

Cheatsheet 07 - Launch, Customer Behavior & Synthesis

Business Basics

Prospect Theory (Kahneman & Tversky 1979)

Baustein	Kern	Für Produkte
Referenzpunkt	Bewertung relativ zum Status quo, Preis-Anker setzen nicht absolut	
Verlustaversion	Verluste wiegen $\sim 2\times$ ($\lambda \approx 1,95$; Geld-zurück-Garantie, Verknappung Brown et al. 2024)	
Certainty Effect	„sicher“ hat psychologischen Aufschlag	„100 % kostenlos“, garantiert
Framing	gleiche Zahl, anderer Rahmen $\rightarrow$ „33 Cent/Tag“ statt „120 €/Jahr“ andere Wahl	

Hedge (= ehrlicher Unsicherheits-Vorbehalt): „ $\lambda \approx 2$ “ ist Faustregel, keine Naturkonstante – Re-Analyse 2025 (Yechiam & Zeif) bezweifelt die Robustheit.

Defaults & Nudge vs. Dark Pattern

Default = stärkster Hebel (Nichtstun ist bequem). **Organspende (Johnson & Goldstein 2003)**: Opt-out meist $> 85\%$ (Österreich $\sim 99\%$) vs. Opt-in meist $< \sim 30\%$ (Deutschland $\sim 12\%$). **Live**: Bundestag lehnte Widerspruchslosung 2020 ab (379:292), Debatten Dez. 2024 & 2026 – Nudging-**Ethik** in Echtzeit.

Nudge unterstützt die Entscheidung – **Dark Pattern** arbeitet dagegen (Mathur et al. 2019). Grenze jetzt **einklagbar**: EU-Kommission verhängte gegen **Temu 200 Mio. €** (DSA, Mai 2026, höchste bisher).

Effektstärken-Debatte (Wissenschaft korrigiert sich): Mertens 2022 $d = 0,43 \rightarrow$ Maier 2022 nach Bias-Korrektur $\approx$ **null**; DellaVigna & Linos 2022: real $\sim 1/6$ des publizierten Effekts; Szasz 2025: schwächer als Schlagzeilen, kontextabhängig.

Launch: Timing & Pricing

Timing: First Mover ist Mythos mit Bedingungen – frühe **Marktführer** > Erste (Golder & Tellis 1993). **Pricing** (Spann et al. 2015, Extreme eines Kontinuums):

	Skimming	Penetration
Startpreis	hoch , dann senken	niedrig
Ziel	Marge abschöpfen	Marktanteil / Menge
Risiko	Markt zu klein	Marge fehlt

Vision Pro (3.499 \$, Skimming): Absatz brach ein, **Quest $\sim 80\%$** (Penetration) – Skimming-Risiko konkret. **Freemium/viral**: ChatGPT ~ 100 Mio. MAU in ~ 2 Mon. (UBS-Schätzung); **DeepSeek R1** (Jan 2025, open-weight + gratis) als Marktschock.

Frontier-KI: vier Spieler (Stand Juli 2026)

Spieler	Strategie	Datierter Fakt (Quelle prüfen!)
OpenAI	Consumer-Skala	PBC (Okt 25); Share $< 50\%$ (Juni 26)
Anthropic	Enterprise/Coding	Exportkontroll-Order Juni 26: 2 Modelle offline
Google	Fast Follower + Distribution	Gemini 27,4 % (Juni 26), 900 Mio. MAU; Siri-Deal
Mistral	EU-Nische, open-weight	$\sim 11,7$ Mrd. € (Sept 25)

Preisopazität = Strategie: öffentliche Consumer-Preise (Masse) vs. intransparente Enterprise-Verträge (Differenzierung, Margenschutz).

Kurs-Synthese: ein Fall, sieben Brillen

S1 Scheitern	S2 Kunde	S3 Design	S4 Modell	S5 Strategie	S6 Plattform	S7 Launch
Skala $\neq$ sicher	welcher Job?	offen/pro-prietär	wer zahlt wie?	Nische/Skala	wem gehören Kanäle?	Schock, Pricing, Vertrauen

🔗 Merksatz

Kundschaft entscheidet über **Veränderungen** (Referenzpunkt), nicht Endzustände. Jede KI-Zahl trägt ein **Datum** – „Wer gewinnt?“ ist die falsche Frage: **Wer gewinnt welches Segment, unter welchen Bedingungen?**