

Bessere Entscheide für Ihr KMU

Wie die Verhaltensökonomie Sie noch erfolgreicher macht

Gerhard Fehr 8. Juni 2016, NAB KMU Anlass 2016



«Die Verhaltensökonomie ist im Grunde nichts anderes als die Verknüpfung des gesunden Hausverstandes mit empirischer Evidenz.

Erfolgreiche Unternehmer handeln meist intuitiv nach verhaltensökonomischen Prinzipien.»

Vorab: Umgang mit den «Voting Devices»



- Um abzustimmen, bitte einfach die entsprechende Zahl wählen
- Falls Sie Ihre Eingabe ändern möchten, einfach eine andere Zahl drücken
- Sollten Sie irgendwelche Probleme haben, wir helfen Ihnen gerne





Was glauben Sie? Wie rational treffen <i>Ihre Kunden</i> Entscheidungen?	Ergebnisse d
1: Sehr irrational	Ergebnisse der Live-Abstimmung 5%
2: Irrational	32%
3: Weder noch	18%
4: Rational	40%
5: Sehr rational	6%



Was glauben Sie? Wie rational treffen Ihre Mitarbeitenden im beruflichen Alltag Entscheidungen? 1: Sehr irrational 3% 2: Irrational 29% 3: Weder noch 20% 4: Rational 43% 5: Sehr rational 4%



Was glauben Sie? Wie rational treffen Sie im beruflichen Alltag Entscheidungen?	Ergebnisse d
1: Sehr irrational	Ergebnisse der Live-Abstimmung 5%
2: Irrational	20%
3: Weder noch	13%
4: Rational	47%
5: Sehr rational	15%

Bitte beantworten Sie nun folgende Fragen (I/III)





Ein Schläger und ein Ball kosten zusammen CHF 1.10. Wenn der Schläger einen Franken mehr kostet als der Ball, wie viel kostet dann der Ball?

1: CHF 1.05 7% 2: CHF 1.00 7% 3: CHF 0.20 5% 4: CHF 0.10 65% 5: CHF 0.05 16%

Bitte beantworten Sie nun folgende Fragen (II/III)





5: 100 Minuten

Wenn es bei 5 Maschinen 5 Minuten braucht um 5 Produkte zu fertigen, wie lange brauchen 100 Maschinen um 100 Produkte zu fertigen?

1: 1 Minute 17% 2: 5 Minuten 45% 3: 10 Minuten 4% 4: 20 Minuten 10%

24%

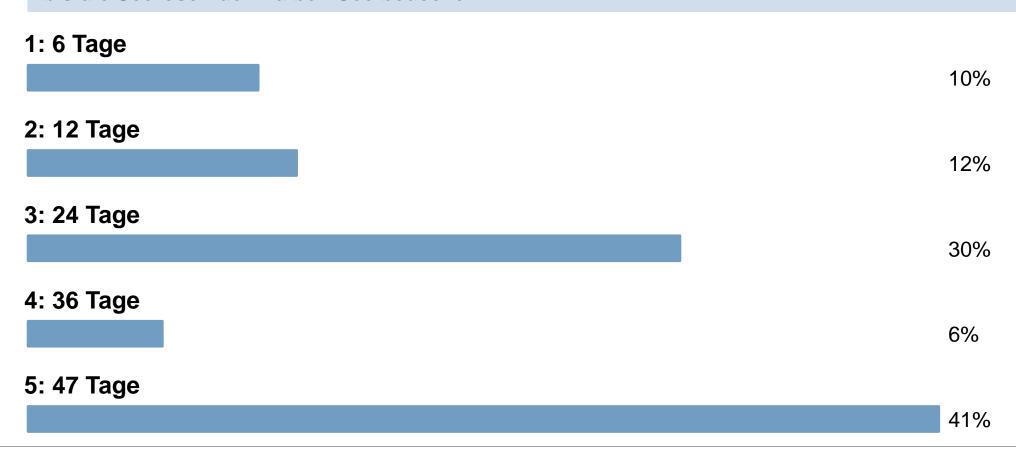
Bitte beantworten Sie nun folgende Fragen (III/III)





In einem See wird eine Fläche von Seerosen bedeckt. Da die Seerosen neue Blätter bilden, verdoppelt sich die bedeckte Fläche jeden Tag.

Wenn es 48 Tage dauert, bis die Seerosen den gesamten See bedecken, wie lange dauert es, bis die Seerosen den halben See bedecken?



Der Mensch denkt in zwei verschiedenen Systemen – einerseits intuitiv und impulsiv sowie andererseits rational und langsam



Die richtigen Antworten sind die folgenden:

- Der Ball kostet 5 Rappen (intuitiv: 10 Rappen)
- Die 100 Maschinen brauchen 5 Minuten (intuitiv: 100 Minuten) für 100 Produkte
- Es dauert 47 Tage (intuitiv: 24 Tage) bis die Seerosen den halben See bedecken

Menschen denken in zwei Systemen¹⁾:

System 1 ist...

... intuitiv,

... schnell und

... impulsiv.

System 2 im Gegensatz ist...

... rational,

... langsam und

... faul.

System 1 bewirkt, dass Leute in gewissen Situationen...

- ... ungeduldig sind
- ... eine geringe Selbstkontrolle haben und
- ... ein geringes Durchhaltevermögen aufweisen.

System 2 ist problemlos in der Lage, die gestellten Aufgaben zu lösen,

wird oft aber gar nicht erst in die Entscheidung involviert.

Autopilot

Nicht nur Sie – auch Studenten von Elite-Universitäten haben ihr System 1 nicht unter Kontrolle



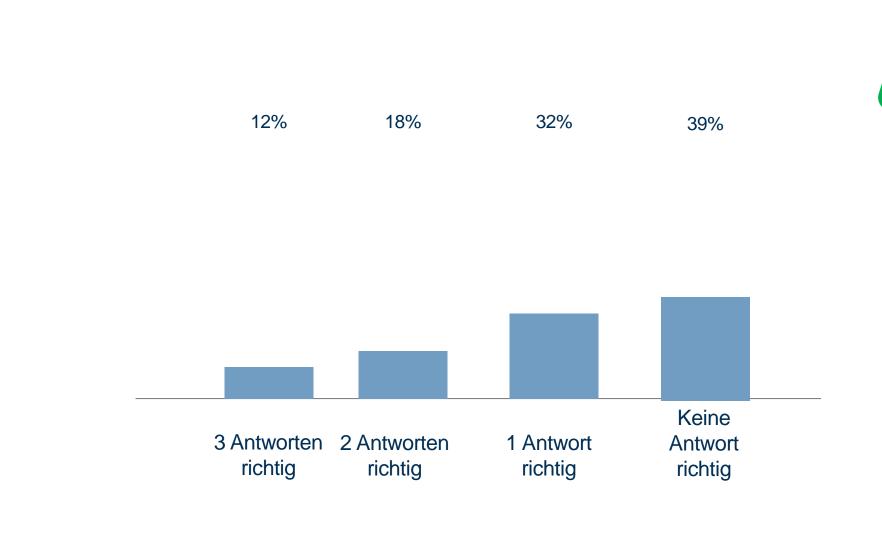
Locations at which data were collected	3
Massachusetts Institute of Technology	48%
Princeton University	26%
Boston fireworks display ^a	26%
Carnegie Mellon University	25%
Harvard University ^b	20%
University of Michigan: Ann Arbor	14%
Web-based studies ^c	13%
Bowling Green University	12%
University of Michigan: Dearborn	6%
Michigan State University	6%
University of Toledo	5%
Overall	17%

- Als Unternehmer & Führungskräfte sind Sie hohe kognitive Anforderungen gewohnt; dennoch beantworten auch Sie nicht alle Fragen richtig
- Wie auch die grosse Mehrheit der Studenten von Elite-Universitäten diese drei Fragen nicht korrekt beantwortet
- Das zeigt, dass nicht nur die kognitiven F\u00e4higkeiten bei diesem Test ausschlaggebend sind, sondern vor allem auch non-kognitive F\u00e4higkeiten

- Oenken kann anstrengend sein
- Viele Menschen versuchen Anstrengungen wenn möglich zu vermeiden und treffen deshalb oft intuitive Entscheidungen (System 1)

Wie viele Teilnehmende haben alle drei Fragen richtig beantwortet?







Die vier BEATM Verhaltenstreiber liefern vertiefte Einsichten in das menschliche Verhalten



Menschen fällt es schwer, Alternativen zu bewerten

- →Beschränkte Informationsverarbeitung
- →systematische Präferenzen (bzgl. Gewinnen & Verlusten)
- → Selbstüberschätzung
- →Geringe Risikokenntnisse

Willenskraft und Zeitpräferenzen beeinflussen das menschliche Verhalten

- **→Begrenzte Willenskraft**
- → Begrenzte Selbstkontrolle
- **→Verzerrte Zeitpräferenzen**
- **→**Motivation



Menschen sind von ihren sozialen Präferenzen getrieben

- →Negative und Positive Reziprozität
- → Vertrauen
- **→**Fairness
- → «Soziale Intelligenz»

Soziale Normen und Identität haben einen grossen Effekt auf die eigenen Entscheidungen

- →soziale Identitäten
- **→**Einhaltung sozialer Normen
- → «Kultur»



Vielen Dank für Ihre Teilnahme am Survey!



Datenbasis: 479 Teilnehmende

FehrAdvice & Partners AG, Juni 2016

Endowment Effect



Treatment A

Sie besitzen seit 3 Jahren einen modernen 55' TV-Flachbildschirm, welcher damals CHF 2'500.– gekostet hat.

Diesen wollen Sie nun verkaufen, um einen der neusten Generation zu kaufen.

Zu welchem Preis inserieren Sie das tadellose Gerät?

Treatment B

Sie suchen einen modernen TV-Flachbildschirm und es muss nicht ein Gerät der neusten Generation sein.

Sie finden auf ricardo.ch einen 3 jährigen, tadellosen 55' TV-Flachbildschirm, welcher neu CHF 2'500.– gekostet hat.

Zu welchem Preis sind Sie bereit, das Gerät zu erwerben?

Ihre Antworten

590.-

424.-



Gestaltung von Angebotssituationen – Asymmetrische Dominanz

Experiment:

Das blosse Hinzufügen einer inferioren Option, die selbst nie gewählt wird, hat starke Auswirkungen auf die Kaufentscheidung, weil sie als Entscheidungshilfe dient.

Abonnement

Treatment A

Wählen Sie das Abonnement, dass Sie kaufen und erneuern würden

1. Monats-Abo Print = 39.-

75%

2. Monats-Abo Kombi (Print & Online) = 69.-

25%

Abonnement

Treatment F

Wählen Sie das Abonnement, dass Sie kaufen und erneuern würden

1. Monats-Abo Print = 39.-

54%

2. Monats-Abo Online = 69.-

10%

3. Monats-Abo Kombi = 69.-

36%

Mental Accounting



Treatment A

Sie wollen heute Abend mit Ihrer Frau ins Theater.

Sie haben Tickets gekauft für je CHF 120.— (Total 240.-). Als Sie losfahren wollen finden Sie die Tickets nicht mehr da wo Sie sie verlegt haben.

Fahren Sie trotzdem ins Theater und geben an der Abendkasse noch einmal CHF 240.- für zwei Tickets aus?

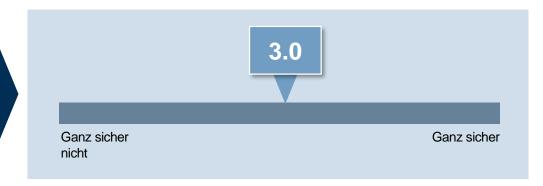
Treatment B

Sie wollen heute Abend mit Ihrer Frau ins Theater.

Als Sie losfahren wollen bemerken Sie, dass Sie die CHF 300.– verloren haben, welche Sie heute abgehoben haben.

Fahren Sie trotzdem ins Theater und geben an der Abendkasse CHF 240.- für zwei Tickets aus?







Datenbasis: 479 Teilnehmende

Referenzpunktabhängigkeit

Ihre Antworten



Treatment A

Sie warten in der Schlange vor der Kasse und wollen einen neuen Caran d'ache-Kugelschreiber für CHF 79.- kaufen, als die Frau hinter Ihnen erwähnt, dass dieser Kugelschreiber zwei Strassen weiter in einem anderen Laden anstatt CHF 79.- nur CHF 49.- kostet.

Bleiben Sie im jetzigen Geschäft oder gehen Sie in das andere Geschäft?

4.3

Ich bleibe mit Sicherheit und kaufe den Kugelschreiber in diesem Shop Ich gehe mit Sicherheit in das andere Geschäft, um den Kugelschreiber dort zu kaufen

Treatment B

Sie warten in der Schlange vor der Kasse und wollen ein neues Mobiltelefon für CHF 639.- kaufen, als die Frau hinter Ihnen erwähnt, dass das gleiche Gerät zwei Strassen weiter in einem anderen Laden für CHF 609.- zu haben ist.

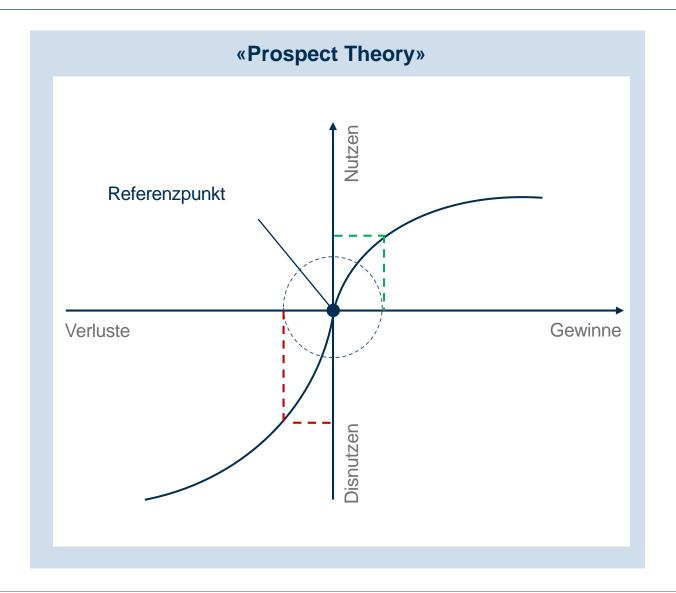
Bleiben Sie im jetzigen Geschäft oder gehen Sie in das andere Geschäft?



Datenbasis: 479 Teilnehmende

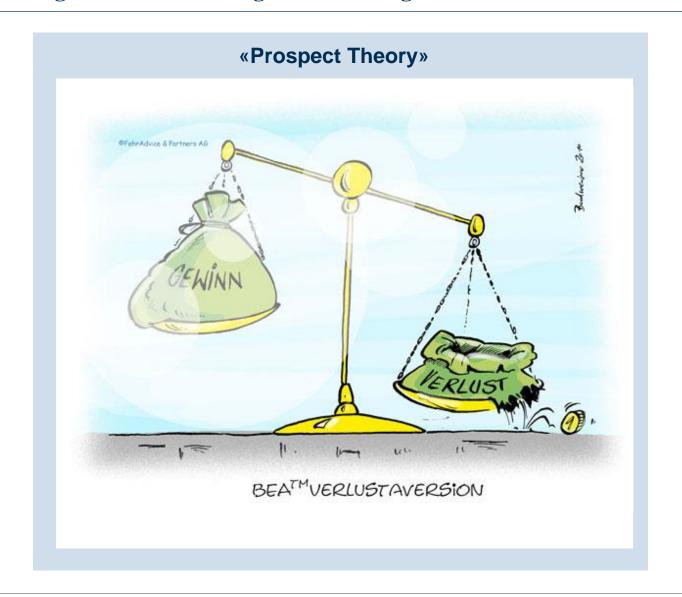






Verlustaversion: Menschen gewichten Verluste grösser als vergleichbare Gewinne







Was sind die Prinzipien eines erfolgreichen KMU?

Die evidenzbasierten Prinzipien erfolgreicher KMU

- Bin ich bereit, heute für morgen zu opfern?
- Wie ist Ihre Beziehung zu Mitarbeitenden und Kunden?
- Wie viel Aufmerksamkeit wird Ihnen geschenkt?
- Welchen Einfluss hat Ehrlichkeit?

Bitte beantworten Sie die folgende Frage



Sie haben die Möglichkeit, heute sofort 100 Franken von mir zu bekommen oder in einem Jahr 125 Franken.

Wofür entscheiden Sie sich?

Ergebnisse der Live-Abstimmung

1: 100 Franken sofort

44%

2: 125 Franken in einem Jahr

56%





«Geduld bedeutet, heute auf etwas zu verzichten, um morgen mehr zu haben.»



Warum ist Geduld für Ihr Unternehmen wichtig? Geduld ist wichtig für...

- Resilienz, also die Fähigkeit nach Tiefschlagen wieder aufzustehen.
- ...Persistenz, also Dinge zu Ende führen zu können.





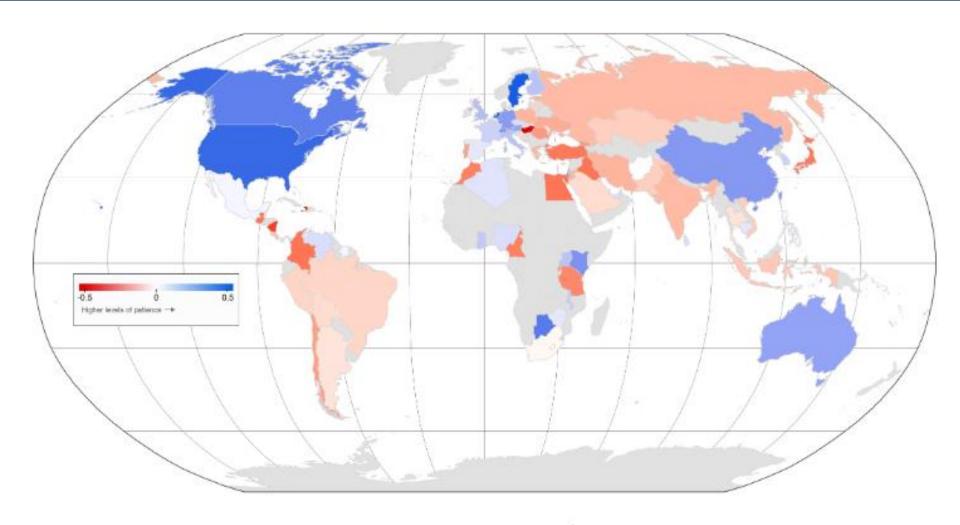
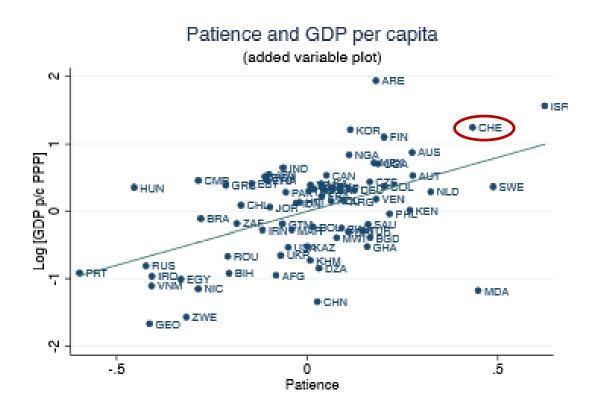
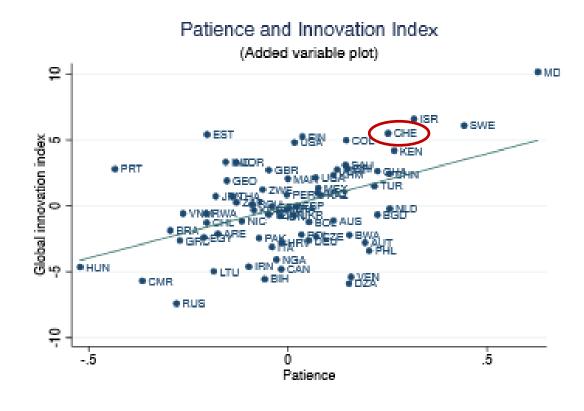


Figure 2: Distribution of Patience Across Countries

Zeitpräferenzen haben einen starken Einfluss - u. a. auf das Pro-Kopf-BIP sowie die Innovationsfähigkeit







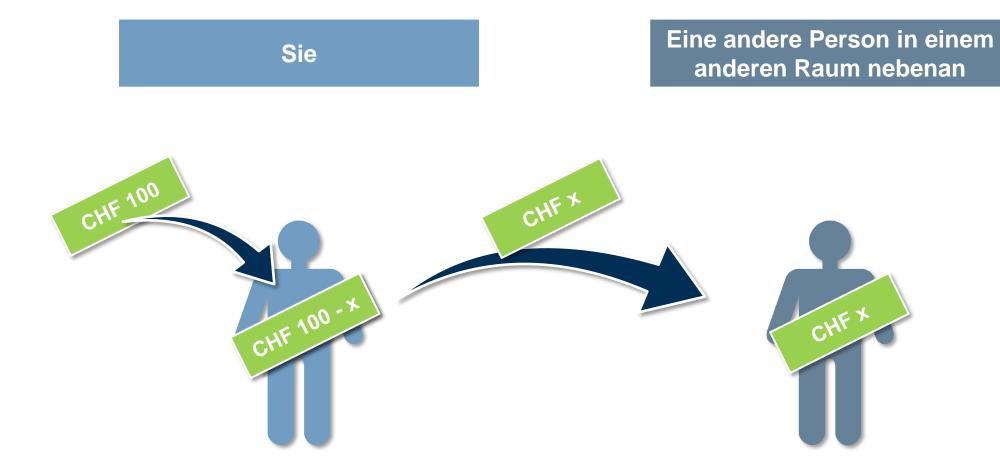


Was sind die Prinzipien eines erfolgreichen KMU?

Die evidenzbasierten Prinzipien erfolgreicher KMU

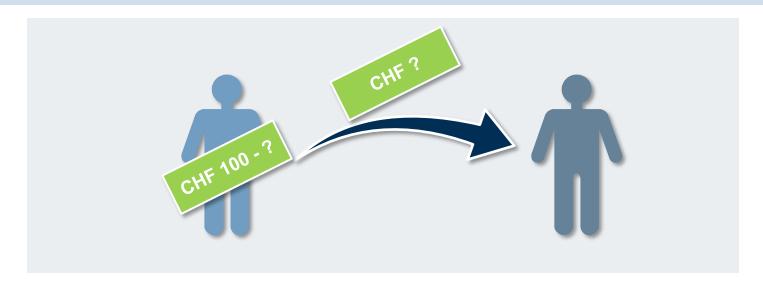
- Bin ich bereit, heute für morgen zu opfern?
- Wie ist Ihre Beziehung zu Mitarbeitenden und Kunden?
- Wie viel Aufmerksamkeit wird Ihnen geschenkt?
- Welchen Einfluss hat Ehrlichkeit?







Wie viel möchten Sie der anderen Person geben?



1: CHF 0

2: CHF 1 - 10

3: CHF 11 - 20

4: CHF 21 - 30

5: CHF 31 - 40

6: CHF 41 - 50

7: CHF 51 - 60

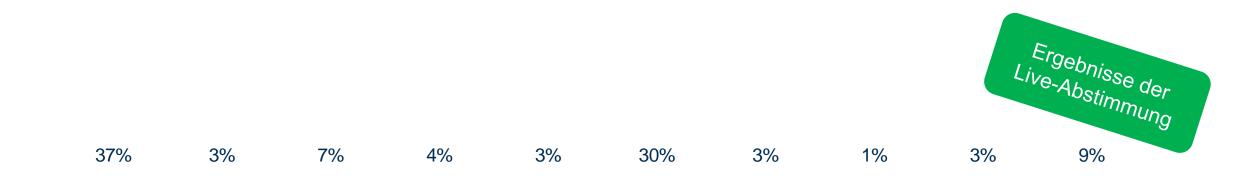
8: CHF 61 - 70

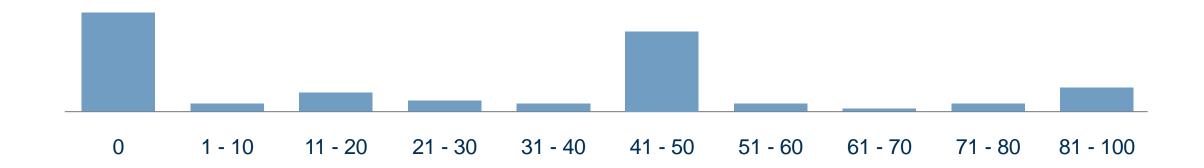
9: CHF 71 - 80

10: CHF 81 - 100

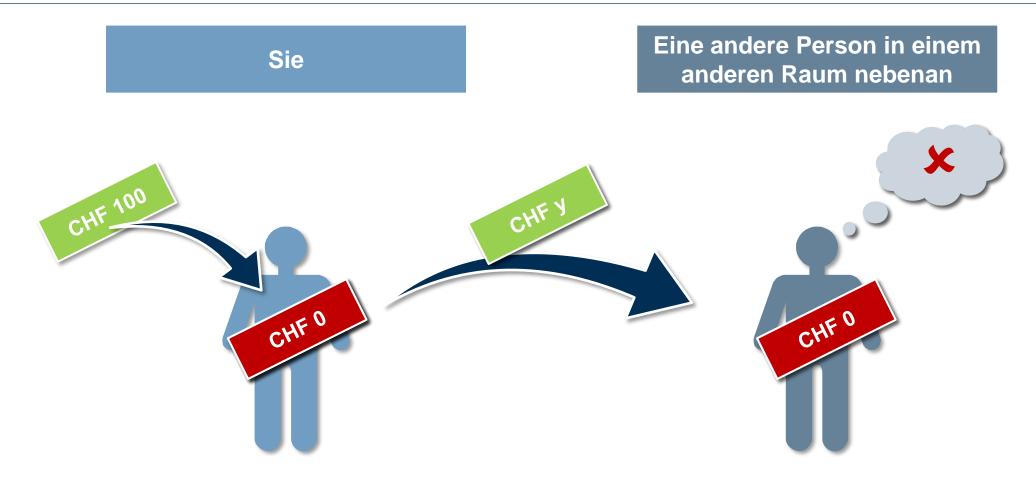
Ihre Resultate





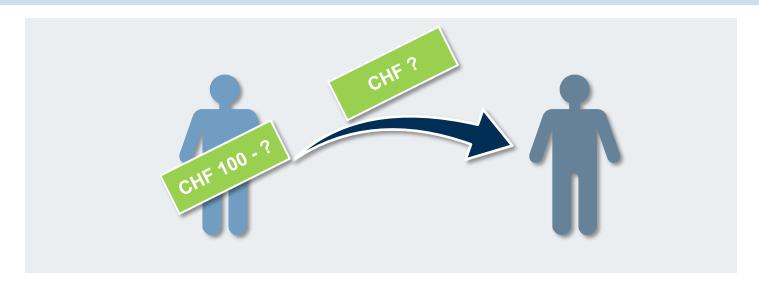








Wie viel möchten Sie der anderen Person geben?



1: CHF 0

2: CHF 1 - 10

3: CHF 11 - 20

4: CHF 21 - 30

5: CHF 31 - 40

6: CHF 41 - 50

7: CHF 51 - 60

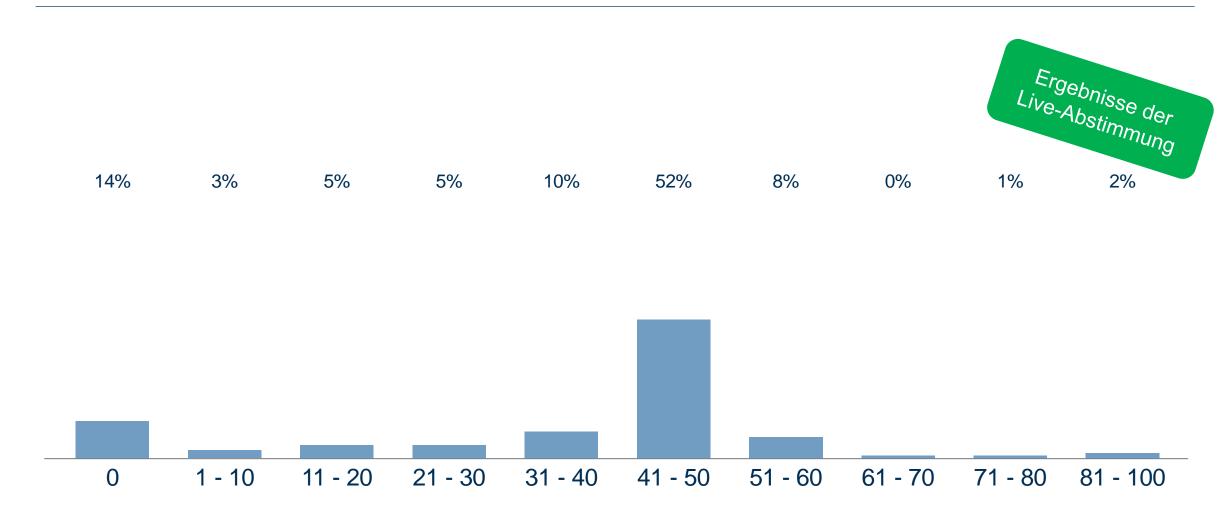
8: CHF 61 - 70

9: CHF 71 - 80

10: CHF 81 - 100

Ihre Resultate







«Die Bereitschaft etwas zu geben, ohne zu wissen, was man etwas zurückbekommt, ist die Grundlage einer jeden guten Kunden- und Mitarbeiterbeziehung.

Erfolgreiche Unternehmer wissen dies intuitiv und setzen auf Kooperation.»



Was sind die Prinzipien eines erfolgreichen KMU?

Die evidenzbasierten Prinzipien erfolgreicher KMU

- 1) Bin ich bereit, heute für morgen zu opfern?
- Wie ist Ihre Beziehung zu Mitarbeitenden und Kunden?
- Wie viel Aufmerksamkeit wird Ihnen geschenkt?
- Welchen Einfluss hat Ehrlichkeit?

Wie viele Pässe werden von den Spielern in den schwarzen Hemden gespielt?







Wie viele Pässe wurden gespielt?	Ergebnisse der Live-Abstimmung
1: 18 Pässe	Abstimmung
	24%
2: 20 Pässe	12%
3: 22 Pässe	
	16%
4: 23 Pässe	12%
5: Eine andere Anzahl	
	36%



Was haben Sie ausser den Pässen gesehen?	Ergebnisse d
1: Nichts	Ergebnisse der Live-Abstimmung
	34%
2: Einen Gorilla	
	7%
3: Eine Frau mit Schirm	
	46%
4: Etwas anderes	
	13%



«Aufmerksamkeit ist die knappste Ressource des 21. Jahrhunderts.

Gute Beziehungen zu Mitarbeitenden und Kunden sind der entscheidende Treiber, um Aufmerksamkeit für sich und das Unternehmen nachhaltig zu gewinnen.»



Was sind die Prinzipien eines erfolgreichen KMU?

Die evidenzbasierten Prinzipien erfolgreicher KMU

- 1 Bin ich bereit, heute für morgen zu opfern?
- Wie ist Ihre Beziehunge zu Mitarbeitenden und Kunden?
- Wie viel Aufmerksamkeit wird Ihnen geschenkt?
- Welchen Einfluss hat Ehrlichkeit?

Bitte beantworten Sie folgende Frage...



Was glauben Sie?

Wie viele Schweizer sind ehrlich, wenn sie unbeobachtet zu ihrem eigenen Vorteil «schummeln» können?

Ergebnisse der Live-Abstimmung

1: über 90 Prozent schummeln nicht (sind also ehrlich)

7%

2: 75 bis 90 Prozent schummeln nicht (sind also ehrlich)

17%

3: 50 bis 74 Prozent schummeln nicht (sind also ehrlich)

20%

4: 25 bis 49 Prozent schummeln nicht (sind also ehrlich)

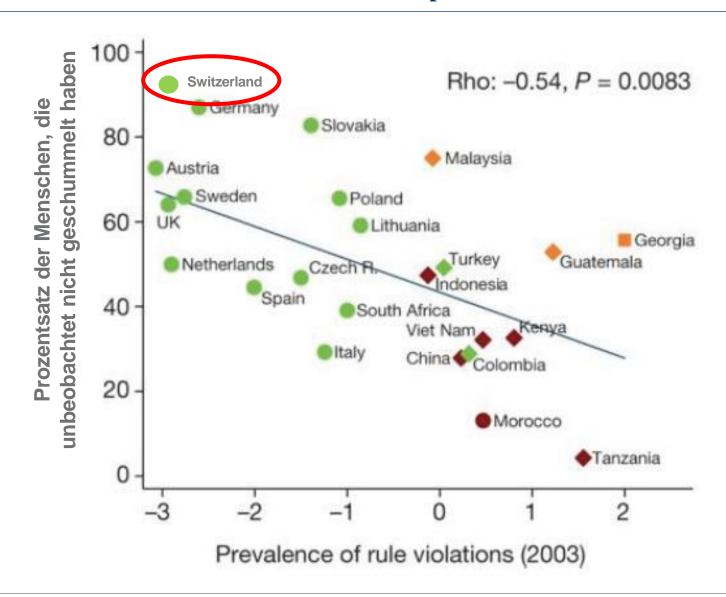
24%

5: weniger als 25 Prozent schummeln nicht (sind also ehrlich)

31%

Was zeigt uns die Evidenz – Resultate eines Ehrlichkeitsspiels





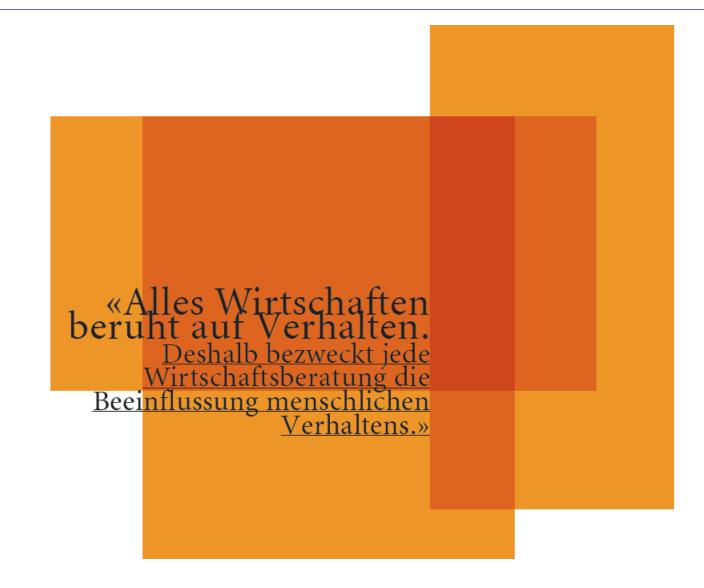


1 Menschen weichen systematisch von rationalem Verhalten ab.

Geduld, negative Reziprozität, Aufmerksamkeit und Ehrlichkeit sind die wesentliche Faktoren für den Erfolg von KMUs.

Innovative Ansätze wie verhaltensökonomische Tools sind zukünftig für erfolgreiche Unternehmen unerlässlich.







FehrAdvice & Partners AG

Gerhard Fehr

CEO & Managing Partner

Klausstrasse 20 8008 Zürich

gerhard.fehr@fehradvice.com www.fehradvice.com