

Ist guter Rat wirklich teuer?

Roland Bartella, Leander Huhn, Peter Neumann, Robert Rezmer,

Theoretischer Hintergrund

Erkenntnisse bisheriger Forschung

- Starke Diskrepanz zwischen Ergebnissen aus der Laborforschung und „wahren Welt“
 - Ratschläge von Menschen wenig genutzt, selbst wenn daraus bessere Entscheidungen resultieren würden (z.B. Gardner & Berry, 1995)
 - Jedoch werden jährlich mehrere Milliarden Euro für Beratung aller Art ausgegeben
- Untersuchung von Gino (2008) mit Hilfe des Judge-Advisor-Systems
- Ergebnis:** Paid Advice-Effekt, höhere Gewichtung bezahlter Ratschläge
 - Erklärung:** *Sunk Cost-Effekt* (Arkes & Blumer, 1985), Berücksichtigung bereits investierter Ressourcen bei Entscheidungen, obwohl nominal irrelevant



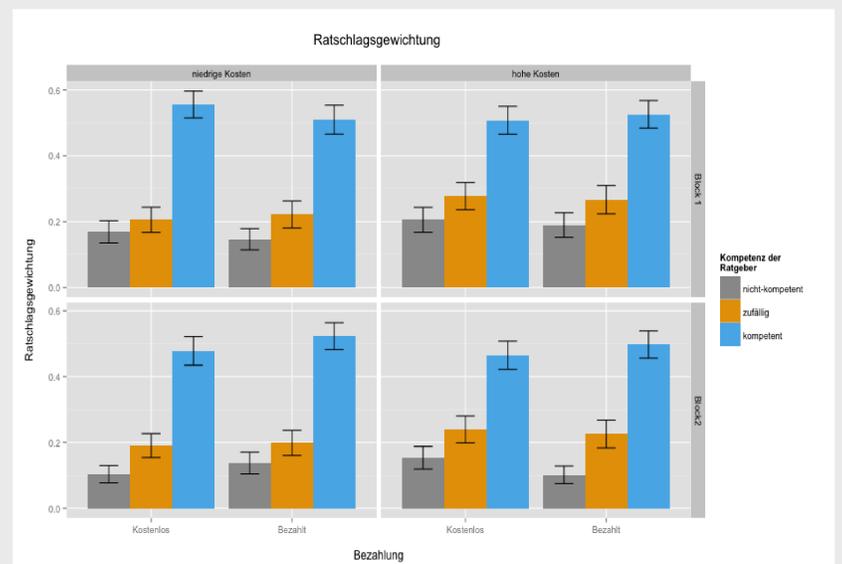
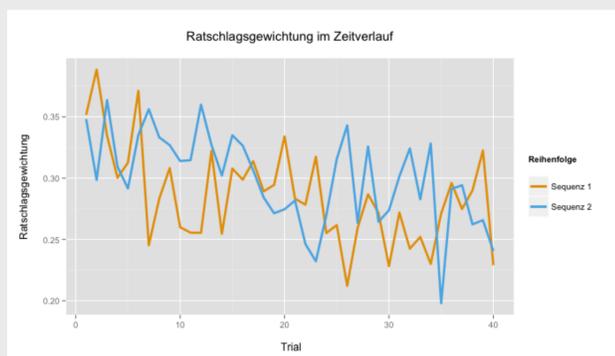
http://under30ceo.com/wp-content/uploads/2012/12/shutterstock_90058993.jpg
(Zugriff am: 13.05.2015)

Unsere Forschungsfrage

- Ergebnismuster von Gino (2008) mit dem Sunk Cost-Effekt nicht vollständig erklärbar, da kostenlosen Ratschlägen unterschiedlich gewichtet wurden, obwohl kein Geld investiert wurde
- Mögliche Alternativerklärung** für Paid Advice-Effekt: *Preis-Qualitäts-Relation*, Tendenz, Produkt auf Grund höherer Kosten auch als qualitativ besser wahrzunehmen
- Ziel:** Replikation des Paid Advice-Effekt, Testung Preis-Qualitäts-Relation als erklärender Mechanismus

Experiment

- Stichprobe:** $N = 187$
- Design:** 3 (Qualität des Ratgebers) x 2 (Höhe der Kosten des Ratschlags) x 2 Zeitpunkt der Bezahlung x 2 (Bezahlung der Ratschläge)
- Szenario:** Schätzung von historischen Daten mit Unterstützung durch Ratschläge unterschiedlicher Qualität und verschiedener Kosten
- Abhängige Variable:** Gewichtung der Ratschläge
- Ergebnisse:** Starker Einfluss der Qualität der Ratschläge auf die Gewichtung der Ratschläge, abnehmende Gewichtung der Ratschläge mit laufender Versuchsdauer



Diskussion

In keiner der Bedingungen konnte der von Gino (2008) gefundene Paid Advice-Effekt repliziert werden. Daher war es auch nicht möglich, eine alternative Erklärung zu testen, die Ginos Befunde erschöpfend erklärt hätten. Es zeigte sich jedoch, dass die tatsächliche Qualität des Ratschlags einen signifikanten Einfluss auf die Nutzung ebendieser hatte. Je qualitativ besser der Ratgeber war, umso stärker wurde der Ratschlag auch gewichtet. Die Nutzung der Ratschläge wurde weder davon beeinflusst, ob der Ratschlag bezahlt werden musste oder nicht, noch hatte die Höhe der Bezahlung einen Einfluss auf die Nutzung der Ratschläge. Interessanterweise zeigte es sich jedoch, dass die Nutzung der Ratschläge mit laufender Versuchsdauer abnahm. Unsere Untersuchung konnte den Paid Advice-Effekt nicht replizieren, sodass dies nun in einer genauen Replikation des Experiments von Gino (2008) versucht werden muss.

Literatur:

- Arkes, H. R., & Blumer, C. (1985). The psychology of sunk cost. *Organizational behavior and human decision processes*, 35(1), 124-140.
Gardner, P. H., & Berry, D. C. (1995). The effect of different forms of advice on the control of a simulated complex system. *Applied Cognitive Psychology*, 9(7), S55-S79.
Gino, F. (2008). Do we listen to advice just because we paid for it? The impact of advice cost on its use. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 107(2), 234-245.