

Conjoint-Experimente werden herangezogen, um die Präferenz- bzw. Nutzenstruktur von Probanden genauer zu untersuchen. Hierbei steht der Proband vor einer Trade-Off-Situation, bei der er beispielsweise eine (ganzheitliche) Wahlentscheidung zwischen ihm präsentierten Angeboten treffen muss. Auf Basis der erhobenen Gesamturteile kann die Bedeutung einzelner Eigenschaften und Eigenschaftsausprägungen abgeleitet und damit auf die Präferenzstruktur geschlossen werden (sog. dekompositionelles Verfahren).

Das Ziel der Diplomarbeit ist es, basierend auf einer umfassenden Literaturrecherche, einen systematischen Überblick über zentrale Validierungsansätze, deren Anwendung und Grenzen bei der Bewertung der Conjoint-Analyse darzulegen.

Einstiegsliteratur:

Green, E. P. & V. Srinivasan (1990), Conjoint Analysis in Marketing: New developments with implications for research and practice, *Journal of Marketing*, 54 (4), pp. 3-19.

Huber, Joel, Dick R. Witting, John A. Fiedler & Richard Miller (1993), The effectiveness of alternative preference elicitation procedures in predicting choice, *Journal of Marketing Research*, 30 (1), pp. 105-114.

Die Diplom-/Masterarbeit soll als „Typ A“ -Diplomarbeit verfasst werden (siehe unter: <http://www.uni-hamburg.de/fachbereiche-einrichtungen/fb03/ihtm/hinweise.html>)