

# planung & analyse

Zeitschrift für Marktforschung und Marketing [www.planung-analyse.de](http://www.planung-analyse.de)

3/2012 D11700F

## Preisforschung

### Neue Kanäle

planung &  
analyse startet  
in Social Media

### Neue Zugänge

Special zu  
Online-Panels  
im Wandel

### Neuer Algorithmus

So werden  
TURF-Analysen  
handhabbar



**Statistik  
KOMPAKT**

# Auswahl geeigneter Conjoint-Verfahren

Jedes Verfahren der Conjoint-Analyse besitzt Stärken und Schwächen. Insofern lässt sich keine generelle Empfehlung geben, welches vorzugsweise eingesetzt werden sollte. Die Entscheidung für ein Verfahren ist vor dem Hintergrund der Charakteristika der jeweiligen Fragestellung und Erhebung zu treffen. Relevante Kriterien werden nachfolgend vorgestellt.

### Anzahl der Merkmale

Menschen sind in der Lage, bis zu acht Merkmale gegeneinander abzuwägen. Soll eine größere Anzahl berücksichtigt werden, muss eine Auswahl derjenigen Merkmale erfolgen, die die im dekompositionellen Teil ganzheitlich zu beurteilenden Konzepte beschreiben. Dies leisten Partial-Profile-CBC, ACA und HILCA. Multistage Designs ermöglichen durch die Gruppierung von Merkmalen komplexe Beschreibungen in mehrere kleinere aufzuteilen und somit insgesamt eine Vielzahl an Merkmalen einzubeziehen.

### Interaktionseffekte

Kommt für einen Befragten beispielsweise ein rotes Auto ausschließlich in Kombination mit einer bestimmten Marke in Frage, liegt eine Interaktion zwischen beiden Ausprägungen vor. Die Stärke von Interaktionseffekten kann nur in CBC-Ansätzen bestimmt werden (im HIT-CBC jedoch allein zwischen der besten bzw. schlechtesten Ausprägung von zwei Merkmalen). Liegen Interaktionseffekte vor, erhöht ihre Berücksichtigung im Allgemeinen die Güte der Prognose der Entscheidungen, reduziert jedoch die Genauigkeit der Schätzung der Haupteffekte.

### Preisanalyse

Steht der Preis im Fokus einer Untersuchung, sind ACA und Partial-Profile-CBC zu meiden, da sie die relative Bedeutung des Preises häufig unterschätzen.

### Stichprobengröße

Mit der KCA/LCA und dem ACBC gelingt es, von einem Befragten am meisten Informationen über seine Präferenzen zu gewinnen, so dass diese mit kleineren Stichproben auskommen. Verfahren, die bei der Konzeptbeurteilung jeweils nur auf einen Teil aller Merkmale zurückgreifen, können den resultierenden Informationsnachteil durch eine größere Stichprobe kompensieren.

### Flexibilität bezüglich des Befragungsmodus

In Paper-Pencil-Befragungen sind nur KCA/LCA oder ein (Partial-Profile-) CBC möglich. ACA, ACBC, HIT-CBC und HILCA benötigen eine Computerunterstützung. In reinen CATI-Befragungen kann am ehesten die ACA mit wenigen Merkmalen im dekompositionellen Teil Verwendung finden. Bei Verknüpfung von telefonischen mit einer Online-Befragung lassen sich alle Verfahren nutzen.

### Interviewdauer

Adaptive, hybride und hierarchische Ansätze führen zu durchschnittlich längeren Interviews als die einphasigen Verfahren KCA/LCA und CBC.

### Realitätsnähe

Am besten gelingt es CBC-Ansätzen, den realen Entscheidungsprozess abzubilden. Partial-Profile-CBC und HIT-CBC verlieren durch die Darstellung nur unvollständig beschriebener Konzepte bzw. die Verwendung ausschließlich extremer Merkmalsausprägungen allerdings an Realitätsnähe. KCA und LCA verlangen vom Befragten eine Ordnung aller Konzepte, das heißt auch derjenigen, die er in der Realität völlig außer Acht lassen würde.

### Joy of Use

Erhebungen, die auf gegebene Antworten reagieren und abwechslungsreich sind, motivieren den Befragten, ein Interview sorgfältig zu Ende zu führen. In diesem Sinne fördert das ACBC in Verbindung mit seiner Realitätsnähe am ehesten Interesse und Spaß an der Befragung. ◀

**Johannes Lüken** und **Dr. Heiko Schimmelpfennig**, Experten für Multivariate Analysen bei IfaD, Institut für angewandte Datenanalyse GmbH.

*In Ausgabe 4/2012: Marktsimulationen mit Conjoint-Analysen.*

### ► Literatur

Backhaus, K.; Erichson, B.; Plinke, W.; Weiber, R.: Conjoint-Analyse. In: Multivariate Analysemethoden, 13. Auflage. Berlin, Heidelberg: Springer, 2011, S. 457-505.

Hartmann, A.; Sattler, H.: Wie robust sind Methoden zur Präferenzmessung? In: zfbf, Jg. 56/2004, Nr. 2, S. 3-22.

Karger, M.: Prüfung bestehender Varianten der Conjoint Analyse zur Validierung des Customer Perceived Value Accountings. In: Zahlungsbereitschaftsmessung für industrielle Hybride Leistungsbündel. Wiesbaden, 2011, S. 70-102.

Melles, T.: Welche Conjoint-Methode ist die beste? Workshoppräsentation zur Marktforschungsmesse. München, 2011.

Orme, B.: Which Conjoint Method Should I Use? Sawtooth Research Paper Series. Sequim, 2009.

	Klassische/ Limit Conjoint- Analyse (KCA/LCA)	Choice-Based Conjoint (CBC)	Partial- Profile- CBC	Adaptive Conjoint- Analyse (ACA)	Adaptive Choice-Based Conjoint (ACBC)	Hybrid Individualized Two-Level CBC (HIT-CBC)	Hierarchische Individualisierte LCA (HILCA)	Multistage/ Hierarchische Designs
Anzahl der Merkmale	●	●	●	●	●	●	●	●
Interaktionseffekte	●	●	●	●	●	●	●	●
Preisanalyse	●	●	●	●	●	●	●	●
Stichprobengröße	●	●	●	●	●	●	●	*
Flexibilität bez. des Befragungsmodus	●	●	●	●	●	●	●	*
Interviewdauer	●	●	●	●	●	●	●	●
Realitätsnähe	●	●	●	●	●	●	●	●
Joy of Use	●	●	●	●	●	●	●	*

● Stärke ● weder/noch ● Schwäche \* abhängig von den verknüpften Verfahren

© Lüken/Schimmelpfennig; planung & analyse 3/12

**Abbildung:** Stärken und Schwächen der Conjoint-Verfahren