

Pressemitteilung

11. Juli 2019

Ansprechpartner:
Sandra Lades
Communication & Events

Tel. +49 911 95151 989
Fax +49 911 37677 872
E-Mail: sandra.lades@nim.org

Dr. Matthias Unfried
Research Program Manager
Decision Labs
E-Mail: matthias.unfried@nim.org

**Nürnberg Institut für
Marktentscheidungen e.V.**
*Gründer und Ankeraktionär
der GfK SE*

Nordwestring 101
90419 Nürnberg

Tel. +49 911 95151 989
Fax +49 911 37677 872

Geschäftsführung:
Dr. Andreas Neus

Manfred Scheske (Präsident)
Ralf Klein-Bölting
Dr. Andreas Neus
Prof. Dr. Raimund Wildner
(Vizepräsidenten)

Vorsitzender des
Gesellschafterrats:
Dr. Manuel Cubero

Vereinsregister VR200665
Amtsgericht Nürnberg

NIM mit Market Decision Labs auf drei Kontinenten *Der Weg zur „besseren“ Entscheidung wird in Nürnberg, Pretoria und Peking erforscht*

Nürnberg, 11. Juli 2019 – Bei Einkäufen von Produkten oder Dienstleistungen aber, auch bei der Auswahl der richtigen Kommunikationskanäle: Es passiert immer wieder, dass Menschen - Konsumenten und Manager gleichermaßen - Entscheidungen treffen, die sie im Nachhinein bereuen. Stress durch Informations- oder Zeitmangel, Ablenkungen und Überforderungen sind häufig Teil des Problems und können zu Fehlentscheidungen führen. Das Nürnberg Institut für Marktentscheidungen e.V. (NIM) hat es sich zum Ziel gesetzt, diesem Thema wissenschaftlich auf den Grund zu gehen und Anregungen für die Praxis zu entwickeln.

Wie werden ökonomische bzw. marktorientierte Entscheidungen getroffen und wie kann die Qualität von Entscheidungen verbessert werden? Dieser zentralen Frage stellt sich ein interdisziplinäres Wissenschaftlerteam des NIM. Das Team nutzt hierbei als zentrale Forschungswerkzeuge die neu etablierten Market Decision Labs des Nürnberg Instituts für Marktentscheidungen in Nürnberg, Pretoria und Peking. Durch die Kooperation mit Partnern in Südafrika und China wird die internationale und damit interkulturelle Dimension von Entscheidungen berücksichtigt. Unter der Projektleitung von Dr. Matthias Unfried ist das NIM mit dem Start des Labors in Peking nun auf drei Kontinenten vertreten. Es verfügt damit über eine international einmalige Infrastruktur im Bereich der laborbasierten Erforschung von Marktentscheidungen.

„Die Market Decision Labs erlauben es uns, durch standardisierte Rahmenbedingungen genau zu beobachten, wie Menschen Entscheidungen treffen“, sagt Dr. Matthias Unfried, Programmmanager für die Market Decision Labs: „Wenn wir diese Entscheidungsfindungen besser als bisher verstehen, können wir helfen, Fehler zu vermeiden, beziehungsweise Systeme zu entwickeln, die Menschen bei ihren Entscheidungen sinnvoll unterstützen.“ In naher Zukunft könnten solche ‚Decision Support Systems‘, also Systeme, die auf künstlicher Intelligenz basieren, Personen in Entscheidungssituationen unterstützen: Diese könnten immer dann, wenn bestimmte Faktoren, und damit die Wahrscheinlichkeit für Fehlentscheidungen, erhöht sind, Alarm schlagen, zum Beispiel über eine Echtzeit-Mimikanalyse oder Biosignale, wie beispielsweise die Herzfrequenz.

In den Laboren, die vom Layout her aus bewusst neutral gestalteten Räumen mit separierten Computerarbeitsplätzen bestehen, werden Versuchspersonen mit Entscheidungssituationen konfrontiert. Dabei werden die Entscheidung an sich, aber auch andere Faktoren, wie beispielsweise Reaktionszeiten oder Emotionen, registriert. Über Kamerabeobachtungen oder biometrische Sensoren können zusätzlich automatisierte Analysen durchgeführt werden. Sie geben Auskunft darüber, welche Rahmenbedingungen die Entscheidungsfindungen in welcher Weise beeinflussen.

Veränderungen von Gemütszuständen und kognitive Überforderung stehen hier im Fokus der Wissenschaftler: Sind die Probanden emotional erregt, verwirrt oder durch bestimmte Informationen beeinflusst, verändert sich entsprechend die Qualität von Entscheidungen.

„Durch unsere seit Jahren laufenden Forschungen im Bereich der Emotionsdetektion ist das NIM in diesem Bereich außergewöhnlich leistungsfähig. Diese Kompetenzen kommen uns in Verbindung mit den Laboren sehr zu Gute“, ergänzt Projektleiter Matthias Unfried.

Die Market Decision Labs des Nürnberg Institut für Marktentscheidungen bieten der Forschung in Kooperation mit den internationalen Partnerinstituten eine wichtige Grundlage für exzellente Analysen und bauen systematisch auf den am NIM entwickelten Kompetenzen auf. Die Tatsache, dass die Labore verteilt über drei Kontinente platziert sind, ermöglicht es zudem, interkulturelle Differenzen in die Auswertungen einzubeziehen und Marktentscheidungen – auch in anderen Kulturen und Ländern - immer besser zu verstehen und Erkenntnisse für die Praxis zu gewinnen.

Aktuelle Publikationen des NIM zu diesem Themenfeld

Scherer, K. R., Ellgring, H., Dieckmann, A., Unfried, M., & Mortillaro, M. (2019). Dynamic facial expression of emotion and observer inference. *Frontiers in Psychology*, 10, 508.

Dieckmann, A., Unfried, M., Schreder, R., & Kissel, K. (2018). How valid are response-time measures for capturing implicit brand attitudes?. *GfK Verein Working Paper Series*, 7.

Dieckmann, A., Fischbacher, U., Grimm, V., Unfried, M., Utikal, V., & Valmasoni, L. (2016). Trust and beliefs among Europeans: Cross-country evidence on perceptions and behavior. *European Economic Review*, 90, 225-253.

Bildmaterial zu den Decision Labs finden Sie auf www.nim.org im Bereich PRESSE

Über das Nürnberg Institut für Marktentscheidungen (NIM)

Das Nürnberg Institut für Marktentscheidungen (vormals GfK Verein) ist eine Non-Profit-Organisation zur Erforschung von Verbraucher- und Marktentscheidungen. An der Schnittstelle zwischen Wissenschaft und Praxis untersucht es, wie sich Konsumenten- und Unternehmensentscheidungen in Märkten verändern. Ziel ist es, sowohl die Entscheidungen von Verbrauchern als auch die Entscheidungen von Marketingverantwortlichen besser zu verstehen und durch dieses Wissen auch dazu beizutragen, die Qualität von Marktentscheidungen zu steigern. Das Nürnberg Institut für Marktentscheidungen e.V. ist Gründer und Ankeraktionär der GfK SE.

V.i.S.d.P.
Nürnberg Institut für Marktentscheidungen e.V.
Gründer und Ankeraktionär der GfK SE
Communication & Events
Sandra Lades
Nordwestring 101
90419 Nürnberg
Tel. +49 (0) 911 95151 989
sandra.lades@nim.org