Geleitwort

Die Prognose von Kaufentscheidungen ist für Unternehmen von zentraler Bedeutung. Beispielsweise lassen sich auf Basis solcher Prognosen Erfolge von Neuprodukten, von Produktvariationen oder die Nachfragewirkungen von Preisänderungen a priori abschätzen. Dementsprechend hat sich die bisherige betriebswirtschaftliche Forschung intensiv mit Kaufentscheidungsprognosen beschäftigt. Weitgehend durchgesetzt hat sich ein multiattributiver Modellierungsansatz, bei dem davon ausgegangen wird, dass ein Produkt sich aus einer Anzahl die Kaufentscheidung bzw. Präferenz determinierenden Produktattributen zusammensetzt. Das zentrale Problem besteht darin, Nutzenwerte für die Produktattribute zu bestimmen, um hierauf aufbauend eine Kaufentscheidungsprognose vorzunehmen. Sowohl in der Unternehmenspraxis als auch in der Forschung haben Kaufentscheidungsprognosen auf Basis von Befragungsdaten in Form verschiedener Varianten von Conjoint-Analysen die weiteste Verbreitung gefunden. Darüber hinaus besteht eine Vielzahl von weiteren auf Befragung basierenden Verfahren, z. B. Methoden der direkten Abfrage von Nutzenwerten für Produktattribute.

Bei der Auswahlentscheidung zwischen verschiedenen Verfahren zur Kaufentscheidungsprognose treten diverse Probleme auf. Zunächst ist unklar, welche der Verfahrensvarianten die höchste Validität aufweist und unter welchen Randbedingungen diese zu erwarten ist. Es existiert zwar eine Vielzahl von empirischen Verfahrensvergleichen, allerdings konzentrieren sich die bisherigen Studien auf spezielle Validitätsaspekte meist unter Vernachlässigung einer echten Prognosevalidität. Darüber hinaus wird bei der Modellierung von Kaufentscheidungen typischerweise von kompensatorischen Ansätzen ausgegangen, d. h. es wird unterstellt, dass geringe Teilnutzen einer Produkteigenschaftsausprägung (z. B. ein relativ hoher Preis) durch hohe Teilnutzen anderer Produkteigenschaftsausprägungen (z. B. ein hoher Servicegrad) kompensiert werden können. Man weiß allerdings, dass in vielen Kaufentscheidungssituationen eher nicht-kompensatorische oder zweistufige Modellierungen adäquat sind, was zu Validitätsproblemen bei Anwendung rein kompensatorischer Modelle führen kann. Weiterhin sind bei der Verfahrenswahl Kosten-Nutzen-Aspekte einzubeziehen, z. B. ob kostenintensivere Verfahren zu höherer Validität führen und der Zugewinn an Validität in einem angemessenen Verhältnis zu den Mehrkosten steht. In dem Kosten-Nutzen-Vergleich sind auch Zeitaspekte zu berücksichtigen. Weitere Aspekte betreffen die Verständlichkeit und Anwendbarkeit der Verfahren sowie eine ethische Unbedenklichkeit bei der Datengewinnung.

Die vorliegende Dissertation konzentriert sich auf das genannte Auswahlproblem unter Berücksichtigung einer Vielzahl von Kriterien. Konkret werden zwei Zielsetzungen verfolgt. Erstens werden neue Verfahren zur Kaufentscheidungsprognose auf Basis nicht-kompensatorischer und zweistufiger Modelle entwickelt. Zweitens erfolgt ein empirischer

Vergleich dieser Verfahren mit existierenden Ansätzen unter Berücksichtigung einer Vielzahl von Beurteilungskriterien.

Beide Zielsetzungen werden überzeugend umgesetzt. Besonders hervorzuheben ist die Neuentwicklung der so genannten Decompositional Conjunctive Compensatory (DCC) Methode. DCC ist so konzipiert, dass die Probanden ihre Entscheidung so treffen können, wie sie es in vielen Situationen auch bei realen Kaufentscheidungen tun. Zunächst werden weniger attraktive Produkte anhand einfacher Entscheidungsheuristiken aussortiert und erst danach die verbleibenden einer näheren Prüfung unterzogen. Im empirischen Verfahrensvergleich zeigt sich DCC – je nach Vergleichskriterium – mindestens ebenbürtig gegenüber der weitverbreiteten Choice-Based Conjoint-Analyse.

Insbesondere die sehr umfangreichen empirischen Analysen bestechen durch ausgesprochen große methodische Sorgfalt. Darüber hinaus wird eine Vielzahl praxisrelevanter Einsichten vermittelt, so z. B. durch eine Befragung von Marktforschungsinstituten zur praktischen Relevanz der in der Arbeit betrachteten Verfahren.

Die Lektüre des Buches kann nicht nur aufgrund seiner neuen Beiträge – z. B. im Hinblick auf nicht-kompensatorische und zweistufige Verfahren – empfohlen werden. Sie ist darüber hinaus sowohl Wissenschaftlern als auch interessierten Praktikern als ein Einstieg in die Thematik der Kaufentscheidungsprognosen nahe zu legen. Ich bin überzeugt, dass die Arbeit eine weite Verbreitung in Theorie und Praxis finden wird.

Prof. Dr. Henrik Sattler