

Wissen für Entscheider

vocatus:

Nobelpreis für
Behavioral Economics



Entscheidungsverhalten erforschen

Der Alfred-Nobel-Gedächtnispreis für Wirtschaftswissenschaften geht dieses Jahr an den US-Verhaltensökonom Richard Thaler, das gab die Königlich-Schwedische Wissenschaftsakademie am 09.10.2017 in Stockholm bekannt. Im Vordergrund steht dabei die Erforschung des menschlichen Entscheidungsverhaltens, welches von psychologischen Faktoren beeinflusst wird. Der Forscher spannte damit den Bogen zwischen der wirtschaftlichen und der psychologischen Analyse menschlicher Entscheidungsprozesse und zeigte, dass individuelle Verhaltensweisen weniger vernünftig sind, als viele annehmen.

Die Auszeichnung zeigt einmal mehr: Behavioral Economics, auf dessen Grundlage Vocatus in seinen Projekten seit vielen Jahren arbeitet, ist wichtiger denn je.



Menschen handeln nicht rational

In der Regel wird in der Wirtschaft davon ausgegangen, dass Menschen im Sinne eines Homo Oeconomicus agieren. Dass sie also vollkommen rational handeln, perfekt informiert sind und so kontrollierte, ganz bewusste Entscheidungen treffen. Doch genau das trifft in der Realität nicht zu und ist lediglich wirtschaftliche Wunschvorstellung. Menschen folgen bei ihren Entscheidungen vielmehr eigenen Daumenregeln (Heuristiken), sie lassen sich von Irrationalitäten leiten und handeln oftmals unvernünftig. Nichtsdestotrotz lassen sich diese Entscheidungen vorhersagen und beeinflussen.

Entscheidungen anstoßen

Inspiriert wurde Thaler von den Ideen des Psychologen Daniel Kahneman, der bereits 2002 den Wirtschaftsnobelpreis erhielt. Er widerlegte, dass Menschen vor allem durch materielle Anreize motiviert werden und vollkommen rational handeln. Auf den Ideen von Kahneman aufbauend erläutert Thaler in seinem Buch „Nudge“, wie man Entscheidungen richtig anstößt und so das Entscheidungsverhalten von Menschen beeinflusst, ohne sie zu bevormunden.

Behavioral Economics

Genau diesen verhaltensökonomischen Ansatz verfolgt auch Vocatus in seinen Projekten. Denn Behavioral Economics zeigt: Menschen handeln (und kaufen) oft voreilig, unlogisch, impulsiv, emotional, kurzfristig oder einfach nur gleichgültig. Gleichzeitig zeigen die Experimente von Vocatus aber auch, dass Entscheidungen klaren Mustern folgen. Nur wenn Sie das Verhalten Ihrer Kunden verstehen, können Sie es auch beeinflussen. Zentral hierbei ist, nicht "auf gut Glück" auszuprobieren, welcher Effekt bei den eigenen Kunden funktionieren könnte, sondern aufbauend auf dem Verständnis, warum der jeweilige Effekt wirkt, dieses Wissen gezielt im Hinblick auf die eigenen, unternehmerischen Ziele einzusetzen.

Behavioral Economics in der Praxis

Ganz konkret lassen sich die Theorien von Thaler und Kahneman beispielhaft an einzelnen Effekten darstellen. Diese und viele weitere hat Vocatus in methodischen Untersuchungen verifiziert und bei einer Vielzahl von Kundenprojekten angewendet.

Abhängig von Branche, Käufertyp und vielen weiteren Faktoren können dann konkrete Handlungsempfehlungen für Ihr Unternehmen entwickelt und umgesetzt werden, welche den Behavioral Economics Ansatz als Grundlage haben.

Gestaltung der Entscheidungsarchitektur

Menschen scheuen Entscheidungen und sind schnell entscheidungsmüde. Es macht also einen enormen Unterschied, ob Sie in einem Formular Optionen vorauswählen, die bei Bedarf wieder abgewählt werden können oder ob Sie stattdessen den Kunden aktiv die jeweilige Auswahl treffen lassen. Erfahrungsgemäß können die entsprechenden Voreinstellungen Ihren Umsatz enorm in die Höhe treiben.

Mental Accounting

Menschen bilden im Kopf geistige Konten, auf die Sie verschiedene Ausgaben verbuchen. So sammeln sie auf der einen Seite Geld im Sparschwein für ihren Urlaub, während sie gleichzeitig die Zinsen für ihre Autofinanzierung abbezahlen. Solche mentalen Konten erleichtern zwar den Überblick über die eigenen Ausgaben, führen aber zu suboptimalem Ausgabeverhalten, das Unternehmen nutzen können.

Verlustaversion

Menschen bewerten Verluste höher als Gewinne. Demnach wird der "Verlust" in Form einer Zuzahlung von 5% bei Kreditkartenzahlung überproportional stärker gewertet als der "Gewinn" in Form eines Nachlasses von 5% bei Barzahlung. Dieses Wissen können Unternehmen nutzen, um die Interaktion mit dem Kunden zu beeinflussen.



Umsätze steigern mit Behavioral Economics

Dass Behavioral Economics nicht nur eine nette Spielerei ist, sondern massiven Einfluss auf Umsatz und Gewinn hat, wurde von Vocatus mit einer Vielzahl von Projekten belegt. So konnte ein Mobilfunkanbieter seine Rabattpolitik mit Einsparungen bis zu 35% je Berater optimieren, gleichzeitig die durchschnittliche Gesprächsdauer im Servicecenter um bis zu 44% senken. Eine große deutsche Zeitung wurde von Vocatus bei der Optimierung ihrer Preispolitik beraten, Ergebnis - eine Gewinnsteigerung im zweistelligen Millionenbereich! Ein führender Anbieter medizintechnischer Produkte konnte nach entscheidungspsychologischer Analyse des Kaufverhaltens seiner Kunden ein Preispremium von 50% bei der Einführung eines neuen Produktes durchsetzen.

vocatus:



Für unsere Projekte werden wir seit Jahren kontinuierlich prämiert und international ausgezeichnet:

- 2017 Auszeichnung von brand eins: „Beste Berater“
- 2016 Auszeichnung von brand eins: „Beste Berater“
- 2015 Imagestudie: Gold in „Innovation“, Silber in „Beratungskompetenz“
- 2014 GRIT Report – Top 20 der innovativsten Marktforschungsinstitute weltweit
- 2013 ESOMAR – Gewinner "Research Effectiveness Award"
- 2012 ESOMAR – Gewinner "Research Effectiveness Award"
- 2012 Imagestudie: Gold in „Innovation“
- 2010 ESOMAR – Gewinner "Award for the Best Methodological Paper"
- 2010 Preis der Deutschen Marktforschung – Gewinner „Beste Studie“

Wenn Sie über das Thema Behavioral Economics gerne unverbindlich mit unseren Experten sprechen möchten, kontaktieren Sie uns einfach.

Dr. Florian Bauer: florian-bauer@vocatus.de

Dr. Patricia Luer: patricia-lueer@vocatus.de

Vocatus AG

Hauptsitz: Oppelner Str. 5, 82194 Gröbenzell/München, Telefon: +49 8142 5069-0

Büro Köln: Hildeboldplatz 15-17, 50672 Köln, Telefon: +49 221 801919-0 www.vocatus.de