

# HERAUSRAGENDES PREIS-LEISTUNGS-VERHÄLTNIS 2024

BERICHTSBAND ZUR STUDIE DES F.A.Z.-INSTITUTS



IMWF INSTITUT

Faktenkontor Group  
EXCELLENCE  
CREATES VALUE





#

**MOTIVATION  
& METHODIK**

# HERAUSRAGENDES PREIS-LEISTUNGS-VERHÄLTNIS 2024



## MOTIVATION

Für Privatpersonen und Unternehmen sind steigende Kosten nicht nur in Zeiten hoher Inflation deutlich bemerkbar. Damit wächst auch das Bestreben von Kundinnen und Kunden bei Produkten oder Dienstleistungen auf möglichst preisgünstige Anbieter zu setzen.

Aber ein niedriger Preis allein ist nicht das entscheidende Kriterium bei der Wahl eines Anbieters. Auch die Qualität und die Reputation eines Unternehmens sind wichtige Aspekte. Hierbei orientieren sich die Kundinnen und Kunden bei der Auswahl eines Produktes auch an Erfahrungen, die andere vor ihnen gemacht und im Internet beschrieben haben.

Vor diesem Hintergrund analysiert die Studie „Herausragendes Preis-Leistungs-Verhältnis 2024“ zu etwa 11.000 Unternehmen und Marken Aussagen in den Bereichen „Preis“, „Gesamteindruck“ und „Qualität“. So wird das Thema breit und umfassend bewertet.

# HERAUSRAGENDES PREIS-LEISTUNGS-VERHÄLTNIS 2024

## METHODIK: DATENERHEBUNG SOCIAL LISTENING

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

1. Zuerst werden von unserem Partner pressrelations **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. Deutschsprachige Domains (.at- und .ch-Seiten 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.

Nachrichten-Seiten 

Webseiten 

Foren 

 Blogs

mehrere  
**100 Mio.**  
Online-Quellen

 **Wichtige**  
Social-Media-Kanäle

 **Consumer-**  
Seiten

 **Presse-**  
mitteilungen



## METHODIK: DATENANALYSE SOCIAL LISTENING

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 Skylink mittels Verfahren der **Künstlichen Intelligenz (sog. neuronale Netze)** in Textfragmente aufgesplittet und anschließend in drei Stufen analysiert:
  - a. Welches Unternehmen / welche Marke 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.



### EINSATZ NEURONALER NETZE

Die im Processing verwendete Künstliche Intelligenz kategorisiert die gefundenen Textfragmente in einzelne Themengebiete. Diese werden „Eventtypen“ genannt. Hierbei existiert ein Katalog vordefinierter Eventtypen, von denen die folgenden in dieser Studie verwendet wurden.

Die Darstellung auf der folgenden Folie veranschaulicht die Systematik unseres Modells.

### VERWENDETE EVENTTYPEN

Die Eventtypen beinhalten unter anderem folgende Themen:

**Gesamteindruck:** themenübergreifende Einordnung der Texte hinsichtlich ihrer Tonalität

**Preis:** Preisveränderung / Preisverhandlung / Preispolitik / Preismanagement / Kostenpunkt / Ersparnis / Vergünstigung / kostenlos / kostenfrei / kostenpflichtig / gebührenfrei

**Qualität:** qualitativ, auserlesen, minderwertig, fehlerhaft, wertvoll, beschädigt, abgenutzt, defekt, hervorragend, mangelhaft, ausgezeichnet, exzellent, unzureichend, schadhaft

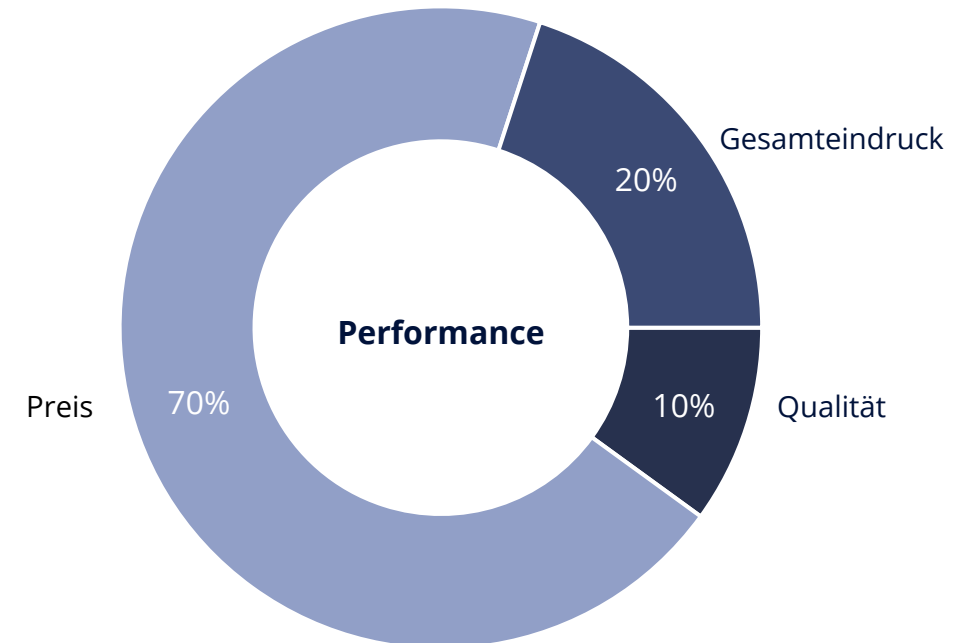
# HERAUSRAGENDES PREIS-LEISTUNGS-VERHÄLTNIS 2024

## METHODIK: MESSUNG DER PERFORMANCE

### Es genügt nicht, allein in einem Themenfeld zu glänzen.

Jede der betrachteten Dimensionen ist wichtig für die Messung der Performance eines Unternehmens bzw. einer Marke.

Die Messung der Performance beruht zu 70% auf der Bewertung des Eventtyps Preis. Der Eventtyp Qualität geht mit 10% in die Bewertung ein und der Gesamteindruck mit 20%.



# HERAUSRAGENDES PREIS-LEISTUNGS-VERHÄLTNIS 2024

## METHODIK: PUNKTWERTERMITTLUNG SOCIAL LISTENING



### Wie werden die Punktwerte ermittelt?

Für diese Studie konnten ca. **51,3 Millionen Nennungen** zu etwa 11.000 Unternehmen und Marken innerhalb des Untersuchungszeitraums vom **01. Mai 2022 bis 30. April 2024** identifiziert und zugeordnet werden.

Zur Berechnung der Punktwerte werden für jedes Unternehmen und jede Marke jeweils die Tonalität und die Reichweite berücksichtigt.

Dies erfolgt durch die Ermittlung der Tonalitätssaldi je Eventtyp, die anschließend gewichtet zu einem Gesamttonalitätswert verrechnet werden.

Die Reichweite geht ein durch die Berechnung der Differenz von positiven und negativen Fragmenten je Eventtyp. Diese Werte werden gewichtet und zu einem Gesamtreichweitenwert verrechnet.

Diese beiden Werte sind die Basis eines ersten Punktwertes.

Danach werden die Punktwerte für alle Unternehmen und Marken branchenbezogen normiert. Das beste Unternehmen bzw. die beste Marke jeder Branche bildet mit 100 Punkten den Benchmark, die weiteren Wettbewerber werden branchenbezogen normiert.

Abschließend wird für jede Branche der durchschnittliche Punktwert aller Teilnehmer ermittelt. Dieser bildet die Untergrenze für die Vergabe der Auszeichnungen.



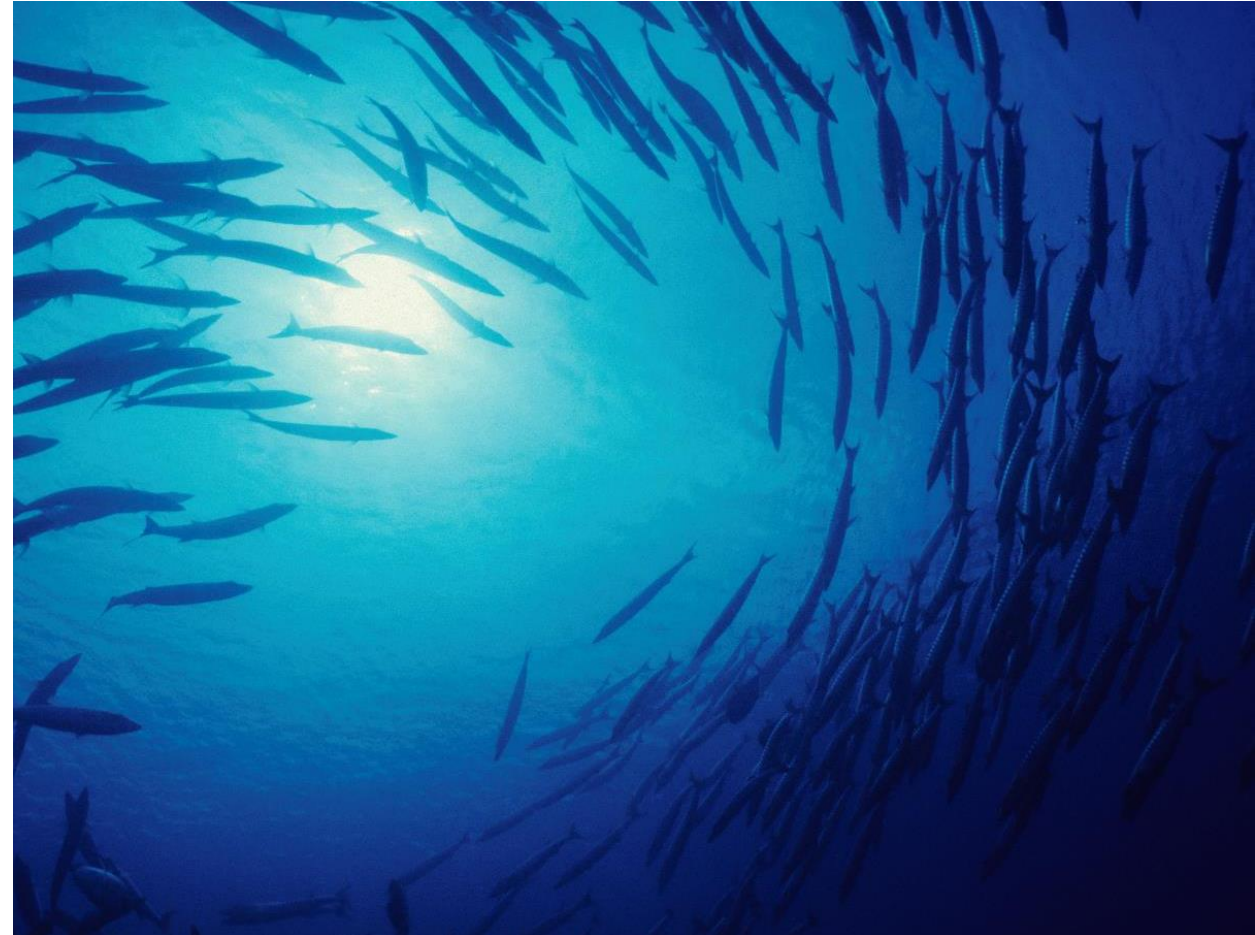
# HERAUSRAGENDES PREIS-LEISTUNGS-VERHÄLTNIS 2024

## METHODIK: ERMITTLUNG DES RANKINGS

### Wie erfolgt die Auszeichnung?

Die Auszeichnung „**Herausragendes Preis-Leistungs-Verhältnis 2024**“ wird anhand der erreichten Punktzahl im Branchengesamtranking vergeben.

Die Berechnung des Punktwertes erfolgt branchenspezifisch auf einer Skala von 0 bis 100 Punkten. Der Branchensieger erhält **100** Punkte und setzt damit den Benchmark für alle anderen untersuchten Unternehmen. Eine Auszeichnung erhalten diejenigen Unternehmen und Marken, die überdurchschnittliche Punktwerte in der Gesamtwertung erreichen.





#

**KONTAKT**

# ÜBER DAS F.A.Z.-INSTITUT

## INTELLIGENCE IN MARKETING AND COMMUNICATIONS



Das F.A.Z.-Institut ist ein Unternehmen der renommierten Verlagsgruppe Frankfurter Allgemeine Zeitung. Als Dienstleister für Kommunikations- und Marketingentscheider steht es für relevante, glaubwürdige und hochwertige Informationen. Seit mittlerweile 30 Jahren zeichnet sich die Arbeit des F.A.Z.-Instituts durch fachliche Anerkennung, ein hohes Renommee und langjähriges Kundenvertrauen aus.

Unternehmen profitieren hierbei von:

- Marketing- und Kommunikationslösungen
- Studien zur Unternehmensreputation
- KI-gestützte Reputationsanalysen
- Netzwerken, Events und Magazinen
- Zertifikatsstudien



# ÜBER DAS IMWF

## STRATEGIC IMPACT THAT MAKES THE DIFFERENCE



IMWF INSTITUT

Faktenkontor Group  
EXCELLENCE  
CREATES VALUE

Das IMWF liefert **Insights für die strategische und operative Steuerung** in Pressearbeit, Marketing und Risikomanagement. Weltweit. Hochverdichtet. Handlungsleitend für unsere Kunden.

Basis dafür ist die gesamte öffentliche Kommunikation zu Marken, Unternehmen und Institutionen auf 438 Millionen Webseiten weltweit. In 130 Sprachen. Allein in Deutschland analysiert das IMWF laufend die Kommunikation zu 27.000 Marken und Unternehmen sowie zu 4.000 politischen Akteuren. Täglich wertet das IMWF Millionen von Aussagen aus und nutzt dafür eigens entwickelte Instrumente der künstlichen Intelligenz. Damit gehört das IMWF zu den **führenden Anbietern von KI-basierten Inhaltsanalysen in Europa**.

Die millionenfache Kommunikation verdichtet das IMWF-Analyseteam zu strategischen und operativen Handlungsempfehlungen. Unser Anspruch ist die Verdichtung auf das Entscheidende. Und das extrem zeitnah, um die Reaktionsgeschwindigkeit unserer Kunden bestmöglich zu unterstützen.

# HERAUSRAGENDES PREIS-LEISTUNGS-VERHÄLTNIS 2024



Faktenkontor Group  
EXCELLENCE  
CREATES VALUE

## KONTAKT

### Herausgeber der Studie

#### **F.A.Z.-Institut für Management-, Markt- und Medieninformationen GmbH**

Pariser Straße 1  
60486 Frankfurt am Main

Fon: +49 69 75 91 11 33  
Fax: +49 69 75 91 80 11 33

E-Mail: [info@faz-institut.de](mailto:info@faz-institut.de)

[www.faz-institut.de](http://www.faz-institut.de)

### Wissenschaftspartner

#### **IMWF GmbH**

### Vermarktpartner

#### **ServiceValue GmbH**

Dürener Straße 341  
50935 Köln

Fon: +49 221 67 78 67 61  
Fax: +49 221 67 78 67 99

E-Mail: [a.goeschl@servicevalue.de](mailto:a.goeschl@servicevalue.de)

[www.servicevalue.de](http://www.servicevalue.de)