



Rethinking Decision Making in the Digital Society

Wie verändert die Digitalisierung unsere Konsumententscheidungen? Das Institut Innovation & Strategic Entrepreneurship beschäftigt sich derzeit in einem SNF-geförderten Forschungsprojekt damit, wie die Digitalisierung die Kaufentscheidungen von Konsument*innen beeinflusst. In unserer experimentellen Studie durchlaufen Probanden*innen Kaufentscheidungen in digitalen und nicht-digitalen Kontexten. Durch den Vergleich der Entscheidungsprozesse können wir den Einfluss der Digitalisierung auf Kaufentscheidungen herauskristallisieren. Mithilfe eines innovativen Citizen Science-Ansatzes werden die Proband*innen zudem aktiv in die Auswertung der Resultate einbezogen, in dem sie selbst ihre Entscheidungsprozesse reflektieren. Das Projekt wird vom SNF für 18 Monate gefördert.

Rethinking Decision Making in the Digital Society

Ausgangslage

Die Entscheidungsfindung ist ein zentrales Forschungsgebiet der Sozialwissenschaften und der Psychologie. Entsprechend bieten zahlreiche Studien Aufschluss darüber, wie Konsumenten bei ihren Kaufentscheidungen vorgehen. Allerdings untersuchten bisherige Studien das Phänomen primär in einem traditionellen analogen Kontext. Momentan fehlt daher eine systematische Betrachtung der Frage, inwiefern und in welchem Ausmass die Digitalisierung den Prozess der Entscheidungsfindung von Konsumenten verändert.

Projektziele

Ziel dieses Projekts ist es, erste Einsichten zu bekommen welchen Einfluss die Digitalisierung auf den Konsumententscheidungsprozess hat. In einem qualitativen Feldexperiment werden die Proband*innen zwei konkrete Konsumentscheidungen treffen – einmal mit und einmal ohne den Einsatz von digitalen Hilfsmitteln. Dadurch soll untersucht werden, ob und in welcher Weise die Digitalisierung ihren Entscheidungsfindungsprozess und dessen Ergebnis beeinflusst. Um detaillierte Erkenntnisse über Konsumentscheidungen zu generieren, werden auch kontextuelle Faktoren berücksichtigt, beispielsweise die Produktkategorie, die soziale Relevanz der Entscheidung oder die Persönlichkeitsmerkmale der Proband*innen.

Methodisches Vorgehen

Für die Durchführung der Studie wird im Rahmen des Experiments ein Citizen Science-Ansatz verwendet. Die Proband*innen werden ihren Entscheidungsfindungsprozess in einem elektronischen Tagebuch festhalten und anschliessend gemeinsam mit der Studienleitung auswerten. Gegen Ende des Projekts findet ein Symposium statt, bei dem die Proband*innen mit Forschenden über die Resultate diskutieren und ihre Erfahrungen während der Studie reflektieren können. Dieser innovative Ansatz erhöht nicht nur die Aussagekraft der Studienresultate, sondern liefert auch zentrale Einsichten für das wichtige und bisher noch relativ unerforschte Konzept des Citizen Science-Ansatzes.

Ergebnisse

Erste Ergebnisse werden Anfang 2020 erwartet.

Projektleitung:

Prof. Dr. Sebastian Gurtner

Co-Leitung:

Dr. Nadine Hietschold

Auftraggeber:

SNF – Schweizerischer Nationalfonds

Weitere Informationen

Berner Fachhochschule
Wirtschaft
Institut Innovation & Strategic Entrepreneurship
Brückenstrasse 73
CH-3005 Bern

sebastian.gurtner@bfh.ch

Mitarbeitende und Ansprechpartner

Dr. Anna Zuber
Lilian Laub
Mischa Haberthür