

IMU Research Insights # 088

Privatinvestor und Kunde zugleich: Der Fall GameStop

Analyse des Konsumentenverhaltens von Privatinvestoren mittels ChatGPT und NLP

Hakim Ait El Hous, M.Sc.

Yasid Soufi, M.Sc.

Prof. Dr. Florian Kraus

2023

Executive Summary

Relevanz der Thematik

Börsennotierte Unternehmen verfügen über einen **Pool potenzieller Kunden**, der oft vernachlässigt wird. **Privatinvestoren** können zu **Produktkäufen** eines **Unternehmens** incentiviert werden, in welches sie **investieren**, um damit indirekt vom eigenen Konsum zu profitieren. Im Jahr 2023 **unterstützten** insbesondere **Privatinvestoren** die Firma **GameStop**, indem sie **exklusiv** bei GameStop kauften und ihre Käufe mit anderen über **soziale Netzwerke teilten**.

Diese Studie untersucht die **Einflussfaktoren des Konsumentenverhaltens von Privatinvestoren** in Bezug auf GameStop und ermöglicht Einblicke in die **Spillover-Effekte zwischen der Investoren- und Konsumentenrolle**, die bislang in der Marketingforschung vernachlässigt wurden.

Studiencharakteristika

- **Topic Modeling** und **Sentiment-Analyse** werden verwendet, um die **Entwicklung der Themen** in Texten aus den Reddit-Foren r/GME und r/superstonk mittels **Natural Language Processing (NLP)** nachzuvollziehen.
- Auf dieser Datenbasis wird **ChatGPT-4** als **Künstliche Intelligenz** genutzt, um mit Hilfe von **Sentiment-** und **Trend-Analysen** die **Einflussfaktoren des Konsumentenverhaltens von Privatinvestoren** zu erfassen.

Zentrale Erkenntnisse / Implikationen

- Die Studie zeigt die **duale Rolle von Privatinvestoren** auf, welche die Marke GameStop als **loyale Kunden jenseits finanzieller Investitionsmotive** unterstützen.
- Es sind drei klare Trends erkennbar: (1) Beim „**receipt porn**“ **Trend** werden stolz Kaufbelege geteilt und es herrscht ein starker Sinn für Community vor. (2) Der hauseigene **NFT-Marktplatz** erhöht die Attraktivität der Marke. (3) Produkte **verschiedenster Kategorien** sowie **hauseigene Artikel und Merchandise** erfreuen sich im Zuge der Identifikation mit der Community und Marke hoher Popularität.
- **Manager** können somit **Synergien** der dualen Rolle der Privatinvestoren nutzen, um den **Unternehmenswert zu steigern**. Das **Engagement der Privatinvestoren-Community** ermöglicht es dabei **neue Kunden** zu gewinnen. Hauseigene Produkte, Innovationen in NFT-Märkten und Community Building versprechen die **Kundenbasis zu vergrößern** und gleichzeitig **Loyalität zu fördern**.

Kontakt und weiterführende Informationen

Das **Institut für Marktorientierte Unternehmensführung (IMU)** an der Universität Mannheim versteht sich als Forum des Dialogs zwischen Wissenschaft und Praxis. Der wissenschaftlich hohe Standard wird gewährleistet durch die enge Anbindung des IMU an die Lehrstühle für Marketing & Sales an der Universität Mannheim, die national wie auch weltweit hohes Ansehen genießen. Die wissenschaftlichen Direktoren des IMU sind Professor Dr. Dr. h.c. mult. Christian Homburg und Professorin Dr. Sabine Kuester.

Wenn Sie an weiterführenden Informationen interessiert sind, können Sie uns gerne jederzeit kontaktieren unter:

Institut für Marktorientierte Unternehmensführung
Universität Mannheim
Alexander Müller
L5, 1
68161 Mannheim
Telefon: 0621 / 181-2738
E-Mail: alexander.mueller@uni-mannheim.de

Besuchen Sie unsere Webseite: <https://www.bwl.uni-mannheim.de/imu/>

Die Autoren:

M. Sc., Hakim Ait el Hous ist Solution Engineer bei TeamViewer und Absolvent der Universität Mannheim.

M. Sc., Yasid Soufi ist Doktorand und wissenschaftlicher Mitarbeiter am Dr. Werner Jackstädt-Stiftungslehrstuhl für Sales & Services Marketing der Universität Mannheim.

Professor Dr. Florian Kraus ist Inhaber des Dr. Werner Jackstädt-Stiftungslehrstuhls für Sales & Services Marketing der Universität Mannheim. Zudem ist er Akademischer Direktor des Mannheim Part-Time und Full-Time MBA Programms der Mannheim Business School.