrundlagen zurück und ist das Ergebnis immer ein Intensitätsgrad, der den weiteren Verlauf der internen Prozesse determiniert, indem er die Verwendung der dazu notwendigen Informationen und somit die Iteration der internen Funktionsabläufe vorherbestimmt, dann kommt in einer Welt des Informationsüberflusses gerade diesem Intensitätsgrad und seiner Entstehung besondere Bedeutung bei der Untersuchung von menschlichem Handeln zu, während theoretische Unterscheidung unterschiedlicher kognitiver Filter in den Hintergrund treten können.



- Denn wenn Aufmerksamkeit die Intensität ist, mit der interne und/oder externe Reize/Informationen auf hinreichende Neuigkeit und/oder Wichtigkeit abgeprüft, Neuverknüpfungen von Nervenzellen (willkürliche Aufmerksamkeit im Rahmen kognitiver Prozesse) angelegt, automatisierte Verhaltensprozesse (unwillkürliche Aufmerksamkeit im Rahmen automatisierter Handlungen) angestoßen oder Ignoranz initiiert werden, dann übernehmen diese Prozesse zur immer neuen Bestimmung dieser Intensitäten implizit psychische Energie begrenzende, Neuronenkombinationen selektierende und Bewusstsein focussierende Funktionen. Damit können dann Zuwendungs-, Rezeptions-, Verstehens- und Lernfilter in und zwischen Wahrnehmungs- Lern- und Kognitionsprozessen gedanklich zu einem Gesamtprozess integriert und als Aufmerksamkeitsbestimmenden Gesamt-Prozess interpretiert werden.
- Dies ermöglicht zum einen die drastische Reduktion der Modellkomplexität, da die unterschiedlichen Filter nun allgemein als aufmerksamkeitsbestimmende (Aufmerksamkeits-) Prozesse verstanden werden können. Zum anderen wird dadurch eine Dynamisierung der Betrachtung möglich, die die Erklärungskraft des Modells auch für, das Leben und Kaufverhalten in der Informationsgesellschaft prägende, Phänomene wie z.B. schnelle Wechsel der Verhaltensebenen, spontane Reorganisationen von Wahrnehmungs- und Erfahrungsinhalten oder das massenhafte Auftreten neuer Einsichten steigert.

6.

Dabei bleibt im Rahmen der, für die Selbstorganisationsprozesse des Gehirns bedeutsamen, Gedächtnis- und Bewertungssysteme die zentrale Rolle genetisch bedingter sowie soziologischer und psychologisch geprägter Einflussfaktoren (Erfahrungswissen und Lernen) in Form des individuellen Bewertungsgedächtnis, in dem die gesamte subjektive Lebenserfahrung abgelegt ist, bestehen; auch hier werden in Elementarereignisse zerlegte Umweltereignisse nach teils stammesgeschichtlich erworbenen und teils erfahrungsbedingten Regeln in neuronalen Ensembles repräsentiert. Allerdings: Nun verstanden als zentrale Determinanten auch von Aufmerksamkeit, ist erst die Anerkennung ihrer Mehrdimensionalität, ihrer Labilität, ihrer Kombination innerhalb der allgemeinen Prozess-Dynamik der Schlüssel für das Verständnis von Kaufverhalten in Zeiten des Informationsüberflusses, da er den Focus der Betrachtung von der singulären Determinanten-Einheit (DIE Einstellung, DIE Motivation, DAS Involvement, etc.) hin auch zu einem kompetitiven System einer Vielzahl dieser Einheiten lenkt.

7.

Und damit sind es auch nicht mehr Fragen nach dem Zusammenhang zwischen der einzelnen Einstellung und entsprechendem Folgeverhalten, nach der Messung von bestimmtem Involvement oder die nach der einzelnen Motiventstehung, die im Mittelpunkt der Betrachtung eines derart dynamischen vieldimensionalen Modells stehen können. Vielmehr sind es Fragen, die sich mit den Prinzipien und Besonderheiten des Gesamtprozesses befassen, die Erklärungen dafür finden wollen, wie auch unter Informationsflut konsistente Iterationen des Gesamtprozesses stattfinden können, die Strukturen der Ensembles der Inhalte des Bewertungsgedächtnisses, die Verhalten begünstigen, zu definieren trachten.

8.

Allerdings: Um sie einer vollständigen Beantwortung zuzuführen ist es notwendig, in die Betrachtung des Zusammenhanges zwischen Aufmerksamkeit und Verhalten eine letzte neuere Erkenntnis moderner Neurobiologie einzuführen: Die Existenz und das Wesen des „Ich“ bzw. „Selbst“ des Menschen; einer Konstruktion des Gehirns, die zwingend notwendig für die Verarbeitung komplexer In-

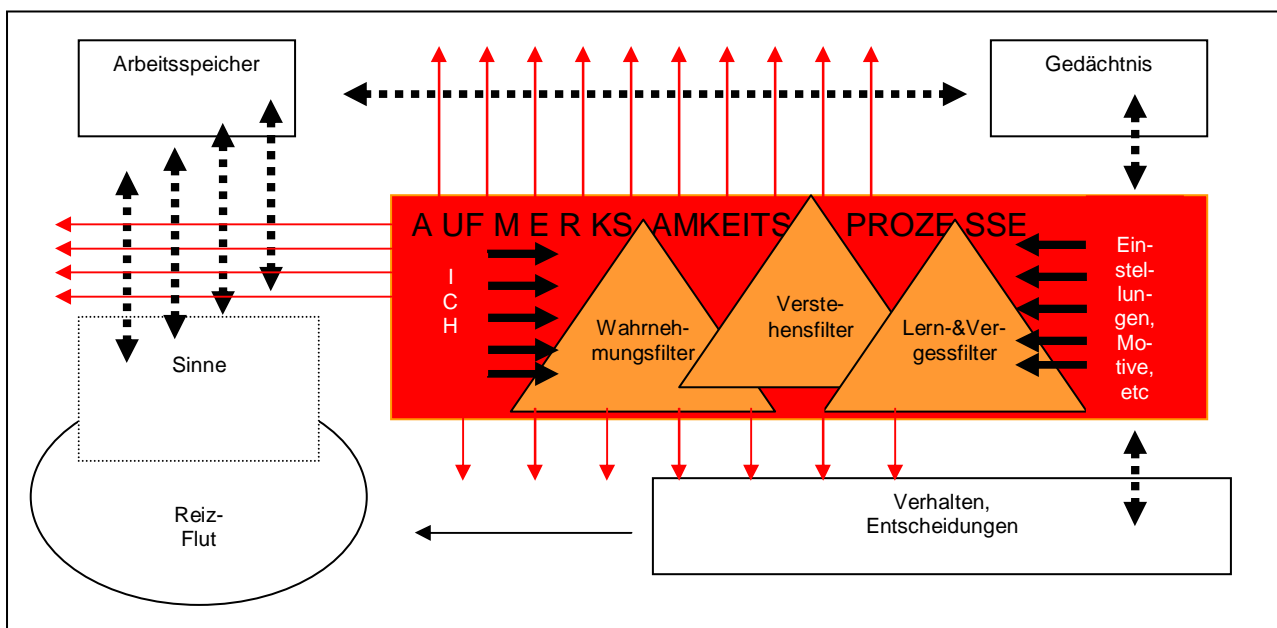
formationen und langfristige Handlungsplanung ist, indem sie die Repräsentationen eigener und anderer realer und/oder virtueller Wahrnehmung sowie realer und/oder virtueller Handlungen zueinander in Beziehung setzen und beeinflussen kann.

9.

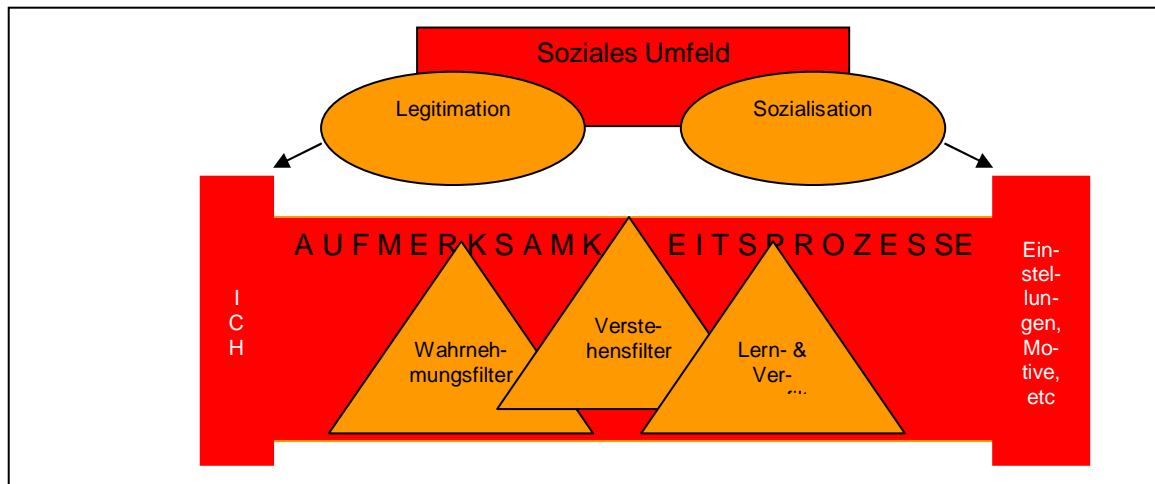
Das Ich ist das empfundene Zentrum der individuellen virtuellen Welt, die als subjektive Erlebniswelt durch jegliche Wahrnehmungen, Gedanken, Vorstellungen, Erinnerungen, Gefühle, Wünsche oder Pläne repräsentiert ist, indem die Kombinationen vergangener und aktueller Selbstempfindungen zusammengebunden und in den Strom der Ich–Empfindungen (stream of consciousness) eingestellt werden. Es handelt sich jedoch nicht um ein real existierendes Konversionszentrum, sondern um ein vereinfachendes Phänomen des menschlichen Gehirns, da es ihm nicht möglich ist, alle Unter- und Untersysteme, die an der Kontrolle und dem letztlichen Auslösen einer Handlung beteiligt sind, zu erfassen. Statt diese Systeme also bewusst und willentlich zu begleiten oder auszulösen, werden sie diesbezüglich zusammenfassend und integrierend ex ante einem Zuschreibungen- (Identität), einem Handlungen- (Intentionen, Willen) und Legitimationen-begündenden Ich zugeschrieben. Doch obwohl es sich dabei lediglich um eine vom Gehirn konstruierte Fiktion handelt, ist es ein wichtiges Faktum individuellen emotionalen Überlebens und gesellschaftlichen Zusammenlebens: Da Wissen nicht übertragen, sondern nur wechselseitig konstruiert werden kann, diese Konstruktion aber auf der Existenz konsensualer Zustände aufbauen muss, ist das Ich die interne Instanz, die Erklärungs- und Rechtfertigungszwänge in die virtuelle Welt des Gehirn trägt und iterative virtuelle wechselseitige Bespiegelungen im je anderen ermöglicht, also eigene Handlungen vor sich selbst und insbesondere auch vor anderen, also der sozialen Umwelt, zu einer plausiblen Einheit zusammenfügt.

10.

Aufmerksamkeit ist also ein Zustand eines Erlebnisses im Bewusstseinsstrom des Menschen und entsteht im Rahmen eines kontinuierlichen interaktiven, ständig sich verändernden und kompetitiven Systems aus aufmerksamkeitsbestimmenden Mechanismen und Regeln. Dabei sind Ereignisse, die nicht mit Aufmerksamkeit belegt sind, nicht Teil des Bewusstseinsstroms, wohingegen die Intensität derjenigen Ereignisse, die mit Aufmerksamkeit belegt sind, den weiteren Verlauf von parallel, distributiv, interaktiv und rekursiv ablaufenden Wahrnehmungs-, Verarbeitungs-, Lern- und Gedächtnisprozessen bestimmen. Allerdings sind die relevanten Ereignisse nicht auf externe Reize und sie betreffende Verarbeitungsinformationen beschränkt, da das menschliche Gehirn in der Lage ist, virtuelle Welten und potentielle Handlungen in ihnen zu konstruieren und entweder in Form von neuen (internen) Reizen oder forciert aktiver Suche nach spezifischen externen Reizen in die aufmerksamkeitsbestimmenden Prozesse einzubinden. Neben dem Einfluss, den genetisch übertragene, aus dem Erfahrungswissen stammenden und gelernten Inhalte des Gedächtnisses unmittelbar auf die im Rahmen der aufmerksamkeitsbestimmenden Prozesse zur Disposition stehende Ereignisse haben, kommt dabei dem subjektiven Ich als Legitimations-Instanz besondere Bedeutung zu: Das soziale Umfeld, in Form eines imaginären oder realen Dritten hat besonderen Einfluss auf die Bestimmung von Aufmerksamkeitsdispositionen.

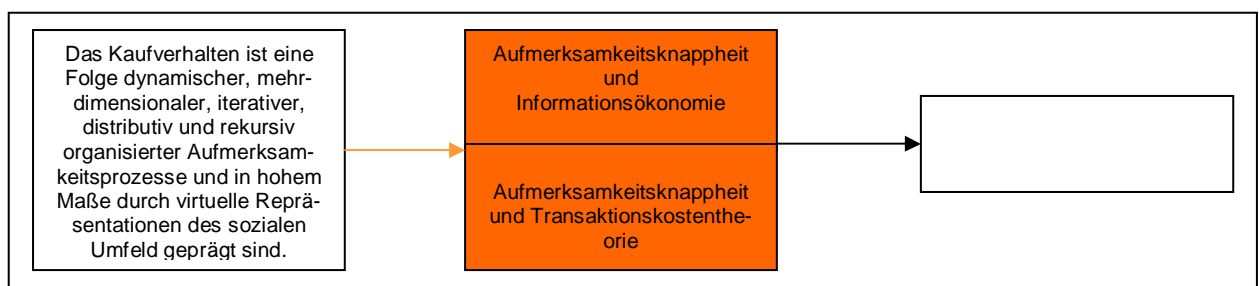


Dies alles ist zu beachten, wenn man versucht, nicht nur nach dem singulären Zustandekommen von Aufmerksamkeit zu fragen, sondern auch nach den Determinanten von Aufmerksamkeitsfixierung (Konzentration, Focussierung, Bewusstseinsweckung) zu suchen, den Möglichkeiten ihrer Umwandlung in „folgenreiche Aufmerksamkeit“ (Neuschaltung neuronaler Netze, koordinierte Handlungen, Einstellungsbildung, Routinen, etc.) nachzugehen oder nach den Transaktionsdesigns, die Aufmerksamkeitsgenerierung begünstigen zu fragen. Insbesondere dann, wenn vor dem Hintergrund allgemein zunehmender Aufmerksamkeitsknappheit deutlich wird, wie der Einfluss einzelner angeborener und erlernter Verhaltensverstärker sinkt und die Bedeutung des individuellen Selbst bei der Repräsentation virtueller Lebenswelten und hier konstruierter Handlungsentwürfe steigt.



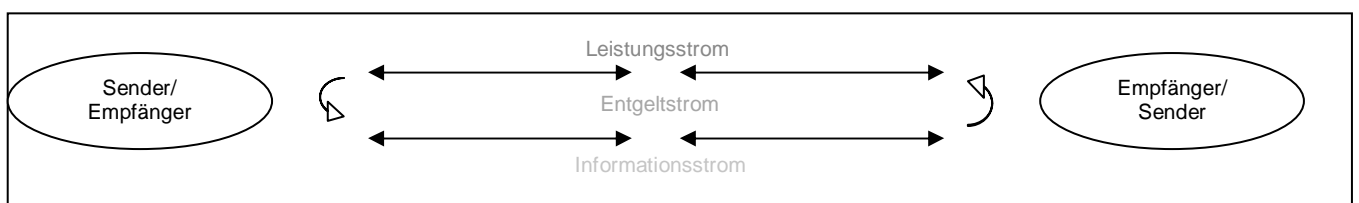
12.

Dies deutet darauf hin, dass der Schlüssel zur Optimierung von Transaktionsprozesses unter Aufmerksamkeitsknappheit in der Berücksichtigung eines wichtigen Faktum individuellen emotionalen Überlebens und gesellschaftlichen Zusammenlebens liegt: Weil Informationsaustausch nur als wechselseitige Konstruktion von Wissen möglich ist und dabei auf einen gewissen konsensuellem Grundzustand der Beteiligten angewiesen ist, bedarf der virtuelle Akteur in einer vom individuellen Gehirn konstruierten Erlebniswelt bei Repräsentation und Aktion immer der Legitimation des überwiegend unbewusst gesteuerten Verhaltens vor sich selbst und anderen. Ein Faktum, dass auch den im Folgenden angestrebten Perspektivenwechsel, den die Integration der Aufmerksamkeit in Transaktionskostentheorie und Informationsökonomie erfordert, kennzeichnet und es möglich macht, die Paradigmen des verhaltenswissenschaftliche Ansatz und der Neuen Informationsökonomik einander anzunähern.

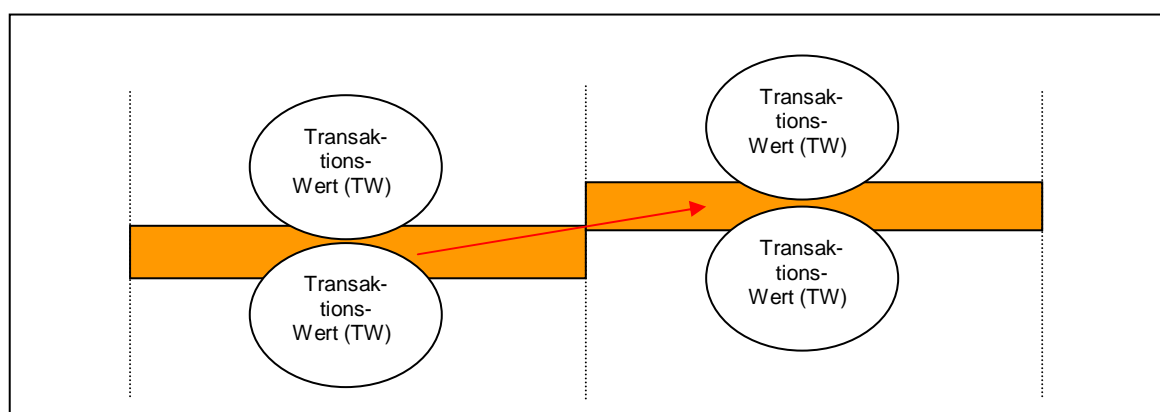


C. Wettbewerbsorientiertes Informationsmanagement und Integrativ-Prozessuales Marketing

1. Dauerhafter Markterfolg ist nur gewährleistet bei dauerhaftem und ausgewogenem Abgleich von Interessen und bei Erfüllung von Bedürfnissen aller relevanten Zielgruppen auf Absatz- und Beschaffungsmärkten, innerhalb der Einzelwirtschaft und in der Gesellschaft. (Meyer/Mattmüller)
2. Marketing wird deshalb die Aufgabe zugeordnet, den Aufbau, die Aufrechterhaltung und Verstärkung der Beziehungen zum Kunden, anderen Partnern (stakeholdern) und gesellschaftlichen Anspruchsgruppen zu gestalten (Grönroos).
3. Verstanden als integrative Führungs- und Unternehmensmaxime, bestimmt es deshalb die permanente und systematische Analyse und Ausgestaltung von Transaktionsprozessen zwischen Marktparteien mit dem Ziel, durch den kontinuierlichen Abgleich von Interessen und der Erfüllung von Bedürfnissen ein Transaktionsdesign zu finden, das die Zielsysteme der Transaktionspartner bestmöglich erfüllt. (Weiber)
4. Transaktionen umfassen dabei alle ihre wechselseitigen Aktivitäten zum Zwecke der Vereinbarung und Abwicklung des ökonomischen Austausches von Objekten und Verfügungsrechten innerhalb (dyadisch) organisierter Güter-, Geld- und Informationsströme. (McLachlan)



5. Diese finden grundsätzlich in einer Welt von Informationsasymmetrie zwischen Marktpartnern und der Existenz opportunistischen Verhaltens statt, wodurch bei jedem Transaktionspartner, der im Rahmen eines Transaktionsprozesses jeweils sowohl spezielle Aufgaben zu erfüllen als auch gemeinsame Schnittstellen zu überwinden hat, regelmäßig Transaktionskosten (Zeit, Mühe, etc.) entstehen, die jeweils einem subjektiv wahrgenommenen Transaktionsnutzen (Erfüllungsgrad, Wissen, Erfahrung, etc.) gegenüberstehen. (Kaas)
6. Der Abgleich zwischen Transaktionskosten und –nutzen manifestiert sich jeweils im aktuellen individuellen Transaktionswert, der als Entscheidungskriterium für die Fortführung, Steuerung oder den Abbruch der Transaktion dient: Gelingt es, die Transaktionskosten zu verringern und/oder den wahrgenommenen Transaktionsnutzen zu erhöhen, so wächst die Wahrscheinlichkeit der Fortführung/des Abschlusses/der Neuaufnahme (Kundenzufriedenheit) von Transaktionsprozessen. (Mattmüller/Tunder)



7.

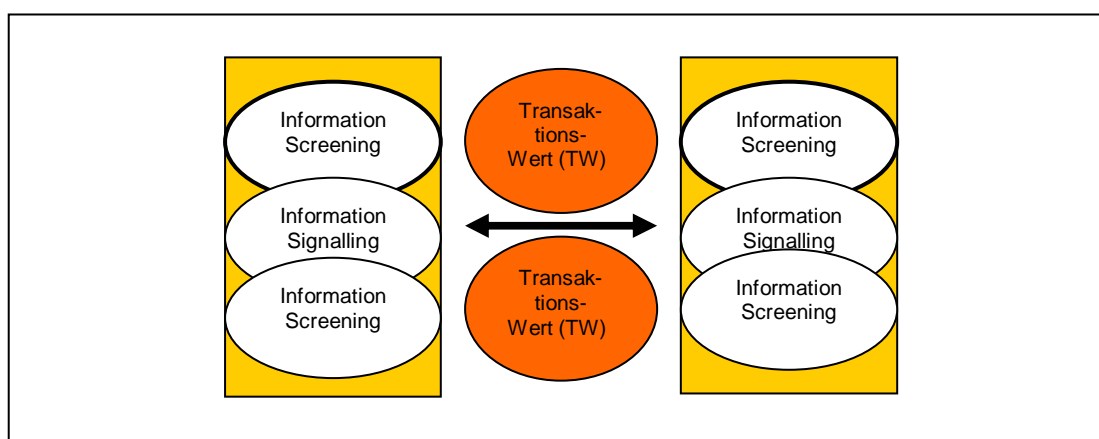
Transaktionsprozesse finden allerdings zunehmend in wachsender Daten- und Reizflut statt, die - in Form von Information - einer Vervielfachung ihrer effizienten und effektiven Integration in Unternehmens- und Marktprozesse durch moderne IuK-Technologien gegenübersteht und somit zu DER zentralen Ressource im Wettbewerb erwachsen ist.

8.

Die daraus resultierende zunehmende Entmaterialisierung (Hutter: Enthüllung) der Unternehmens- und Marktprozesse führt deshalb dazu, dass bei der Transaktionswert-optimierenden Gestaltung von Austauschprozessen der Gestaltung von Informationsprozessen DIE zentrale Rolle zukommt. (Davidow/Malone)

9.

Denn es sind mehr und mehr Informations-Screening, -Signalling und -Processing-Aktivitäten (Informations-Dreisprung), die die Phase und Schnittstellen eines jeden Transaktionsprozesses sowohl auf Anbieter- als auch auf Nachfragerseite (jeweils auf unterschiedliche Schwerpunktaufgaben bezogen) bestimmen und dabei regelmäßig entsprechend eines angemessenen Management-Prozesses realisiert werden. (Weiber)



10.

Wenn es also darum geht das Transaktionsdesign zu finden, das die Zielsysteme der Transaktionspartner bestmöglich erfüllt, dann hat das Marketing die Aufgabe den gesamten Transaktionsprozess zu zerlegen und (dyadisches Verständnis zwischen Transaktionspartnern voraussetzend) die spezifischen Aufgaben und Schnittstellen im Hinblick auf die Erhöhung der jeweiligen Transaktionswerte durch die Optimierung der diesbezüglichen Informationsprozesse durch wettbewerbsorientiertes Informationsmanagement im Integrativ-Prozessualen Marketing zu hinterfragen und zu definieren. (Weiber + Mattmüller)

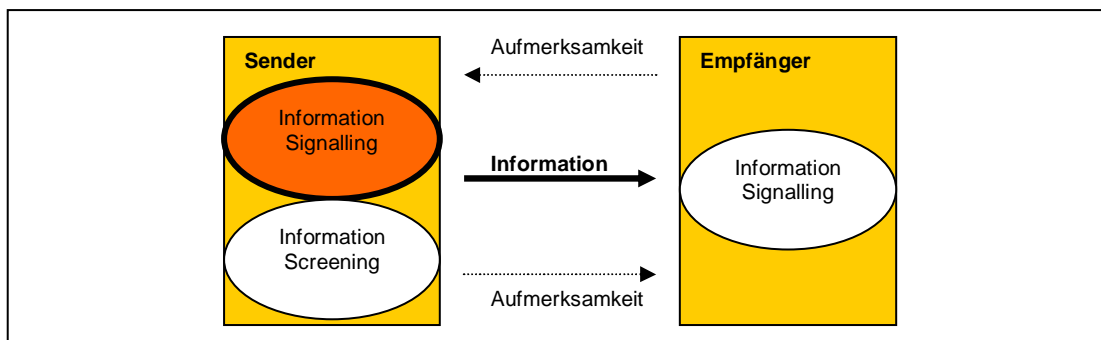
11.

Allerdings: Erhalten Informationen auf diese Weise sowohl für Markt- und Unternehmensprozesse Steuerungsfunktion zugewiesen und werden sie als maßgeblich für erfolgreiche Austauschprozesse zwischen Anbieter und Nachfrager interpretiert, so erhebt dies per Definition auch die „Aufmerksamkeit“ zu einem besonderen Produktionsfaktor und zentralen Einflussfaktor der Generierung von Wettbewerbsvorsprüngen. Ein alleine der Informationsökonomie - die die Vorzüge des Informiert-Seins und die Kosten, die es sich lohnt dafür einzugehen, behandelt - verbundenes Konzept des „Informations-Dreisprungs“, ist zunehmend zu eng gefasst, um Wettbewerb im allgemeinen „decision overload“ zu beschreiben. Ihr zugrunde liegendes Verständnis von Informationen, als knappem und kostspieligem Gut, ist nicht mit der, durch moderne IuK-Technologien produzierten, Daten- und Reizflut vereinbar. Denn statt dessen ist es die „Aufmerksamkeit“, die aufgrund ihrer universellen, selektierenden, bündelnden Wirkung grundsätzlich die Konstruktion von „Information“ erst ermöglicht und bei ihrer zunehmenden Knappheit für intra- und interpersonale und -organisationale Transaktionsprozesse zum zentralen Engpassfaktor wird.

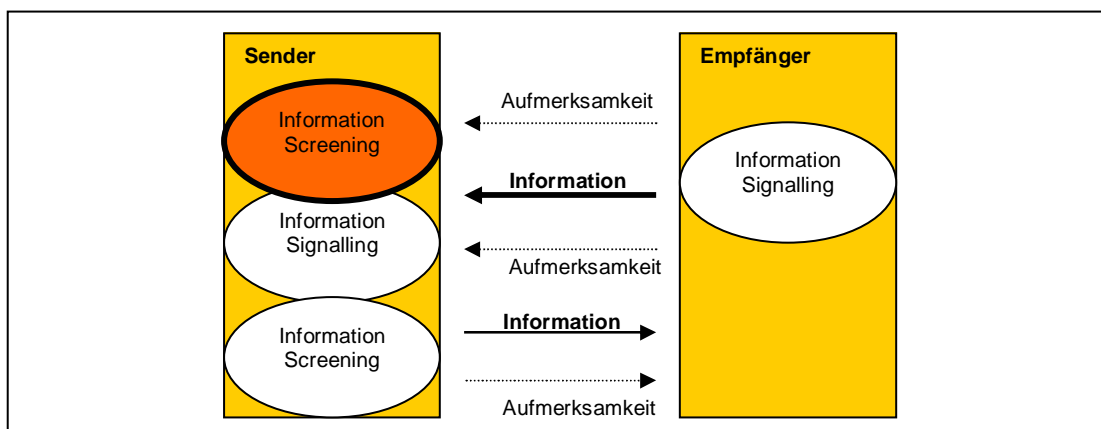
13.

Wenn Wettbewerb also als „Unternehmens- und Marktprozesse integrierender Informationsprozess“ mit den zentralen Schritten Screening, Processing und Signalling definiert wird, dann muss auch die Verteilung der, diesen prozessualen Fluss aufrechterhaltenden, aufmerksamen Energie, als zentrale Determinante sowohl dieses Prozessverlaufes selber als auch seines Ergebnisses in die Betrachtung einbezogen werden: Erst aufgrund einer verbesserten Informations- und Aufmerksamkeitsituation im Rahmen eines aufmerksamkeitsorientierten Informationsmanagements können Vorteilspositionen im Wettbewerb auch unter Aufmerksamkeitsknappheit beeinflusst und letzterer als ökonomischem Problem (vorhandene Informationen werden nicht genutzt, wodurch immer öfter knappe Ressourcen unproduktiven Verwendungen zugeführt werden) begegnet werden. Dabei ist es - um Wohfahrtsverluste zu vermeiden - aus einzel- und gesamtwirtschaftlicher Sicht notwendig, Möglichkeiten zu finden, knappe Aufmerksamkeit optimal zu verteilen und Transaktionsdesigns zu definieren, die den Austausch zwischen den Transaktionspartnern derart gestalten, dass (dyadisches Verständnis zwischen ihnen voraussetzend) sie im Rahmen ihrer spezifischen Aufgaben und Schnittstellen in der Lage sind, ihre jeweiligen Transaktionswerte mit Hilfe integrativer, aufmerksamkeitsorientierter Informationsprozesse veränderten Medienwelten angepasst zu erhöhen bzw. zu optimieren, indem ...

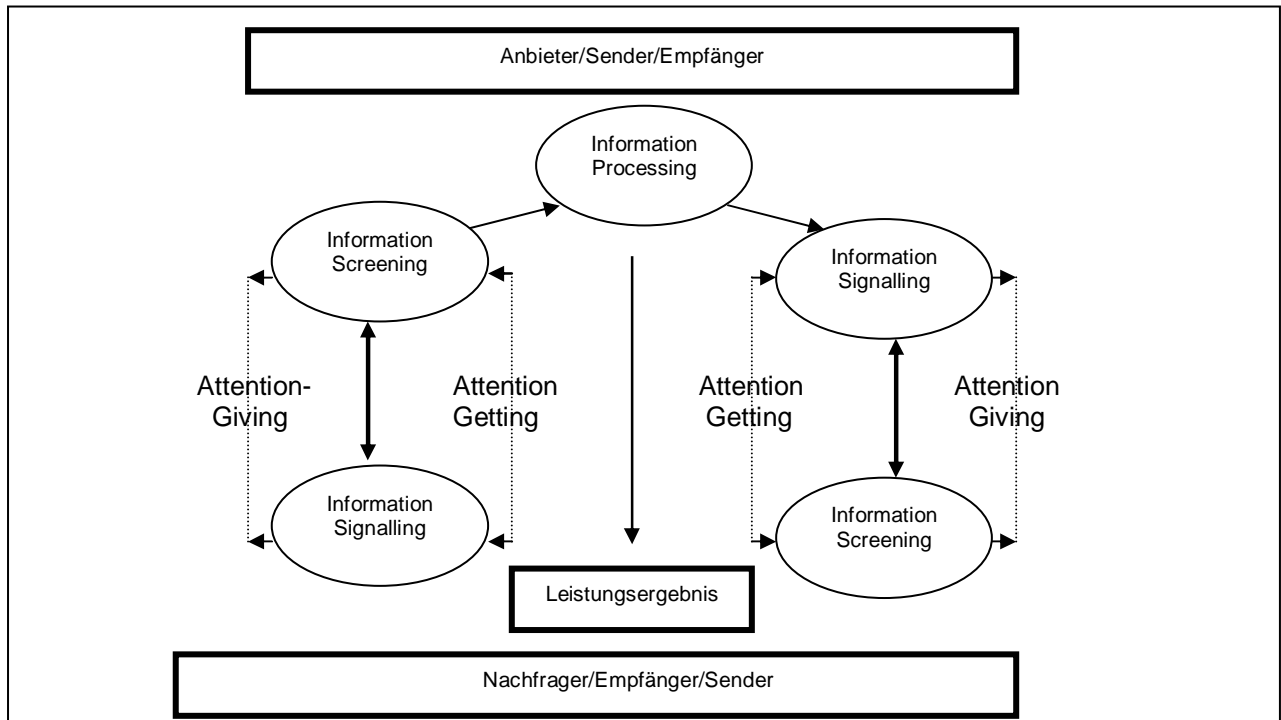
- ... aufmerksamkeitsorientierte Signalling-Aktivitäten neben der reinen Botschafts-Übertragung auch eine, die Vergabe von empfängerseitiger Aufmerksamkeit attrahierende, Funktion erfüllen, um die gesendete Botschaft auf Nachfragerseite überhaupt einer Informationsaufnahme zuführen zu können. Derartige erfolgreiche Botschaftsübertragungsaktivitäten mit Beeinflussungsziel bedürfen jedoch notwendigerweise auch vorhergehende aufmerksamkeitsintensive Information Screening-Prozesse zur Bestimmung von, die Aufmerksamkeits-Vergabe der Botschafts-Empfänger beeinflussenden, Informationen.



- ... aufmerksamkeitsorientierte Screeningprozesse auf vorhergehend provozierten, direkten oder unbewussten, beobachteten Informationsabgabe von Befragten/Beobachteten ausgerichtet sind. Screening-Prozesse finden dabei somit - wie unternehmerische Signalling-Aktivitäten auch - im Wettbewerb um aufmerksame Energie von Botschafts-Empfängern statt. Deshalb bedarf Screening Aufmerksamkeits-Allokation auf Basis vorherigen Screenings von, diese Allokation fördernden, Informationen, was zwingend eigene Aufmerksamkeitsvergabe erfordert.

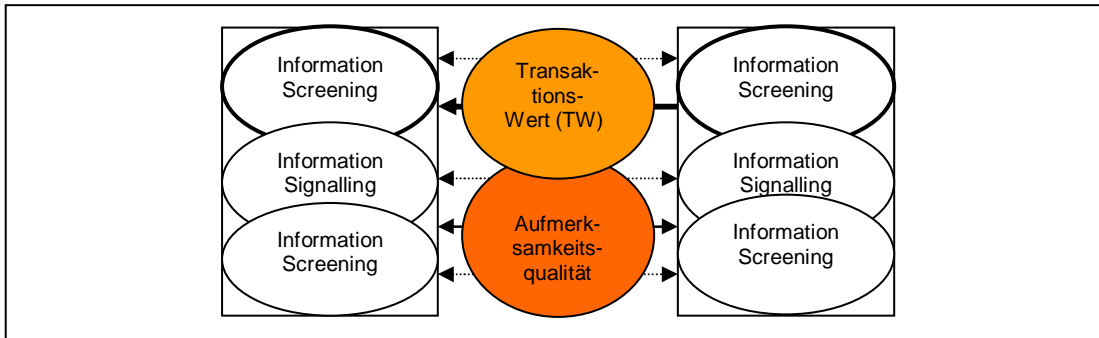


- ... aufmerksamkeitsorientierte Information-Processing-Aktivitäten abhängig und zeitlich synchron mit Interaktion- und Transaktion ablaufen, denn hohe Informationsverarbeitungsqualität und Geschwindigkeit ihrer Transformation ist nicht isoliert von vor- bzw. nachgelagerten Aufmerksamkeits-gesteuerten Informationsprozessen des Screening bzw. Signalling erreichbar. Diese bedürfen vielmehr integrierter Transaktionsprozesse, in denen die einzelne Transaktionsbeziehung als diskontinuierlicher Fluss von, sich gegenseitig und die jeweils initiierten internen und externen Folge- oder Begleitprozesse bedingenden und steuernden, Austauschverhältnissen von Informationen und von Aufmerksamkeit verstanden wird.



14.

Der Grund liegt darin, dass subjektives Wissen, und damit die Basis von Transaktion nicht übertragbar ist, sondern in vivo dort wechselseitig und interaktiv konstruiert werden muss, indem das Erkennen, Bewerten und Verarbeiten der jeweils vom Transaktionspartner gesendeten Botschaften auf Basis des focussierten Einsatzes von Transaktionsressourcen (Zeit, Mühe, psychische Energie, etc.) kontinuierlich initiiert und im Zeitablauf koordiniert und konsistent organisiert wird. Dabei sind jedoch nicht nur die jeweiligen Informationssammlungen, -verarbeitungen und -transformationen durch Aufmerksamkeitsprozesse gekennzeichnet, sondern auch ihre Abfolge. Dies, da die zur Transaktion notwendigen Information-Screening- und sie vorbereitenden und begründenden -Signalling-Prozesse auch und gerade im Informationsüberfluss immer nur auf Basis des Abgleichs von parallel entgegengesetzt verlaufenden Attention-giving- und Attention-getting-Prozessen und angesichts ihrer Knappheit nur im Austausch gegen entsprechende Aufmerksamkeitsvergabe-begründende und/oder -egalisierende Nutzenbestandteile durchgeführt und/oder fortgesetzt werden. D.h. Sammlungs-, Systematisierungs-, Selektions-, Verdichtungs-, Verteilungs-, Abfrage-Aktivitäten finden grundsätzlich lediglich diesen Reizen, Ereignissen, Daten, Informationen gegenüber statt, die vom Aufmerksamen als anderen Ereignissen, Daten oder Wissensbestandteilen gegenüber superior wahrgenommen werden und - bei ebenfalls begrenzten Informationsverarbeitungskapazität - auch verarbeitet werden können. Vor dem Hintergrund der obigen Einführung der Aufmerksamkeit in Erklärungen des Kaufverhaltens, kann Wahrnehmen, Verarbeiten, Lernen, Erinnern und Handeln unter Aufmerksamkeitsknappheit also als durch Aufmerksamkeits-Vergabe-Prozesse gesteuert angesehen werden, wobei diese Prozesse durch die aktuell wahrgenommenen (als das Gesamtergebnis aller aktuell relevanten Bewertungsprozesse des Gehirns interpretierbaren) aufmerksamkeits-bestimmenden (Transaktions-) Werte determiniert sind. Ihre Entsprechung beim Senden und Empfangen von Informationen, beim Einnehmen und Investieren von Aufmerksamkeit, beim Geben und Nehmen innerhalb materieller und immaterieller Transaktionsprozesse, ist Voraussetzung für fortgesetzten Aufmerksamkeitstausch bis hin zum Transaktionserfolg.



15.

Die Bewertung von Investitionsalternativen knapper Aufmerksamkeit auf Basis der jeweiligen Transaktionswerte erfolgt dabei jedoch nicht alleine auf Basis aus dem Transaktionsprozess abgeleiteter bzw. erwarteter Nettonutzen-, Effizienz- oder Effektivitäts-Potentiale (bzgl. der Erringung von Informations-, Erfahrungs-, Vertrauens-Vorsprüngen), sondern auch und gerade aus der unmittelbaren Bewertung der sie signalisierenden Botschaften, Medien oder Handlungen, die das jeweilige Nutzenangebot, das sie aufzuschliessen vermögen, transportieren. Neben der Untersuchung der Vorzüge des Informiertseins und der Kosten, die es sich dafür einzusetzen lohnt, erwächst also auch per se die Frage nach der richtigen Investition und Allokation der diese Transaktion erst ermöglichenden Ressourcen. Und damit tritt im Rahmen der Ausgestaltung von Informationsdispositionen neben die Beeinflussung von Informationsprozessen zur Schaffung von Informations-, Erfahrungs-, Vertrauensvorsprüngen auch die aufmerksamkeitsorientierte Optimierung der eigentlichen Inhalte dieses Informationsaustausches. Denn wenn der Ablauf eines Transaktionsprozesses durch die Entwicklung der jeweils wahrgenommenen Transaktionswerte geprägt ist, diese aber nicht alleine auf der Kostenseite, sondern auch auf der Nutzenseite beeinflussbar sind und hier bei zunehmender Reizflut und unvollständiger Information klassische Nutzelemente wie Erfahrung, Vertrauen an Bedeutung verlieren, dann sind es insbesondere die aufmerksamkeitsbeeinflussenden Qualitäten von Informationen (16.) und die intentionalen Rahmenbedingungen von Transaktionsprozessen selber (17.), die Transaktionsdesigns bei Aufmerksamkeitsknappheit prägen.

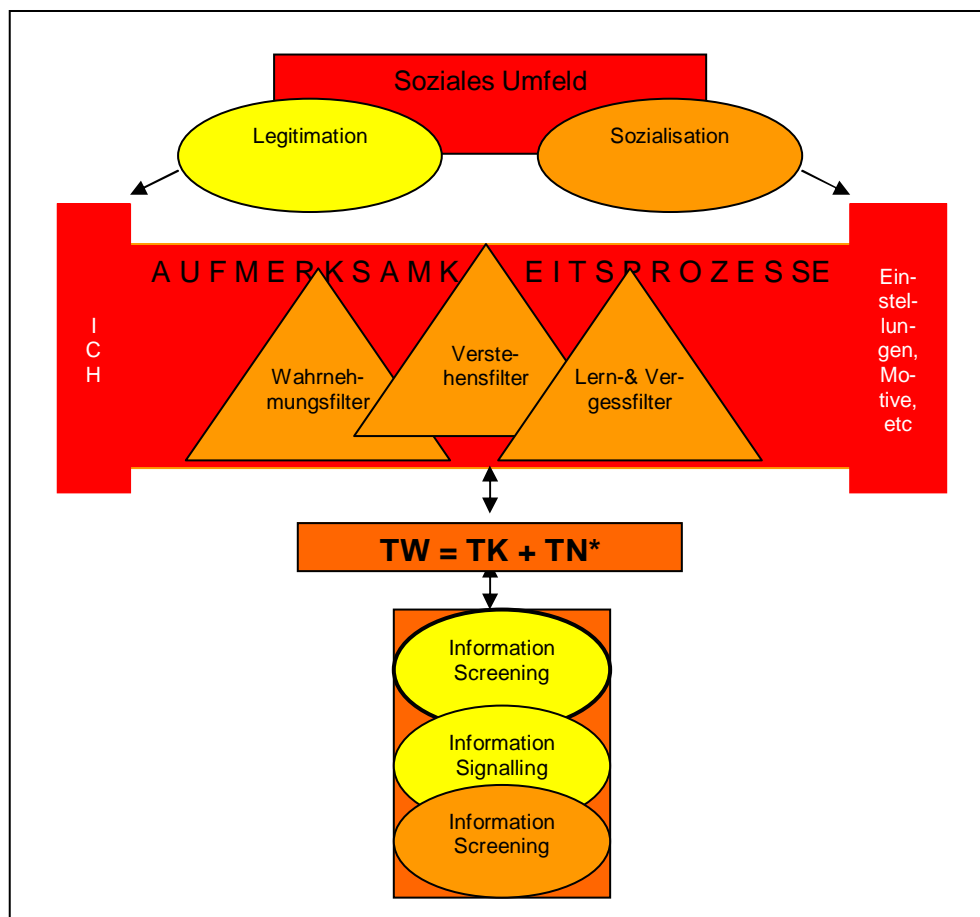
$$TW = TK + TN^*$$

*TN = Transaktionsnutzen =
 Effektivitätsvorteile +
 Aufmerksamkeitsbeeinflussende
 Informationsqualitäten +
 Qualität der intentionalen Rahmenbedingungen
 des Transaktionsprozesses

16.

Der Mensch ist ein soziales Wesen, das - ob gewünscht oder nicht - in kontinuierlichem Austausch mit seiner Umwelt steht. Ob Ziel und/oder Nebeneffekt: Ergebnis der hier stattfindenden Informations-, Interaktions- und Transaktionsprozesse ist immer auch die Definition und Beeinflussung der aktuellen und zukünftigen individuellen Positionierung in der persönlichen Erlebniswelt und der Wahrnehmung anderer. Die Verbesserung dieser Position ist menschliches Grundbedürfnis, allerdings willentlich in der Attention-Economy zunehmend schwerer beeinflussbar. Zu viele Reize, Informationen, Botschaften, Fragestellungen, Ideen, Möglichkeiten, Optionen zur Auswahl und behindern sowohl die Entscheidung für oder gegen Aufmerksamkeitsalternativen. Derjenige, der sich hier darauf versteht, fremde Aufmerksamkeit dauerhaft auf sich zu ziehen, verfügt über besondere Vorteilspotentiale. Nicht nur ist es ihm möglich, die dabei bestehenden notwendigen Informations- und Aufmerk-

samkeitsflüsse zur effizienten und effektiven Ausgestaltung von Signalling- und Screening-Prozessen zu nutzen und in Ergebnis- und Vermarktungsvorteile zu überführen, er ist auch in der Lage, die entsprechenden Transaktionsprozesse an sich zu beeinflussen, zu steuern und zu lenken. Allerdings bedarf die dazu notwendige Aufrechterhaltung einer Aufmerksamkeits-Beziehung mehr als singuläre Erfolge im Wettbewerb um die Aufmerksamkeit des jeweils anderen: Eigene Aufmerksamkeits-Attraktion ist nur dann erfolgreich, wenn alle entsprechenden (ob unmittelbare oder illusorische) Angebote an die Aufmerksamkeit eines Dritten bei dessen eigener Reüssierung in der Attention Economy nützlich ist oder als anderweitig ausreichend nutzwertig und anderen persönlichen Zielen dienlich wahrgenommen wird. Dies, da neuere neurologische Erkenntnisse, zu der Erkenntnis geführt haben, dass Gehirne in der Lage sind, virtuelle Welten zu repräsentieren und in diesen so zu handeln und dadurch reale Wahrnehmungs- und Informationsverarbeitungsprozesse zu beeinflussen, wie es vor dem Hintergrund, dass andere dieses Handeln vom positiv bewertet werden sollen und individuelle Ziele erreicht werden sollen, angemessen erscheint.

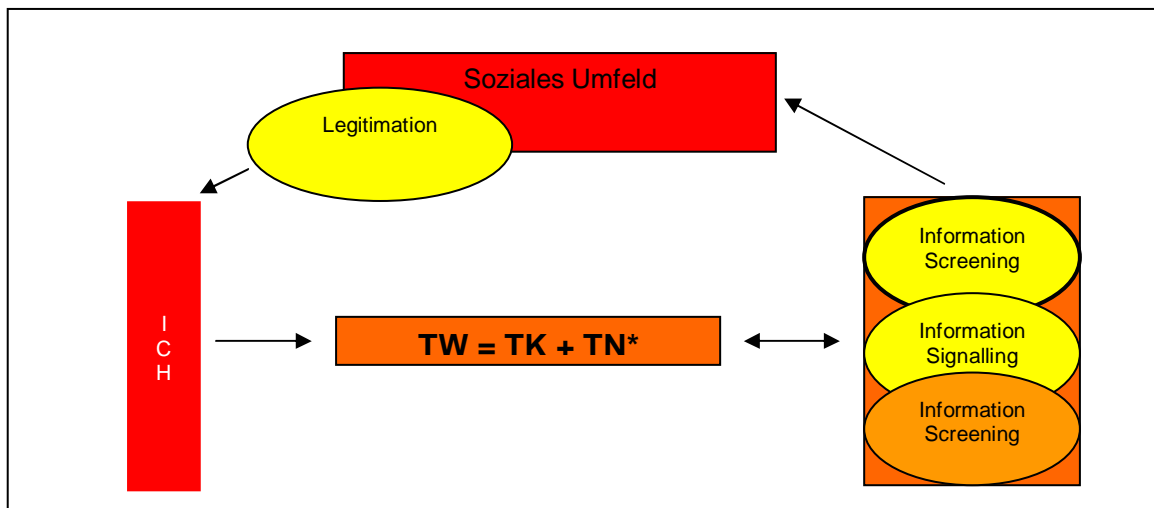


Sind es also immer öfter die Informationen über Transaktionsobjekte und -subjekte und nicht diese selbst, die im Wettbewerb um die individuelle Aufmerksamkeit stehen, dann sind es zunehmend auch die aufmerksamkeitsbeeinflussenden Qualitäten dieser Informationen, die Transaktionsfortgänge und -ergebnisse beeinflussen (Erlebniswert, Halo-Effekte, Beitrag zur Aufmerksamkeitskapitalisierung, Attraktionskraft, etc.). Somit kann das Konstrukt des subjektiv wahrgenommenen Transaktionsnutzens nicht alleine auf die subjektive, situative Bewertung von produkt- und anbieterspezifischen Informationen zurückgeführt werden, sondern ist (wie bei obigen Behandlung des individuellen Selbst gezeigt) um die Größe der „Nützlichkeit für Dritte oder den Umgang mit ihnen“ als zentrale Determinante von aufmerksamkeitsbeeinflussenden Informationsqualitäten zu erweitern.

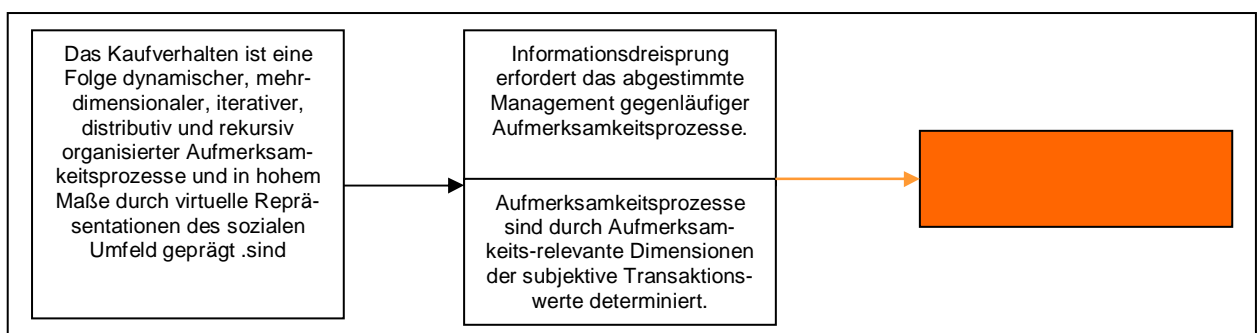
17.

Im zunehmenden decision overload erwächst auf der Suche nach dem effizienterem Umgang mit der eigenen Aufmerksamkeit, neben dem Ziel der aktiven Reüssierung innerhalb einer mehr und mehr Aufmerksamkeits-basierten Gesellschaft durch eigene Attraktionsprozesse, das individuelle Bedürfnis nach passivem Schutz der eigenen Aufmerksamkeits-Ressourcen zu einer wichtigen Determinante der Ausgestaltung von Transaktionsprozessen. Dabei ist die Suche nach wohlwollender aufmerksamer Kommunikation und Interaktion und der Rückzug in vertrauensvolle dauerhafte Beziehungen ein

probates, zunehmend genutztes und auf Erfahrungen vergangener Transaktionen basierendes Selektionskriterium (Kundenclubs, Web-Communities, Mobile Smart Mobs, etc.). Damit kommt das Phänomen immateriellen Aufmerksamkeitskapitals - also des Besitzes an kummulierter Aufmerksamkeit - in den Focus der Betrachtung. Denn reich an Aufmerksamkeit ist grundsätzlich, wer in vieler Munde ist, vielen im Gedächtnis bleibt, einen hohen Bekanntheitsgrad (Prestige, Prominenz, Reputation, Ruhm, Ruf, Renommee, Aura, u.a.) aufweist und damit auch Vorteile im Kampf um die Aufmerksamkeit anderer zu verbinden vermag. Allerdings gilt auch hier, dass im allgemeinen Informationsüberfluss nicht alleine die Attraktion von Aufmerksamkeit im Hinblick auf sozialisierte Determinanten erreicht werden kann (Werbung, Entertainment, PR, Direktmarketing), wenn nachhaltige und dauerhafte Veränderungen der Rahmenbedingungen von Transaktionen bewirkt werden sollen.

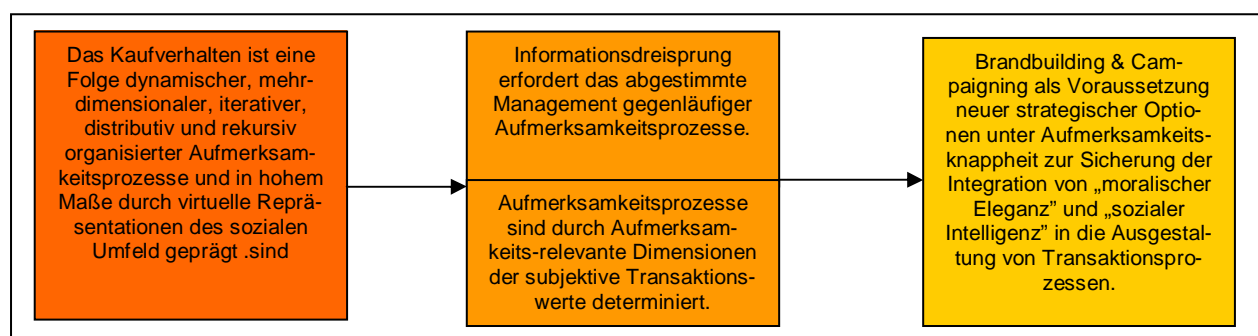


Denn angesichts zunehmender Aufmerksamkeitsknappheit sind es auch hier letztendlich die Aktivitäten des individuellen virtuellen Akteurs, der zu jedem Zeitpunkt eines Transaktionsprozesses, die ihm präsentierten Angebote an die Aufmerksamkeit virtuell repräsentiert und unter Nutzen- und Legitimationsaspekten vor sich und anderen abprüft, die an Bedeutung gewinnen. Denn nur wenn die durch das subjektive Ich/Selbst beeinflussten jeweiligen Transaktionswerte in jedem Stadium einer Transaktionsbeziehung durch eine grundsätzliche Entsprechung beim Senden und Empfangen von Informationen, beim Einnehmen und Investieren von Aufmerksamkeit, beim Geben und Nehmen innerhalb materieller und immaterieller Transaktionsprozesse, geprägt waren und sind ist fortgesetzter Transaktionserfolg wahrscheinlich.



D. Fazit, Ausblick und Verweise

Die verstärkte Orientierung an aufmerksamkeitsbeeinflussenden Informationsqualitäten (1) bei der Ausgestaltung von Transaktionsdesigns mit Hilfe aufmerksamkeitsorientierten Informations-Managements ist der hier vorgeschlagene Lösungsansatz für Probleme, die sich aus bestehenden Informationsasymmetrien in einer Welt des Informationsüberflusses bieten. Das zweite hier vorgeschlagene Prinzip, das der Optimierung von Transaktionswerten unter Aufmerksamkeits-Knappheit durch die aufmerksamkeitsorientierten Ausgestaltung von Transaktions-Rahmenbedingungen (2), kann als Antwort auf die Probleme, die sich aus der Möglichkeit opportunistischen Verhaltens ergeben, interpretiert werden. Beide weisen den Weg hin zu einem endgültigen Zerfall des Bildes vom homo oeconomicus, da das Phänomen der Aufmerksamkeitsknappheit Operationen wie Einsicht in Widersprüche, Altruismus, Solidarität, etc. in den Focus der Betrachtung rückt, die mit dem Paradigma zweckrationalen, nutzenorientierten Handelns nicht zu entschlüsseln sind. Statt dessen erwächst der Marketingtheorie die Herausforderung die Bedeutung von Poesie und Empathie, Altruismus zur Durchsetzung des Zusammenspiels von „moralischer Eleganz“ und „sozialer Intelligenz“ in die Ausgestaltung von Transaktionsprozessen zu tragen, wenn Kooperation statt Konkurrenz als Weg aus dem Dilemma der Spirale der Aufmerksamkeitsverknappung erkannt wird. Die Prüfung der Möglichkeiten und Anforderungen, die sich aus der hier vorgestellten Integration des aufmerksamkeitsorientierten Informationsmanagements in die Paradigmen der Kaufverhaltensforschung und der Neuen Informationsökonomik ergeben (die Weitung des Nutzenkonstruktes um die Determinante „Nützlichkeit für andere“ durch die Einführung der Selbstwertmaximierung als neue Nutzendeterminante, die Erkenntnis der zentralen Bedeutung des Brandbuilding im Marketingprozess durch die Evolution von Marktkommunikation zu Campaigning, oder die Entdeckung neuer strategischer Optionen (Brand-Community-Management vs. Distributed-Brand-Providing, sei in weiteren Folgearbeiten untersucht.



© **2003 TOBIBIKO.de**