

Inhaltsverzeichnis

Teil I Einführung

1	Conjointanalyse: Erfassung von Kundenpräferenzen im Überblick	3
	Daniel Baier und Michael Brusch	
1.1	Einführung	3
1.2	Grundlagen der Conjointanalyse	5
1.3	Varianten und Verbreitung der Conjointanalyse	7
1.4	Anwendungsbeispiel	13
1.5	Stärken und Schwächen der Conjointanalyse	19
1.6	Software zur Durchführung von Conjointanalysen	21
1.7	Zusammenfassung und Ausblick	29
	Literatur	30
2	Conjointanalyse: Verbreitung und Validität kommerzieller Anwendungen im Zeitverlauf	35
	Daniel Baier und Peter Kurz	
2.1	Einführung	35
2.2	Verbreitung kommerzieller Anwendungen im Zeitverlauf	37
2.3	Validität kommerzieller Anwendungen im Zeitverlauf	42
2.4	Zusammenfassung und Ausblick	45
	Literatur	47

Teil II Grundlagen und Modellbildung

3	Identifikation präferenzbildender Merkmale und Ausprägungen bei Conjointanalysen	53
	Rolf Weiber und Lorenz Gabriel	
3.1	Einführung	53
3.2	Anforderungen an die Auswahl von Merkmalen und Merkmalsausprägungen	55

3.3	Identifikation und Auswahl präferenzrelevanter Merkmale	60
3.4	Festlegung der Merkmalsausprägungen	71
3.5	Zusammenfassung und Ausblick	75
	Literatur	76
4	Präferenzmodelle bei der Conjointanalyse	81
	Axel Bichler und Volker Trommsdorff	
4.1	Einführung	81
4.2	Nutzenfunktionen	83
4.3	Verknüpfungsfunktionen	88
4.4	Zusammenfassung und Ausblick	92
	Literatur	93
5	Konstruktion von Erhebungsdesigns bei der Conjointanalyse	95
	Daniel Baier und Michael Brusch	
5.1	Einführung	95
5.2	Gütekriterien für Versuchspläne	96
5.3	Konstruktion orthogonaler Versuchspläne	100
5.4	Konstruktion optimaler Versuchspläne	106
5.5	Versuchspläne für die hybride Conjointanalyse	108
5.6	Versuchspläne für die auswahlbasierte Conjointanalyse	109
5.7	Anwendungsbeispiel	110
5.8	Zusammenfassung und Ausblick	114
	Literatur	115
6	Präsentation der Stimuli bei der Conjointanalyse	117
	Michael Brusch	
6.1	Einführung	117
6.2	Alternativen der Stimulipräsentation	118
6.3	Vergleich verbaler, multimedialer und realer Stimulipräsentation	125
6.4	Zusammenfassung und Ausblick	131
	Literatur	132
Teil III Messung der Präferenzen		
7	Bewertungsbasierte Conjointanalyse	137
	Daniel Baier	
7.1	Einführung	137
7.2	Traditionelle Conjointanalyse	140
7.3	Hybride Conjointanalyse	168
7.4	Adaptive Conjointanalyse	170
7.5	Verbreitung der bewertungsbasierten Conjointanalyse	176
7.6	Vor- und Nachteile der bewertungsbasierten Conjointanalyse	177
7.7	Zusammenfassung und Ausblick	179
	Literatur	180

8	Choice-Based Conjointanalyse	185
	Ingo Balderjahn, Doreen Hedergott, Dennis Appenfeller und Mathias Peyer	
8.1	Einführung	185
8.2	Das Modell der Choice-Based Conjointanalyse (CBC)	186
8.3	Besonderheiten und Verbreitung der CBC	190
8.4	Anwendungsbeispiel	194
8.5	Zusammenfassung und Ausblick	199
	Literatur	199
9	Adaptive Choice-Based Conjointanalyse	205
	Benedikt M. Brand und Daniel Baier	
9.1	Einführung	205
9.2	Ablauf der Adaptiven Choice-Based Conjointanalyse (ACBC)	206
9.3	Besonderheiten und Einsatz der ACBC	212
9.4	Anwendungsbeispiel	215
9.5	Zusammenfassung und Ausblick	225
	Literatur	226
10	Latente Klassenmodelle bei der wahlbasierten Conjointanalyse	233
	Winfried J. Steiner, Friederike Paetz, Peter Kurz und Maren Hein	
10.1	Einführung	233
10.2	Latent Class Multinomiales Logit-Modell: Methodische Grundlagen ...	235
10.3	Latent Class Multinomiales Logit-Modell: Modellvalidierung und Modellselektion	238
10.4	Empirische Anwendung	242
10.5	Zusammenfassung und Ausblick	249
	Literatur	251
11	Hierarchisch bayesianische Methoden bei der Conjointanalyse	257
	Bernhard Baumgartner und Winfried J. Steiner	
11.1	Einführung	257
11.2	Hierarchisch bayesianische Analyse (Hierarchical Bayes)	258
11.3	Studien zur Modellanpassung und Prognosevalidität	267
11.4	Anwendungsbeispiel: Präferenzen für gebrochene Preise	267
11.5	Zusammenfassung und Ausblick	270
	Literatur	270

Teil IV Simulation und Optimierung

12	Simulation und Optimierung auf Basis der Conjointanalyse	275
	Wolfgang Gaul und Daniel Baier	
12.1	Einführung	275
12.2	Simulation auf Basis der Conjointanalyse	276
12.3	Anwendungsbeispiel zur Simulation	281
12.4	Optimierung auf Basis der Conjointanalyse	284

12.5	Anwendungsbeispiel zur Optimierung	291
12.6	Einsatz von Software zur Simulation und Optimierung	296
12.7	Zusammenfassung und Ausblick	303
	Literatur	303
13	Spieltheoretische Ansätze in der Conjointanalyse	307
	Winfried J. Steiner, Bernhard Baumgartner und Peter Kurz	
13.1	Einführung	307
13.2	Spieltheoretisch erweiterte Conjoint-Modelle	309
13.3	Experimentelle und empirische Anwendungen	316
13.4	Zusammenfassung und Ausblick	322
	Literatur	322
 Teil V Betriebswirtschaftliche Anwendungen		
14	Marktsegmentierung auf Basis individueller Nutzenmessungen – Methodik und Beispiele	329
	Reinhold Decker und Claudia Bornemeyer	
14.1	Einführung	329
14.2	Kriterien zur Marktsegmentierung	331
14.3	Methodische Aspekte der Marktsegmentierung	332
14.4	Die Benefitsegmentierung als spezielle Form der Marktsegmentierung ..	334
14.5	Anwendungsbeispiele zur Benefitsegmentierung	335
14.6	Zusammenfassung und Ausblick	343
	Literatur	344
15	Ticketpreise im Sport – Können Conjointanalysen helfen Fanproteste zu vermeiden?	347
	Herbert Woratschek	
15.1	Einführung	347
15.2	Forschungsbeiträge zur Preisbereitschaft von Ticketpreisen	348
15.3	Design der Studie	350
15.4	Ergebnisse	352
15.5	Implikationen für das Management	354
15.6	Zusammenfassung und Ausblick	356
	Literatur	358
16	Produktdesign auf Basis von Conjointdaten	361
	Bruno Neibecker, Thomas Kohler und Daniel Baier	
16.1	Einführung	361
16.2	Produktdesign und seine Wirkung	362
16.3	Designwirkung äußerer Formelemente am Beispiel BMW	365
16.4	Designwirkung äußerer Formelemente am Beispiel Audi	376
16.5	Zusammenfassung und Ausblick	388
	Literatur	389

17 Produktplanung durch Integration von QFD und Conjointanalyse 391
Daniel Baier und Michael Bruschi
17.1 Einführung 391
17.2 Produktplanung mittels QFD 393
17.3 Integration von QFD und Conjointanalyse 398
17.4 Anwendungsbeispiel 401
17.5 Zusammenfassung und Ausblick 407
Literatur 408

Teil VI Branchenspezifische Anwendungen

18 Produktentwicklung am Beispiel von Flurförderzeugen 413
Stephan Baass und Michael Freiherr von Forstner
18.1 Einführung 413
18.2 Vorüberlegungen zum Einsatz der Conjointanalyse 414
18.3 Anwendungsbeispiel 417
18.4 Zusammenfassung und Ausblick 431
Literatur 432

19 Marktforschung für das „Intelligente Haus“ 433
Stephan Szuppa
19.1 Einführung 433
19.2 Geschäftsmodell der Vermarktung „Intelligenter Häuser“ 435
19.3 Untersuchungsfragestellungen der Marktforschung 437
19.4 Konzept und Durchführung der empirischen Untersuchungen 438
19.5 Ausgewählte Ergebnisse 442
19.6 Zusammenfassung und Ausblick 450
Literatur 452

20 Repositionierung eines antibakteriellen Arzneimittels 455
Steffen Männche, Frank Wartenberg und Daniel Baier
20.1 Einführung 455
20.2 Einsatz der Conjointanalyse im Markt für Gesundheitsleistungen 456
20.3 Anwendungsbeispiel 458
20.4 Zusammenfassung und Ausblick 465
Literatur 466

21 Konzipierung und Umsetzung einer zielgruppen- und marktorientierten Citylogistik 467
Petra Oexler
21.1 Einführung 467
21.2 Konzipierung einer Citylogistik für Regensburg 468
21.3 Umsetzung einer Citylogistik für Regensburg 474
21.4 Zusammenfassung und Ausblick 477
Literatur 478

22 Akzeptanzfaktoren für Mensch-Roboter-Kollaboration in der Industrie:	
Eine Conjoint-Studie	479
Simon Himmel und Martina Zieffle	
22.1 Einführung	479
22.2 Technologieakzeptanz und die Einflussfaktoren	480
22.3 Erweiterung der Technologieakzeptanz mittels Conjoint-Methoden	482
22.4 Anwendungsbeispiel	483
22.5 Zusammenfassung und Ausblick	491
Literatur	491
Autorenverzeichnis	495
Sachverzeichnis	501