

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 Variablenselektion 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 Variablenselektion.....	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