

# Wie die Digitalisierung den Kaufprozess verändert

**Autor :** Anne-Careen Stoltze

**Datum :** 4. Juni 2019



**Dank dem Internet können sich Konsument\*innen heute leichter über Produkte informieren und online wie klassisch im Fachgeschäft einkaufen. Eine vom SNF geförderte Studie der BFH Wirtschaft untersucht, wie die digitalen Angebote die Kaufentscheide der Konsument\*innen beeinflussen. Im Gespräch mit BFH-Forscherin Lilian Laub.**



Lilian Laub, wissenschaftliche Assistentin am Institut Innovation and Entrepreneurship

### **Auf was fokussieren Sie in der Studie ?**

An unserem Institut beschäftigen wir uns mit den Veränderungen in Unternehmen durch die Digitalisierung. Da lag es nahe, auch das veränderte Kaufverhalten der Konsument\*innen zu untersuchen. Mit der Entstehung des eCommerce sind nicht nur mehr Waren für die grosse Masse leichter erreichbar, sondern auch der ganze Kaufprozess hat sich heterogen aufgefächert. Wir können uns vor einer Anschaffung online über ein Produkt informieren, Preise vergleichen und dann doch in einem Laden einkaufen oder umgekehrt: wir lassen uns in der Filiale beraten und kaufen dann online. Hinzu kommt die wachsende Bedeutung der Bewertungen bzw. Rezensionen der Online-Kund\*innen, die Kaufentscheidungen auch beeinflussen können.

### **Wie untersuchen Sie den Kaufprozess bzw. die Kaufentscheidung?**

Wir untersuchen wie sich die Digitalisierung in Form von eCommerce und traditionellen Kaufprozessen die heutigen Kaufentscheide beeinflussen. Dazu analysieren wir die Kaufentscheide von 90 Proband\*innen. Diese bekommen innerhalb von vier Wochen zwei Aufträge, bei welchen sie sich über Produkte informieren sollen, mit der Absicht, sie später zu kaufen. Beim einem der Aufträge dürfen sie digitale Hilfsmittel wie Apps, Foren und Plattformen nutzen. Bei dem anderen Auftrag dürfen sie allerdings nur traditionell recherchieren, also im Freundes- und Bekanntenkreis, in Zeitungen, Zeitschriften, Werbeprospekten sowie im Geschäft. Sie dokumentieren ihre Recherche in einem Realtime-Tagebuch mit WhatsApp. So haben wir Forschenden die Gelegenheit, direkt und unmittelbar nachfragen zu können. Die Proband\*innen durchlaufen den gesamten Entscheidungsfindungsprozess ohne jedoch am Schluss das Portemonnaie zu zücken. Damit es für die Proband\*innen nicht redundant wird, klären wir im Voraus mit einem Fragebogen ab, welche Produkte für sie in Frage kämen. Die

Antworten werten wir qualitativ aus.

### **Was ist an Ihrer Studie speziell?**

Die Erhebungsmethode ist "neuartig", man kann mit verschiedensten Mitteln kommunizieren und Bilder, Texte, Emojis und Sprachnachrichten sind erlaubt – die Proband\*innen haben bei der Dokumentation Ihrer Tätigkeiten viele Freiheiten. Uns ist es so möglich, nicht nur den strukturellen Ablauf des Kaufentscheidungsprozess zu verfolgen, sondern auch den Einfluss von kognitiven und emotionalen Aspekten zu ergründen – beispielsweise wann sich Personen überfordert fühlen oder erfreut sind. Nach Abschluss der Studie werden im kommenden Jahr die Ergebnisse auf einem Symposium vorgestellt. Proband\*innen und Forschenden haben so die Gelegenheit sich über die Ergebnisse auszutauschen und weitere Forschungsansätze zu entwickeln.

### **Seit wann läuft das Projekt?**

Das Projekt läuft seit Dezember 2018 für 18 Monate und wird vom SNF gefördert. Unser ist Ziel es, dass die Erhebungsphase Ende Sommer abgeschlossen werden kann.

### **Für welche Probandengruppe interessieren Sie sich?**

Grundsätzlich für alle Personen ab 16 Jahren bzw. für alle, die WhatsApp haben, etwas Zeit und sich vielleicht sogar auch dafür interessieren, wie ihr eigener Entscheidungsfindungsprozess abläuft. Bisher haben sich vor allem Interessenten unter 30 Jahren gemeldet, daher suchen wir vor allem noch Teilnehmer\*innen über 40. Interessierte können [hier](#) melden und ihre Mailadresse angeben, dann erhalten sie von uns detailliertere Informationen. Wir bieten auch eine kleine monetäre Kompensation.

---

## **Zur Person**

Lilian Laub ist wissenschaftliche Assistentin am Institut Innovation and Entrepreneurship am Departement Wirtschaft der Berner Fachhochschule. Ihre Forschungsinteressen konzentrieren sich auf Digitalisierung und Nachhaltigkeit.

---

## **Zum Projekt**

Weitere Informationen und Anmeldung für die Teilnahme an der Studie:

[https://www.soscisurvey.de/kaufentscheidung\\_info/](https://www.soscisurvey.de/kaufentscheidung_info/)