

W-Seminar

Operations Management

V3 Bestimmung der Produkteigenschaften (Conjoint Analyse)

Gymnasium Bad Königshofen

Wirtschaft/Recht

Schuljahr 2014 - 2016



**Welche Produkteigenschaften soll unser
Produkt haben?**

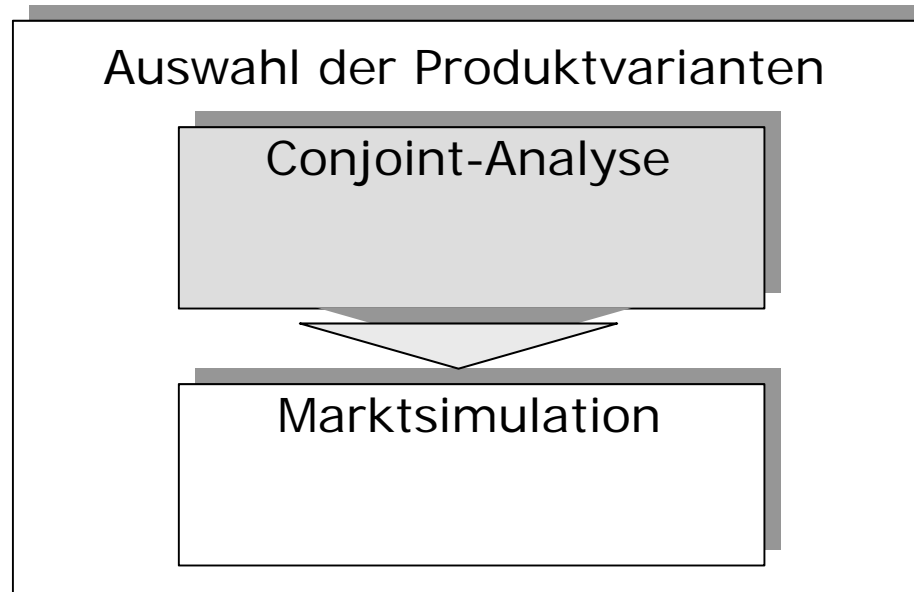
**Oder sollen wir gar mehrere Varianten
anbieten?**

Die Auswahl der Produkte ist der „schöpferischen Intuition“ ihrer
Konstrukteure zu überlassen.

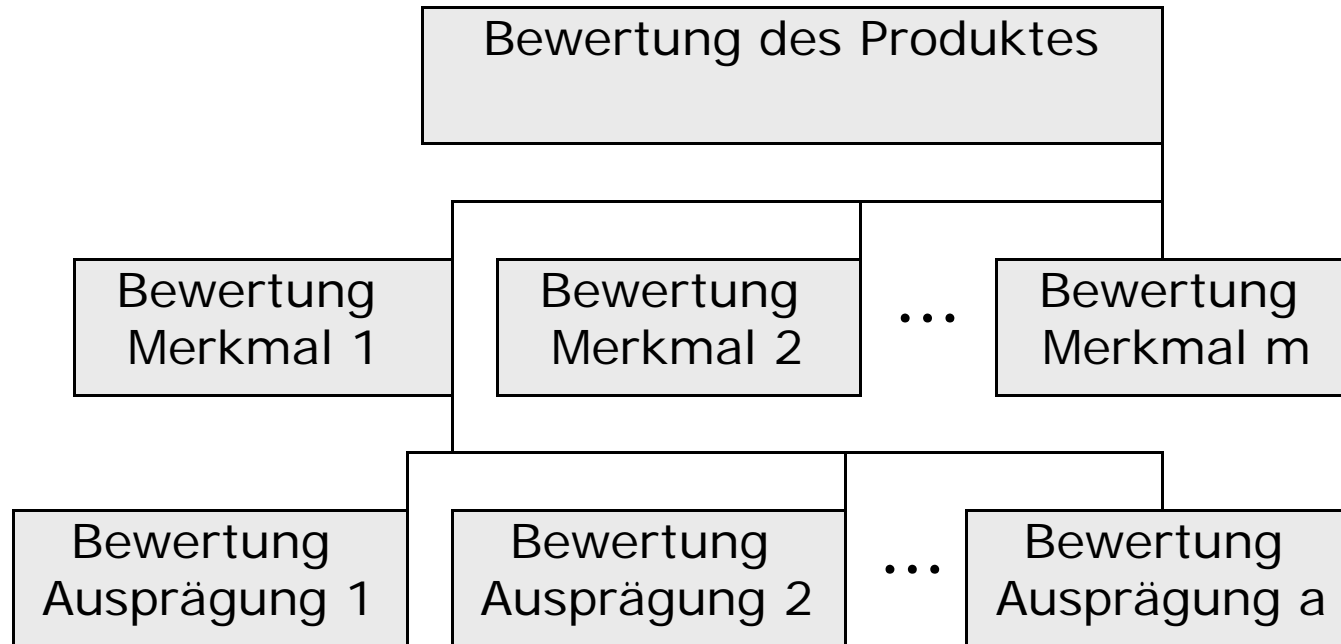
Sabel, H. (1971, S. 117)



Welche Produkte wollen wir anbieten?



Ausgangspunkt der Conjoint-Analyse



dekompositionelle Verfahren

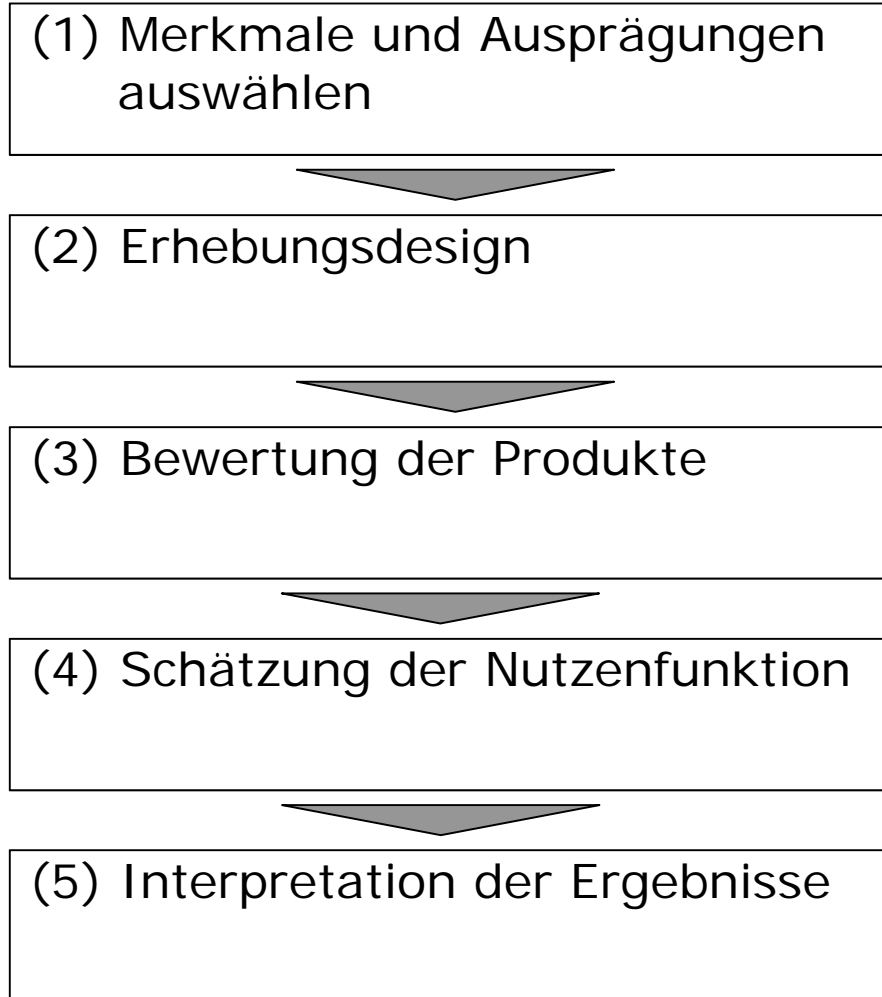
Conjoint-Analyse

kompositionelle Verfahren

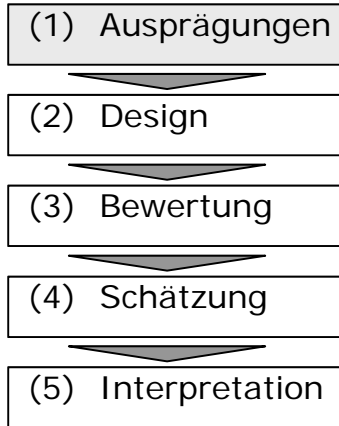
Problem: alle Eigenschaften werden als sehr wichtig eingeschätzt



Ablauf der Conjoint-Analyse



(1) Merkmale und Ausprägungen auswählen



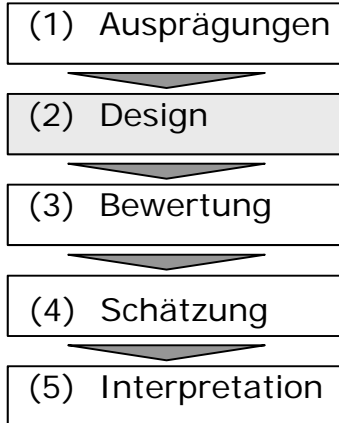
Anforderungen an Merkmale:

- relevant
- beeinflussbar
- unabhängig
- realisierbar
- kompensatorische Beziehung

Ergebnis (DVD-Brenner):

Preis	Schreibtempo	Brennsoftware
250€	2fach	Ja
300€	4fach	Nein
350€	6fach	

(2) Erhebungsdesign



Problem der „Full-Profile-Methode“:

Anzahl der möglichen Produkte P kann sehr groß werden.

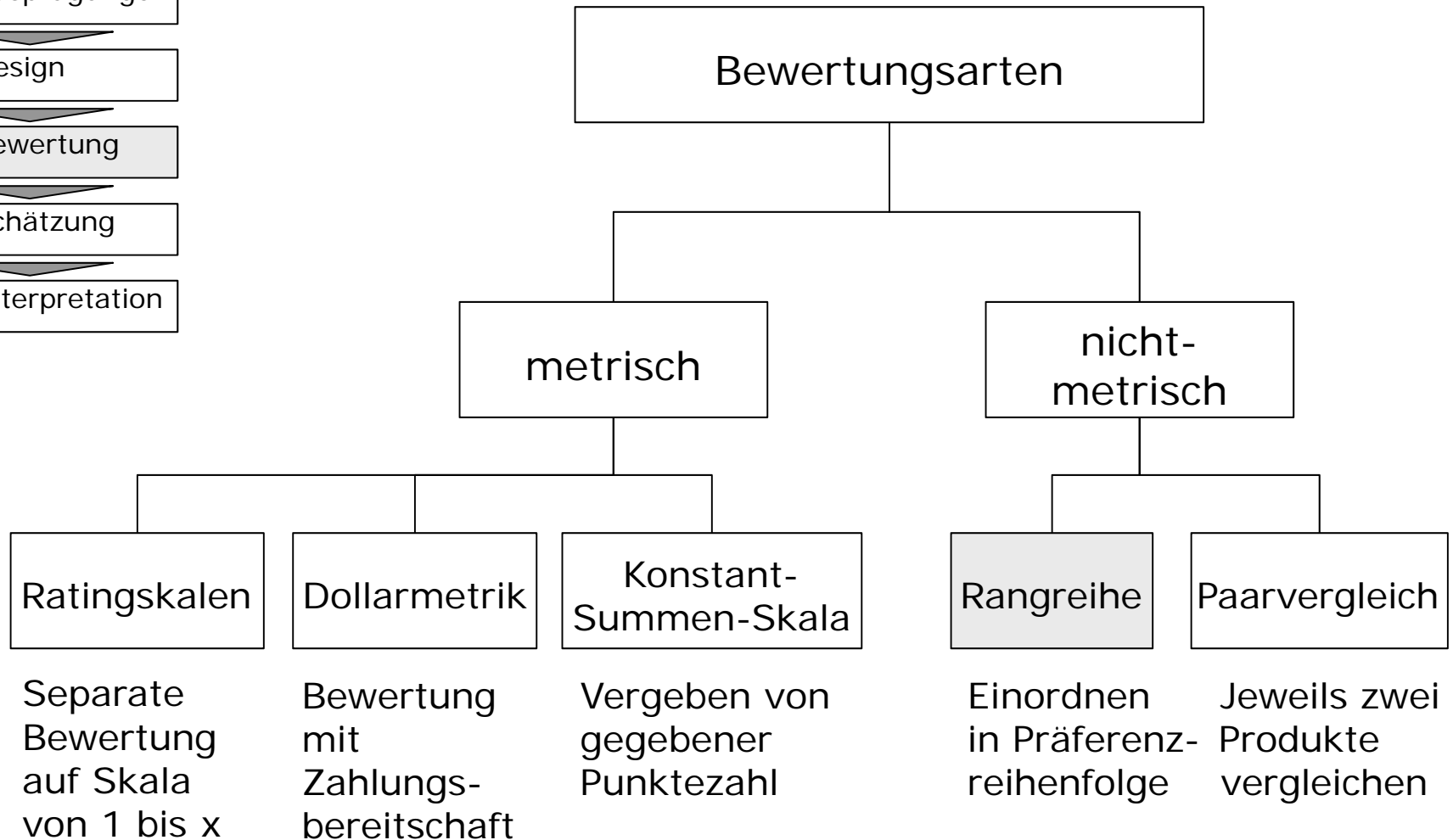
$$P = \prod_{m \in M} |A_m| = 3 \cdot 3 \cdot 2 = 18$$

Reduziertes Design:

Reduktion der möglichen Produkte (Stimuli für den Probanden)
möglichst alle Ausprägungen eines Merkmals miteinander kombinieren

(3) Bewertung - Arten

- (1) Ausprägungen
- (2) Design
- (3) Bewertung
- (4) Schätzung
- (5) Interpretation



(3) Bewertung - Befragung

DVD 1
 Preis: 250€
Tempo: 2fach
SW: JA

DVD 2
 Preis: 250€
Tempo: 4fach
SW: NEIN

DVD 3
 Preis: 250€
Tempo: 6fach
SW: JA

DVD 4
 Preis: 300€
Tempo: 2fach
SW: NEIN

DVD 5
 Preis: 300€
Tempo: 4fach
SW: JA

DVD 6
 Preis: 300€
Tempo: 6fach
SW: JA

DVD 7
 Preis: 350€
Tempo: 2fach
SW: JA

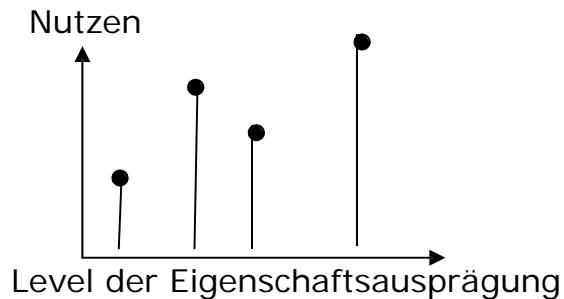
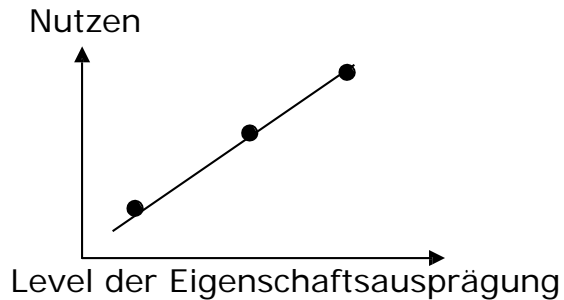
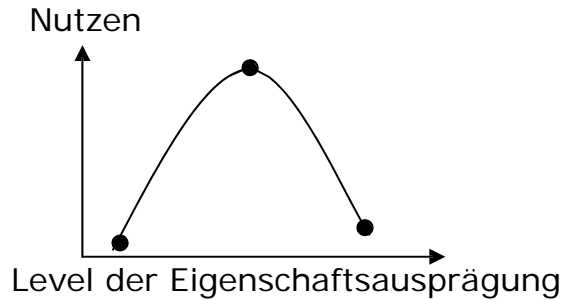
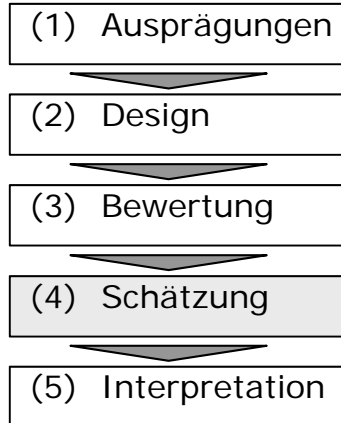
DVD 8
 Preis: 350€
Tempo: 4fach
SW: JA

DVD 9
 Preis: 350€
Tempo: 6fach
SW: NEIN

(3) Bewertung Ergebnis

Produkt	Preis	Schreibtempo			Brennsw.		Rating
		2fach	4fach	6fach	Ja	Nein	
1	250	1	0	0	1	0	7
2	250	0	1	0	0	1	8
3	250	0	0	1	1	0	9
4	300	1	0	0	0	1	1
5	300	0	1	0	1	0	5
6	300	0	0	1	1	0	6
7	350	1	0	0	1	0	2
8	350	0	1	0	1	0	3
9	350	0	0	1	0	1	4

(4) Schätzung der Nutzenfunktion



Idealpunkt-Modell:

Es existiert eine nutzenmaximierende Ausprägung. Abweichungen davon senken den Nutzen.

z.B.: Zuckergehalt in Süßspeisen

Vektormodell:

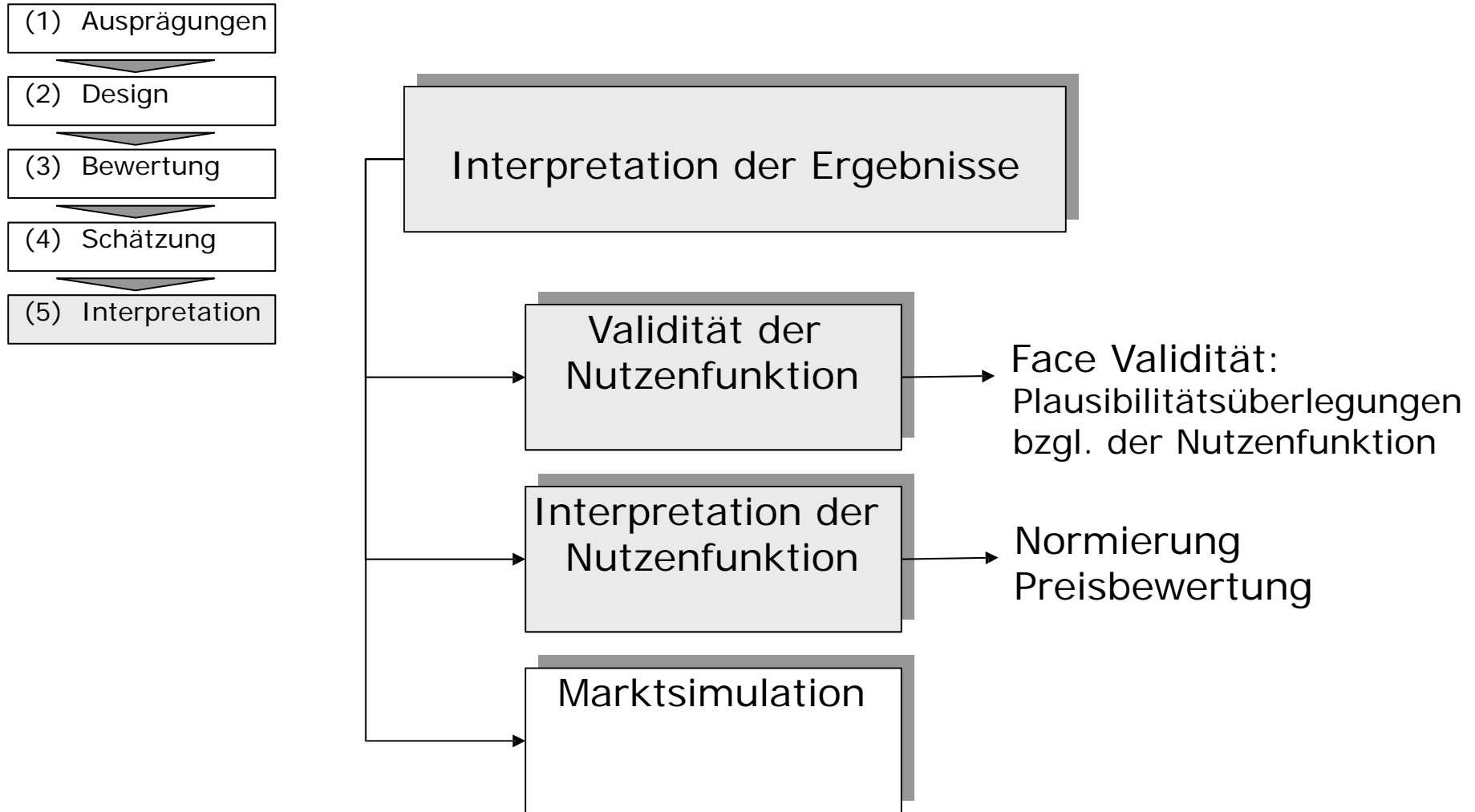
Unterstellt linearen Zusammenhang zw. Wert der Ausprägung und dem Nutzen (je mehr desto besser) z.B.: Preis

Teilnutzen-Modell:

Jede Ausprägung hat unterschiedlichen Nutzen.

z.B.: Farbe des Produkts

(5) Interpretation



(5) Interpretation

Normierung: Geringster Nutzen aller Ausprägungen a eines Merkmals m wird auf 0 normiert. Dadurch kann der Vergleich der wesentlichen Merkmale untereinander pro Proband hergestellt werden.

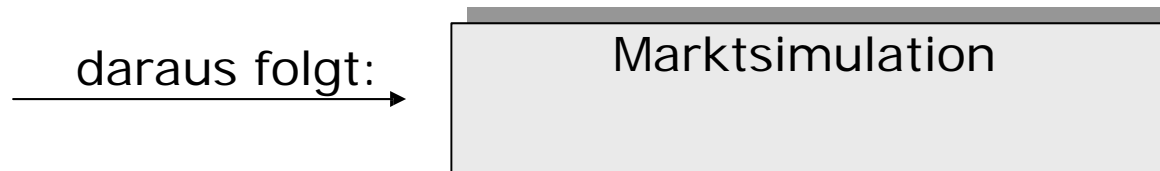
**Preis-
bewertung:** Dadurch ermittelt man eine Zahlungsbereitschaft z für ein Merkmal.



Probleme der Interpretation

Problem A: Nutzenfunktionen sind subjektiv für jeden Probanden. Die Nutzenwerte sind nicht vergleichbar, da die Bewertung auf subjektiven Skalen vorgenommen werden und unterschiedliche Nullpunkte existieren.

Problem B: Es fehlen Kosteninformationen. Das am besten bewertete Produkt muss nicht das Produkt sein, welches unseren Gewinn maximiert.



- hoher Erhebungsaufwand bei vollständigem Erhebungsdesign, Reduzierung auf wenige Merkmale erforderlich
- Art der Datenerhebung entspricht nicht dem tatsächlichen Entscheidungsverhalten
- additives Nutzenmodell nicht immer realistisch
- Vorsicht bei der Interpretation der Ergebnisse geboten

Unzählige Verfahrensvarianten versuchen die Nachteile zu vermindern und die Aussagefähigkeit zu erhöhen

Die Conjoint-Analyse ist heute das am häufigsten angewendete Verfahren zur Präferenzmessung





Literaturhinweise:

**Bernd Skiera/Sonja Gensler (2002),
Berechnung von Nutzenfunktionen
und Marktsimulationen mit Hilfe der
Conjoint-Analyse (Teil I), WiSt, Heft
4 (April), S. 200-206.**

**Bernd Skiera/Sonja Gensler (2002),
Berechnung von Nutzenfunktionen
und Marktsimulationen mit Hilfe der
Conjoint-Analyse (Teil II), WiSt,
Heft 5 (Mai), S. 258-263.**