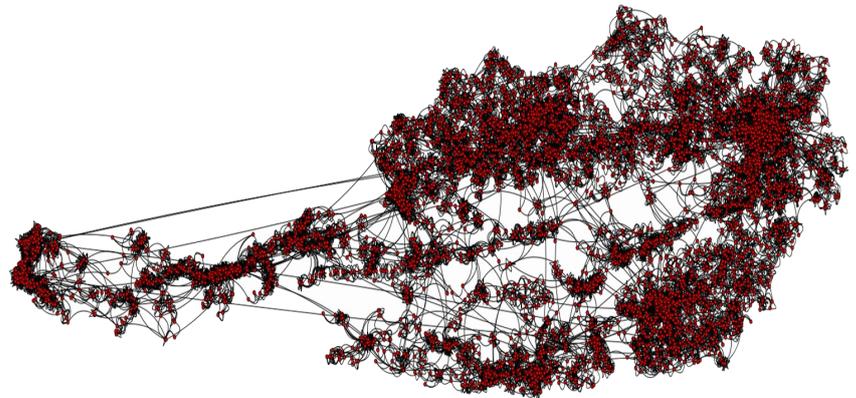


# Treffpunkt AMMO

## Agentenbasierte Simulation der Marktdiffusion einer Innovation

Die Ursachen für das Scheitern von Innovationen liegen meist nicht etwa bei technischen Problemen während der Entwicklung, sondern bei Fehlentscheidungen im Zuge der Markteinführung. Tatsächlich ist die a priori Abschätzung der Marktdiffusion von Innovationen schwierig, weil dabei vielerlei Faktoren (z.B. individuelle Präferenzen der Konsumenten, deren Kommunikationsverhalten oder eingesetzte Marketingmaßnahmen) eine Rolle spielen. Vor allem klassische, analytische Verfahren stoßen daher beim Versuch, die sich hieraus ergebende Komplexität gebührend zu erfassen, rasch an ihre Grenzen. Eine agentenbasierte Marktsimulation kann demgegenüber das Verhalten der diversen Akteure nachbilden und damit die emergente Marktdiffusion beobachtbar machen. Dieser Vortrag beschreibt die Elemente solch einer Simulation und demonstriert ihre Anwendbarkeit am Beispiel der prospektiven Einführung eines Biotreibstoffs der zweiten Generation in Österreich.



**Donnerstag**

**15.12.2016**

**14 Uhr**

**Interaktion 1**

**33619 Bielefeld**

**Raum D014**

**Referent:** Prof. Dr. Christian Stummer (Universität Bielefeld)

**Moderation:** Timo Lask M.Sc. (FSP AMMO, FH Bielefeld)

**Alle Interessierten sind herzlich eingeladen!**