
Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|-----------|
| Kapitel 1 Einleitung | 1 |
| 1.1 Selektion von Kunden für Direktwerbeaktionen | 2 |
| 1.2 Einführung der Bonitätsprüfung im Direktvertrieb | 2 |
| 1.3 Gliederung der Arbeit | 3 |
| Kapitel 2 Direktmarketing..... | 5 |
| 2.1 Funktionen und Definition des Direktmarketing..... | 5 |
| 2.1.1 Direkte Distribution | 6 |
| 2.1.2 Direkte Kommunikation..... | 8 |
| 2.1.3 Definition des Direktmarketing | 9 |
| 2.2 Direktmarketingziele und Kundenlebenszyklus..... | 9 |
| 2.2.1 Kundenlebenszyklus | 10 |
| 2.2.2 Ziele von Direktmarketingaktionen | 12 |
| 2.3 Selektion von Kunden für ein Mailing..... | 14 |
| Kapitel 3 Kreditwürdigkeitsprüfung im Versandhandel und Direktvertrieb | 17 |
| 3.1 Der Teilzahlungskredit..... | 18 |
| 3.2 Kreditrisiken..... | 20 |
| 3.3 Kreditwürdigkeitsprüfung | 21 |
| 3.3.1 Bestimmungsfaktoren der Kreditwürdigkeit | 22 |
| 3.3.2 Der Einsatz von Credit-Scoring-Modellen..... | 24 |
| Kapitel 4 Kundeninformationen | 27 |
| 4.1 Die Kundendatenbank..... | 27 |
| 4.1.1 Inhalte der Kundendatenbank | 28 |
| 4.1.2 Kundendatenbanken in der betriebswirtschaftlichen Praxis..... | 31 |

| | |
|---|-----------|
| 4.2 Der „Kundenwert“ | 34 |
| 4.2.1 Kundenumsatz- und Kundendeckungsbeitragsanalyse | 36 |
| 4.2.2 Kundendeckungsbeitragspotential | 38 |
| 4.2.3 Lebenszeitwert | 39 |
| Kapitel 5 Fehlklassifikationskosten, Entscheidungsregeln und ein Überblick über diskriminanzanalytische Verfahren..... | 41 |
| 5.1 Gewinnmaximierende Klassifikation..... | 42 |
| 5.2 Asymmetrische Kostenfunktionen und exogen geschichtete Stichproben | 45 |
| 5.3 Überblick über diskriminanzanalytische Verfahren | 47 |
| 5.3.1 Nicht-parametrische Verfahren..... | 48 |
| 5.3.2 Parametrische Verfahren | 52 |
| 5.3.3 Beurteilung der ausgewählten Verfahren..... | 56 |
| Kapitel 6 Verallgemeinerte lineare Modelle für binär kodierte abhängige Variablen | 61 |
| 6.1 Das lineare Wahrscheinlichkeitsmodell..... | 63 |
| 6.1.1 Lineare Diskriminanzanalyse | 66 |
| 6.1.2 Analogie der linearen Wahrscheinlichkeitsfunktion und der linearen Diskriminanzanalyse..... | 69 |
| 6.2 Nicht lineare Wahrscheinlichkeitsmodelle..... | 71 |
| 6.2.1 Das Logit-Modell..... | 73 |
| 6.2.2 Das Probit-Modell..... | 76 |
| 6.2.3 Das komplementäre log-log-Modell | 76 |
| 6.3 Vergleich der Verteilungsfunktionen..... | 76 |
| 6.4 Parameterschätzung | 77 |
| 6.4.1 ML-Schätzer für normalverteilte abhängige Variablen..... | 79 |
| 6.4.2 Der ML-Schätzer für bernoulliverteilte abhängige Variablen..... | 80 |
| 6.4.3 Asymptotische Eigenschaften des Maximum-Likelihood Schätzers..... | 84 |

| | |
|---|------------|
| 6.5 Hypothesentests | 85 |
| 6.5.1 Der Likelihood-Quotienten-Test..... | 86 |
| 6.5.2 Der Score-Test | 87 |
| 6.5.3 Der Wald-Test und der t-Test..... | 88 |
| Kapitel 7 Merkmalsselektion | 91 |
| 7.1 Aufbau der Designmatrix..... | 92 |
| 7.1.1 Qualitative Merkmale..... | 92 |
| 7.1.2 Interaktionseffekte | 93 |
| 7.2 Merkmalsselektion anhand von Teststatistiken..... | 94 |
| 7.2.1 Stufe 1: Schrittweise Vorwärtsselektion der Haupteffekte | 95 |
| 7.2.2 Stufe 2: Zusammenfassen von Kategorien | 95 |
| 7.2.3 Stufe 3: Schrittweise Vorwärtsselektion der Interaktionseffekte | 96 |
| 7.2.4 Stufe 4: Schrittweise Rückwärtsselektion | 97 |
| 7.2.5 Vergleich alternativer Methoden anhand von ROC-Kurven..... | 97 |
| 7.3 Kostenorientierte Merkmalsselektion | 103 |
| 7.3.1 Empirische Kosten- und Deckungsbeitragsfunktionen..... | 104 |
| 7.3.2 Modellbildung anhand von Kostenfunktion..... | 105 |
| Kapitel 8 Klassifikation von Kunden für zwei betriebswirtschaftliche Problemstellungen | 109 |
| 8.1 Selektion von Sammelbestellern aus der Gruppe der aktiven Kunden..... | 110 |
| 8.1.1 Beschreibung der Stichprobe | 111 |
| 8.1.2 Variablenelektion auf der Basis von Teststatistiken..... | 115 |
| 8.1.3 Modellbildung anhand der empirischen Kostenfunktion..... | 131 |
| 8.1.4 Zusammenfassung der Ergebnisse..... | 137 |
| 8.2 Bonitätsprüfung im Direktvertrieb | 138 |
| 8.2.1 Beschreibung des Datensatzes | 140 |
| 8.2.2 Ergebnisse der Modellbildung | 145 |

| | |
|---|------------|
| 8.2.3 Ergebnisse des linearen Modells..... | 155 |
| 8.2.4 Vergleich und Auswahl der Modelle | 157 |
| 8.2.5 Entscheidung über die Beschaffung externer Informationen je Auftrag... | 159 |
| 8.2.6 Einsatz der Bonitätsprüfung | 161 |
| Kapitel 9 Zusammenfassung und Ausblick..... | 163 |
| Anhang A Kerndichteschätzer für gemischt skalierte erklärende Variablen..... | 168 |
| Anhang B Konkavität der Likelihoodfunktion | 171 |
| Anhang C Inhalte der Bestellscheine | 174 |
| Anhang D Teilzahlungsangebote der Versandhändler | 175 |
| Anhang E Externe Merkmale für die Selektion von Sammelbestellern | 176 |
| Anhang F Dokumentation der Schritte zur Variablenelektion..... | 179 |
| F.1 Vorwärtsselektion der Haupteffekte | 179 |
| F.2 Zusammenfassung der Kategorien | 183 |
| F.3 Vorwärtsselektion der Interaktionseffekte | 183 |
| F.4 Rückwärtsselektion..... | 185 |
| F.5 Kostenorientierte Vorwärtsselektion | 186 |
| Anhang G Parametervektor für das Logit-Modell der Bonitätsprüfung ohne externe Merkmale..... | 188 |
| Literaturverzeichnis | 189 |