



IMWF INSTITUT
FÜR MANAGEMENT- UND
WIRTSCHAFTSFORSCHUNG

PREIS-SIEGER 2020

Berichtsband zur Studie von FOCUS Money



A group of five business professionals (three women and two men) are gathered around a table in a meeting room. They are looking at documents and papers on the table. One woman in the center is writing on a document with a yellow highlighter. The background shows a whiteboard with some faint drawings and office shelves with binders.

PREIS-SIEGER

Motivation & Methodik

Wen halten die Deutschen für die Preis-Sieger?

- » Das eigene Preis-Leistungsverhältnis sollte von Unternehmen stets im Blick behalten und mit den Produkten der Konkurrenten verglichen werden, um ggf. zu optimieren und wettbewerbsfähig bleiben zu können.
- » Im Geschäft ist der Preis für 66 Prozent und im Online-Geschäft für 70 Prozent der Verbraucher wichtig.*
- » Verbraucher achten daher sehr auf das Preis-Leistungsverhältnis.
- » Vor diesem Hintergrund analysiert die Studie „Preis-Sieger“ für etwa 23.000 Marken und Unternehmen die Daten eines Social Listening.
- » Das Social Listening untersucht hierbei den Eventtyp Preis-Leistung.
- » Unternehmen und Marken, die in der größten Untersuchung zum Preis-Leistungs-Verhältnis besonders positiv abschneiden, werden ausgezeichnet.



Die Studie zeigt auf, welche Marken und Unternehmen ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis aufweisen.

*<https://www.e-commerce-magazin.de/kaufverhalten-deutsche-verbraucher-lieben-es-nicht-nur-guenstig/>
Preis-Sieger

Die Datenerhebung für das Social Listening erfolgt zweistufig. Der erste Schritt ist das sog. Crawling:

1. Zuerst werden von unserem Partner Ubermetrics Technologies **sämtliche Texte, welche die Suchbegriffe enthalten, aus dem Netz geladen und in einer Datenbank erfasst**. Das Quellenset umfasst dabei annähernd sämtliche Seiten bzw. Inhalte von Seiten, die folgende Bedingungen erfüllen:
 - a. Eine deutsche („.de“) oder deutschsprachige Domain („.at“ und „.ch“ werden ausgeschlossen)
 - b. Uneingeschränkter Zugang zum Inhalt der Seite
2. Nicht erfasst werden Seiten oder Inhalte, die sich z.B. hinter einer Bezahlschranke oder einem zugriffsgeschützten Bereich befinden.
3. Damit ist das Quellenset sehr umfangreich und umfasst u.a. zehntausende Online-Nachrichten und mehrere Millionen Social-Media-Adressen. Die folgende Illustration zeigt das Prinzip des Crawlings bei Ubermetrics.

PREIS-SIEGER

Methodik: Datenerhebung Social Listening



4 Mio
Nachrichten-Seiten



53 Mio
Webseiten



6 Mio
Foren



438 Mio.
Online Quellen

154 Mio
Blogs

Wichtige
Social-Media-Kanäle

2 Mio
Consumer-Seiten

1 Mio
Pressemitteilungen

Die zweite Stufe, das sog. Processing, greift auf die im Crawling gesammelten Daten zu und analysiert diese nach den Vorgaben des jeweiligen Untersuchungsgegenstandes.

1. Der große Datentopf wird dazu von unserem Partner Beck et al. Services mittels Verfahren der **Künstlichen Intelligenz (sog. neuronale Netze)** in Textfragmente aufgesplittet und anschließend in drei Stufen analysiert:
 - a. Welches Unternehmen wird erwähnt?
 - b. Welches Thema wird besprochen? (sog. Eventtyp)
 - c. Welche Tonalität weist das Textfragment auf?
2. Die Zuordnung der Erwähnungen zu den jeweiligen Eventtypen erfolgt mit Hilfe definierter Keywords, Text- und Satzkorpora, welche die Themengebiete breit abbilden und umfassen.
3. Auf der letzten Stufe werden die Erwähnungen mit einer Sentiment-Analyse bewertet und den Kategorien positiv, neutral oder negativ zugeordnet.

Welche Arten von Eventtypen gibt es?

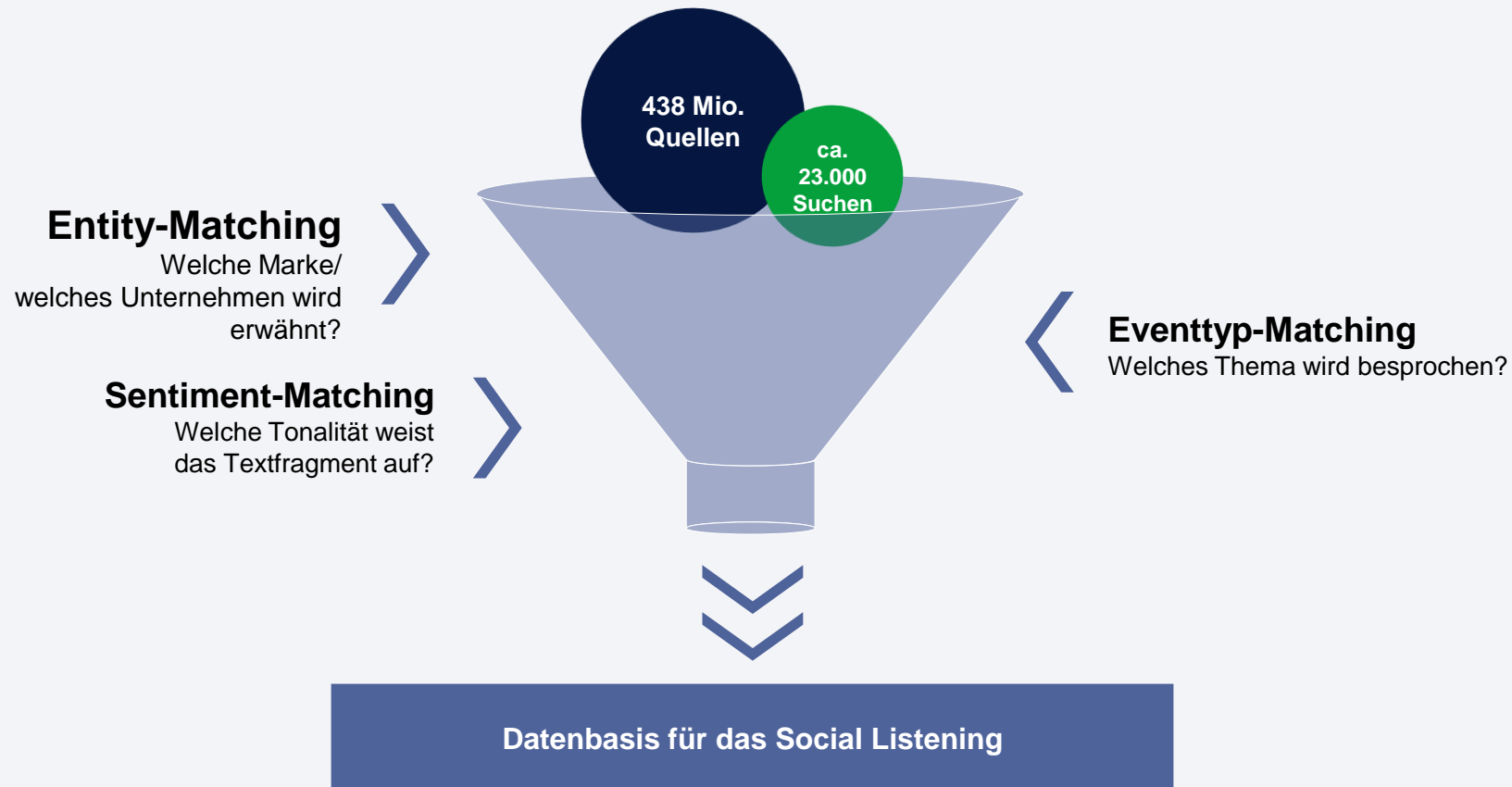
Die im Processing verwendeten neuronalen Netze kategorisieren die gefundenen Textfragmente in einzelne Themengebiete. Diese werden „Eventtypen“ genannt. Hierbei existiert ein Katalog vordefinierter Eventtypen, von denen einer in dieser Studie verwendet wurde. Dieser fungiert gleichsam als Schirm unter anderem für folgendes Untergebiet:

Preis-Leistung:

- preiswert/ überteuert/ hochwertig
- Preis angemessen/ gerechtfertigt/ überzeugend/ günstig
- Qualität und Preis für wenig Geld/ für kleines Geld

PREIS-SIEGER

Methodik: Datenanalyse Social Listening



Für diese Studie konnten gut **67 Millionen Nennungen** zu den etwa **23.000 Marken und Unternehmen** für den Untersuchungszeitraum vom **1. Juli 2019 bis 31. Mai 2020** identifiziert und zugeordnet werden.

Wie werden die Punktwerte ermittelt?

Zur Berechnung der einzelnen Punktwerte werden für jedes Unternehmen und jeden Eventtyp folgende zwei Werte ermittelt:

- Tonalitätssaldo: Differenz aus positiven und negativen Nennungen geteilt durch die Gesamtzahl der Nennungen
- Reichweite: Anzahl der Gesamtnennungen im Verhältnis zum Mittelwert der Branche

Anschließend werden beide Werte zu einem ersten Punktwert verrechnet. Je reichweitenstärker ein Unternehmen ist, desto stärker wirkt sich die Tonalität aus, also ob die Kommunikation überwiegend positiv oder negativ gefärbt ist.

Die so gewichtete Punktzahl jedes Eventtyps wird anschließend zu einer Gesamtpunktzahl für jedes Unternehmen zusammengefasst und für die gesamte Branche normiert. Das beste Unternehmen bildet mit 100 Punkten den Benchmark der Branche, die weiteren Wettbewerber werden anhand ihres Punktwerts abgetragen.

Wie erfolgt die Auszeichnung?

Die Auszeichnung „**Preis-Sieger**“ wird anhand der erreichten Punktzahl im Gesamtranking vergeben. Die Berechnung des Punktwertes erfolgt branchenspezifisch auf einer Skala von 0 bis 100 Punkten. Der jeweilige Branchensieger erhält 100 Punkte und setzt damit den Benchmark für alle anderen untersuchten Unternehmen innerhalb der Branche. Bei der Vergabe der Auszeichnung werden nur Marken und Unternehmen berücksichtigt, die mindestens 10 Fragmente aufweisen.

Die Auszeichnung „**GOLD**“ erhalten diejenigen Marken/Unternehmen, die mindestens 90 Punkte in der Gesamtwertung erreichen.

Die Auszeichnung „**SILBER**“ erhalten diejenigen Marken/Unternehmen, die mindestens 80 Punkte in der Gesamtwertung erreichen.

Die Auszeichnung „**BRONZE**“ erhalten diejenigen Marken/Unternehmen, die mindestens 70 Punkte in der Gesamtwertung erreichen.

Insgesamt wurden gut **3.500** Unternehmen ausgezeichnet.



PREIS-SIEGER

Zertifikatsnutzung & Kontakt

PREIS-SIEGER

Zertifikatsnutzung



Damit Sie Ihre Auszeichnung „Preis-Sieger“ optimal für Ihre Kommunikation nutzen können, besteht für nur 9.900 Euro zzgl. MwSt. die Möglichkeit einer Zertifikatslizenzierung für eine Laufzeit von zwölf Monaten. Die Auszeichnung ist ein Gütezeichen für Ansehen Ihres Unternehmens und signalisiert Kunden, dass in Ihrem Unternehmen hohe Standards gelebt werden.

Wenn Sie Interesse an einem Zertifikat haben, wenden Sie sich gerne an:

IMWF Institut für Management- und Wirtschaftsforschung

Fon: +49 40 253 185 – 161

E-Mail: alexander.goeschl@imwf.de



PREIS-SIEGER

Kontakt



Herausgeber der Studie

Die Studie „Preis-Sieger“ wurde im Auftrag von Focus Money und Deutschland Test durch das IMWF Institut für Management- und Wirtschaftsforschung realisiert.



Preis-Sieger

Vermarktungspartner

IMWF Institut für Management- und Wirtschaftsforschung

Zeughausmarkt 35


20459 Hamburg

Fon: +49 40 253185 - 140

Fax: +49 40 253185 - 361

E-Mail: alexander.goeschl@imwf.de

www.imwf.de



PREIS-SIEGER

Ranking

PREIS-SIEGER

Ausgezeichnete Marken bzw. Unternehmen



Online-Vergleichsportale

Marke / Unternehmen	Punktzahl	Siegel
Check24	100.0	GOLD
Smava	93.7	GOLD
Verivox	78.3	BRONZE
Idealo	76.4	BRONZE
preisvergleich.de	74.6	BRONZE