

# Inhalt

<b>Inhalt</b>	<b>IX</b>
<b>Abbildungen</b>	<b>XIII</b>
<b>Tabellen</b>	<b>XV</b>
<b>Abkürzungen</b>	<b>XVII</b>
<b>1 Einführung in das Thema</b>	<b>1</b>
1.1 Relevanz kognitiver Verzerrungen bei Managemententscheidungen	1
1.2 Relevanz der Neuproduktentwicklung	3
1.3 Ziele und Aufbau der Arbeit	4
<b>2 Konzeptionelle Grundlagen</b>	<b>9</b>
2.1 Begriffsverständnis und Definitionen	9
2.1.1 Kognitive Verzerrungen	9
2.1.2 Verlusteskalation	10
2.1.3 Beurteilung von Prognosen	12
2.2 Theoretische Bezugspunkte	13
2.2.1 Organisationstheorie	13
2.2.1.1 Grundlagen der Neuproduktentwicklung	13
2.2.1.2 Gedankenwelten und Informationsasymmetrien in Organisationen	14
2.2.2 Theorie der kognitiven Dissonanz	17
2.2.2.1 Grundlagen	17
2.2.2.2 Die Theorie der kognitiven Dissonanz in der Entscheidungsforschung	18
2.2.3 Theorie der Informationsökonomik	20
2.2.3.1 Grundlagen	20
2.2.3.2 Die Theorie der Informationsökonomik in der Entscheidungsforschung	21
2.3 Stand der Forschung zu kognitiven Verzerrungen	23
2.3.1 Verlusteskalation	23
2.3.1.1 Determinanten	25

2.3.1.2	Situative Einflussfaktoren .....	26
2.3.1.3	Psychologische Prozesse .....	30
2.3.1.4	Kontrollmaßnahmen .....	32
2.3.2	Beurteilung von Prognosen .....	41
2.3.2.1	Informationsgrundlage .....	43
2.3.2.2	Bewertung von Informationen .....	45
2.3.2.3	Verarbeitung von Informationen .....	48
2.4	Fazit zum Literaturüberblick und Ableitung der Forschungsfragen .....	59
<b>3</b>	<b>Studie 1 – Der Einfluss der Abteilungszugehörigkeit zu Marketing oder F&amp;E auf die Verlusteskalation in NPE-Projekten .....</b>	<b>63</b>
3.1	Einleitung .....	63
3.2	Theoretischer Hintergrund und Entwicklung eines konzeptionellen Rahmens.....	67
3.2.1	Kognitive Dissonanz und das Aktualisieren von Vorstellungen.....	67
3.2.2	Abteilungszugehörigkeit und Gedankenwelten.....	67
3.2.3	Darstellung des konzeptionellen Rahmens und Studienüberblick .....	69
3.3	Experiment 1 – Der Effekt der Abteilungszugehörigkeit auf die Verlusteskalation	72
3.3.1	Hypothesenentwicklung .....	72
3.3.2	Pretest .....	73
3.3.3	Studiendesign und Szenario .....	75
3.3.4	Stichprobe.....	76
3.3.5	Variablenmessung und Validierung .....	78
3.3.6	Ergebnisse .....	81
3.3.7	Diskussion.....	82
3.4	Experiment 2 – Der Einfluss der Fehlerquelle auf den Effekt zwischen der Abteilungszugehörigkeit und der Verlusteskalation .....	84
3.4.1	Hypothesenentwicklung .....	84
3.4.2	Pretest .....	85
3.4.3	Studiendesign und Szenario .....	87
3.4.4	Stichprobe.....	87

---

3.4.5	Variablenmessung und Validierung .....	88
3.4.6	Ergebnisse .....	88
3.4.7	Diskussion .....	91
3.5	Experiment 3 – Der Einfluss des Innovationsgrades auf den Effekt zwischen der Abteilungszugehörigkeit und der Verlusteskalation.....	92
3.5.1	Hypothesenentwicklung .....	92
3.5.2	Pretest .....	94
3.5.3	Studiendesign und Szenario .....	95
3.5.4	Stichprobe.....	95
3.5.5	Variablenmessung und Validierung .....	95
3.5.6	Ergebnisse .....	96
3.5.7	Diskussion .....	97
3.6	Allgemeine Diskussion der Ergebnisse .....	99
3.6.1	Implikationen für die Forschung .....	99
3.6.2	Implikationen für die Praxis .....	102
4	<b>Studie 2 – Der Einfluss unterschiedlicher Informationsquellen auf prognosebasierte Beurteilungen von Neuprodukteinführungen .....</b>	<b>105</b>
4.1	Einleitung .....	105
4.2	Theoretischer Hintergrund und Studienüberblick .....	108
4.2.1	Theorie der Informationsökonomik.....	108
4.2.2	Studienüberblick.....	110
4.3	Experiment 1 – Der Einfluss interner vs. externer Informationsquellen auf die Beurteilung von Prognosen.....	112
4.3.1	Hypothesenentwicklung .....	112
4.3.2	Pretest .....	113
4.3.3	Studiendesign und Szenario .....	114
4.3.4	Stichprobe.....	116
4.3.5	Variablenmessung und Validierung .....	118
4.3.6	Ergebnisse .....	120

---

4.3.7	Schlussfolgerung .....	121
4.4	Experimente 2a-2c – Der Einfluss interner Informationsquellen auf die Beurteilung von Prognosen .....	124
4.4.1	Hypothesenentwicklung: Überblick .....	124
4.4.1.1	Hypothese zu Experiment 2a: Der Einfluss der Abteilungen.....	124
4.4.1.2	Hypothese zu Experiment 2b: Der Einfluss der Kulturen.....	126
4.4.1.3	Hypothese zu Experiment 2c: Der Einfluss der Hierarchien .....	128
4.4.2	Pretest .....	130
4.4.3	Studiendesign und Szenario .....	131
4.4.4	Stichprobe.....	132
4.4.5	Variablenmessung und Validierung .....	132
4.4.6	Ergebnisse .....	134
4.5	Allgemeine Diskussion der Ergebnisse .....	137
4.5.1	Zusammenfassung der Ergebnisse.....	137
4.5.2	Implikationen für Forschung und Praxis .....	138
4.5.3	Zukünftige Forschungsfelder.....	141
<b>5</b>	<b>Schlussbetrachtung .....</b>	<b>143</b>
5.1	Beantwortung der Forschungsfragen.....	144
5.2	Ausblick .....	147
<b>6</b>	<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>149</b>