

Prospect Theorie und die Conjoint Analyse zur Erklärung von Versicherungsentscheidungen taugen. Er zeigt, welches ihre spezifischen Stärken und Schwächen sind, und prüft, inwieweit sie als Grundlage für ein kundenorientiertes Versicherungsmarketing dienen können. Er führt damit erstmals einen systematischen Theorievergleich durch und legt eine umfassende Erklärung und Prognose von Versicherungsentscheidungen in einem realistischen Anwendungsfall vor.

Die Dissertation ist nicht nur ein innovativer Beitrag zur Weiterentwicklung der Theorie der

der eingangs gestellten Fragen. Schließlich zeichnet sie sich durch große methodische Vielfalt aus. Wer als Wissenschaftler oder Marktforscher empirische Untersuchungen zu Versicherungsentscheidungen durchführen möchte, kann ihr wertvolle Anregungen entnehmen.

Klaus Peter Kaas