

Über mich



Max Maurhofer

Student an der Universität St. Gallen im 6 Semester

Stellvertretend für die weiteren
Gruppenmitglieder: Alvhilde, Dian, Manisa
Raffael

Choice-Based Conjointanalyse (1)



Wirkungsvolle Methode um Kundenpräferenzen zu messen.



Qualitative Produktmerkmale werden mit quantitativen Nutzenwerten verknüpft.



Keine direkte Abfrage von einzelnen Attributen.

Choice-Based Conjointanalyse (2)

myNewEnergy Bewertung/ Stromzusammensetzung	sehr gut (5.5 - 6.0) 80% Solar und 20% Wasser	befriedigend (4.5 - 4.9) 100% Wasser	gut (5.0 - 5.4) 80% Wasser und 20% Solar
Herkunft	Region	Ausland	Schweiz
			
Aufpreis pro Person pro Monat	15 CHF	10 CHF	5 CHF
Labels	Naturemade basic!	kein Label	Naturemade star!
			
Bonus	Einladung zu einer Informationsveranstaltung mit Apéro	Gutschein für einen Einkauf bei einem lokalen Biobauer	Kein Bonus
			

Versuchsdesign



Zwei verschiedene Choice-Based Conjointanalysen, die sich hinsichtlich des Attributs Stromzusammensetzung unterscheiden.



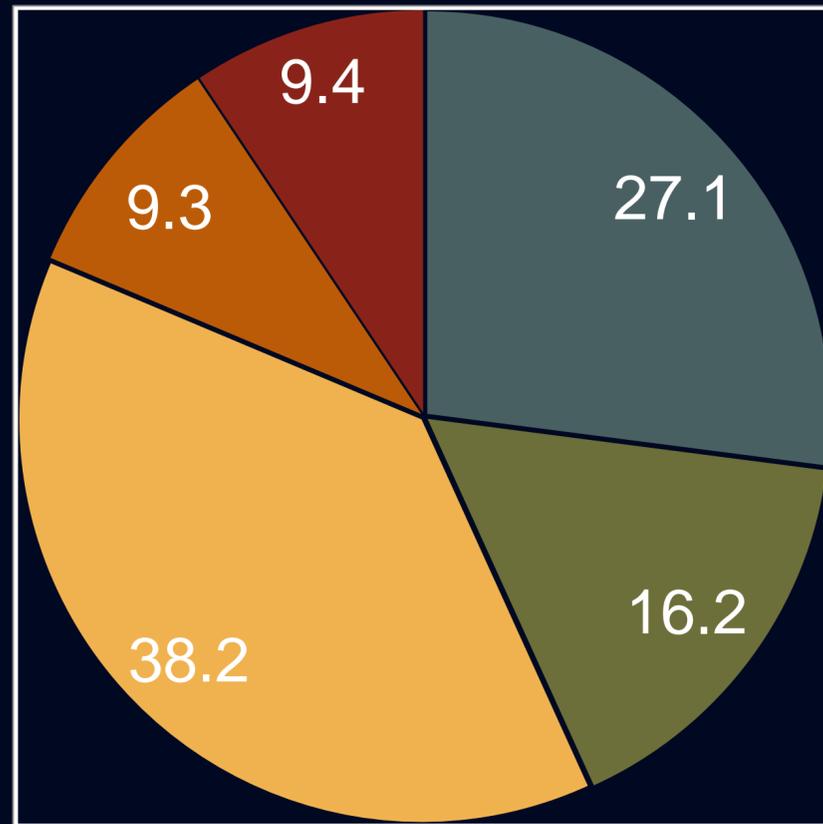
Attribute: Stromzusammensetzung/Stromzusammensetzung mit myNewEnergy Bewertung, Herkunft, Preis, Label, Bonus

Forschungsziele

- ✓ *Welchen Einfluss hat die myNewEnergy Bewertung auf die Präferenzen der Kunden?*
- ✓ *Wie wichtig sind "Gadgets" im Vergleich zu anderen Produkteigenschaften?*

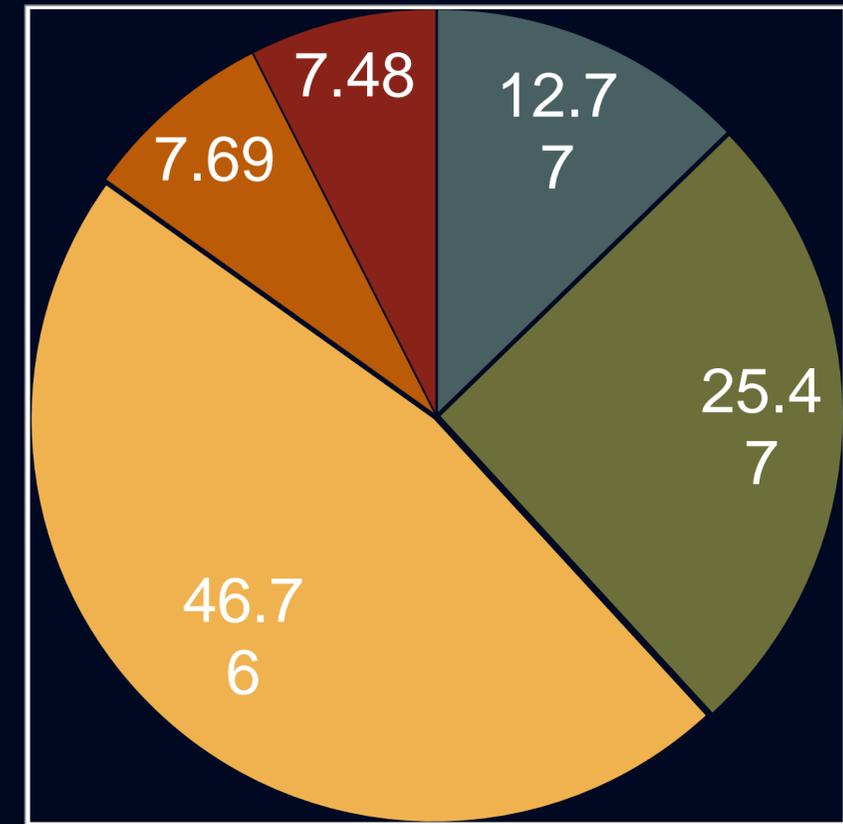
Resultate (Importances)

myNewEnergy Studie 1



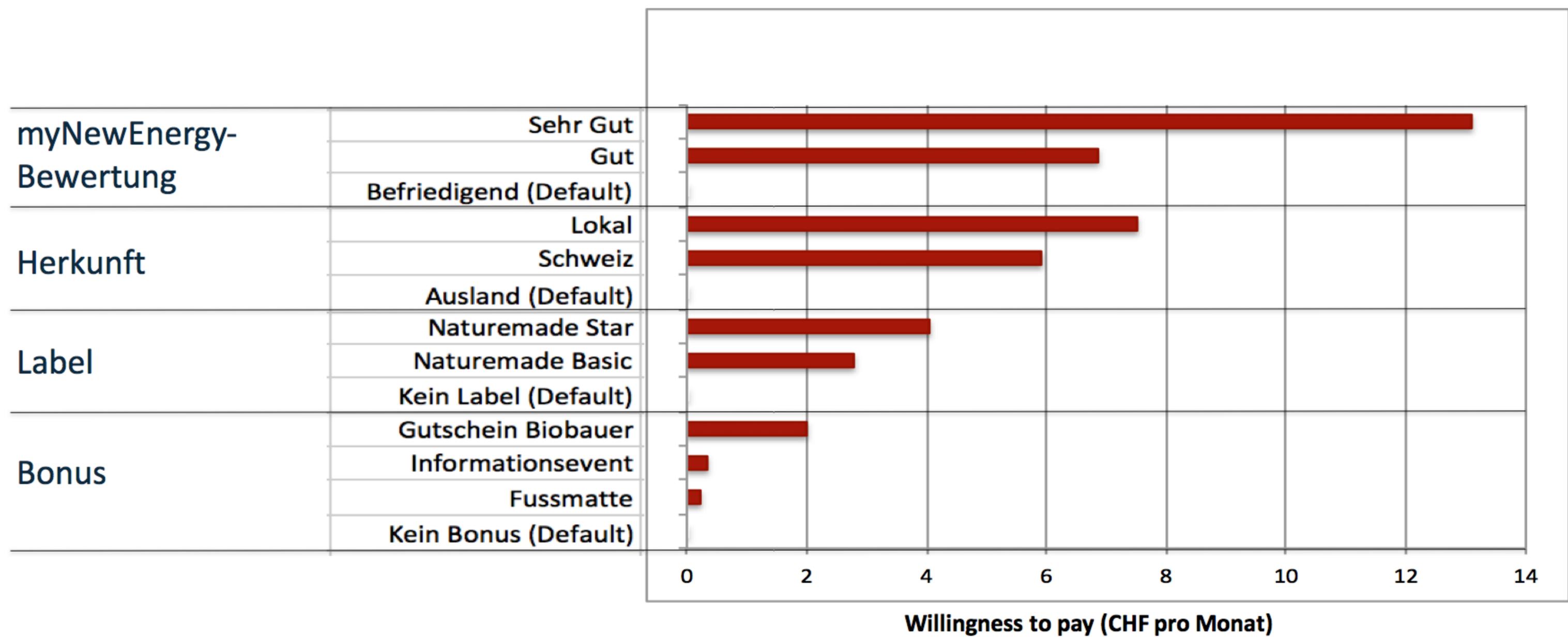
- myNewEnergy Bewertung mit Zusammensetzung
- Herkunft
- Preis
- Label
- Bonus

myNewEnergy Studie 2



- Zusammensetzung
- Herkunft
- Preis
- Label
- Bonus

Willingness to pay (WTP) Studie 1



Einschränkungen



Attribute sind nicht unabhängig voneinander!



Diskrepanz zwischen angegebener und tatsächlicher Präferenz.



Beschränkung auf Kanton St. Gallen