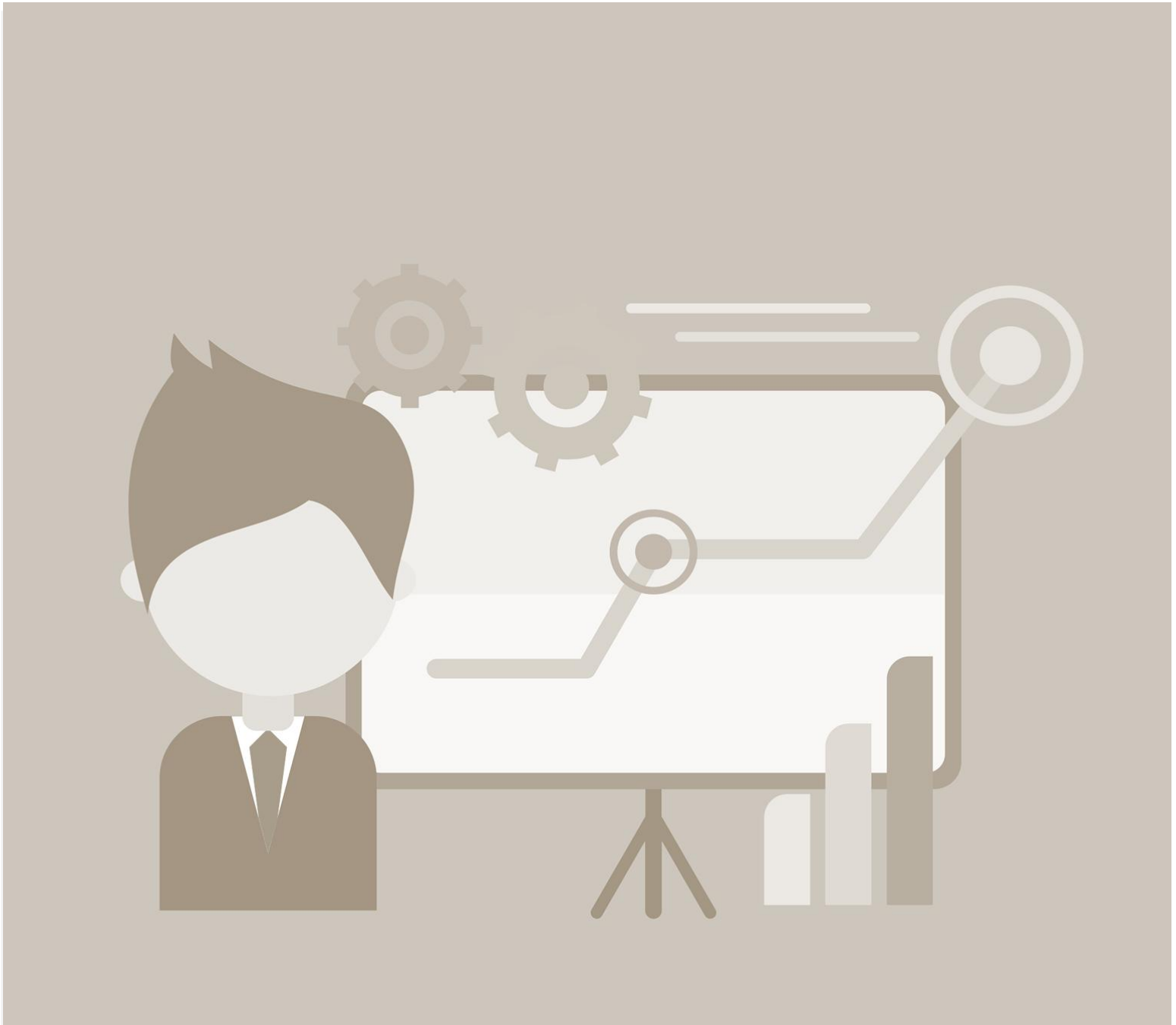


HERAUSRAGENDES PREIS-LEISTUNGS- VERHÄLTNIS 2026

APRIL 2026



#

**MOTIVATION
& METHODIK**

MOTIVATION

Steigende Kosten sind längst kein Randphänomen mehr – sie betreffen Privatpersonen ebenso wie Unternehmen und prägen zunehmend alltägliche Kaufentscheidungen. Gerade in Zeiten wirtschaftlicher Unsicherheit rückt der Preis stärker in den Mittelpunkt: Kundinnen und Kunden achten bewusster denn je darauf, für Produkte und Dienstleistungen ein möglichst attraktives Angebot zu finden. Ein überzeugender Preis wird damit zu einem wichtigen Türöffner und kann maßgeblich darüber entscheiden, ob ein Angebot überhaupt in Betracht gezogen wird.

Doch ein niedriger Preis allein reicht nicht aus, um nachhaltig zu überzeugen. Vielmehr zählt der Gesamteindruck, der sich aus mehreren entscheidenden Faktoren zusammensetzt. Neben einem fairen Preis spielt vor allem die Qualität eine zentrale Rolle, denn sie bestimmt, ob ein Produkt oder eine Dienstleistung den Erwartungen gerecht wird und langfristig Zufriedenheit schafft. Ebenso wichtig ist die Reputation eines Unternehmens, die Vertrauen aufbaut und Sicherheit bei der Kaufentscheidung vermittelt.

Um den Gesamteindruck bestmöglich zu bewerten, greifen Kundinnen und Kunden gezielt auf die Erfahrungen anderer zurück. Online-Bewertungen, Rezensionen und persönliche Empfehlungen liefern wertvolle Einblicke und helfen dabei, die Qualität sowie das Preis-Leistungs-Verhältnis realistisch einzuschätzen.

Vor diesem Hintergrund analysiert die Studie „Herausragendes Preis-Leistungs-Verhältnis 2026“ zu etwa 14.100 Marken und Unternehmen Aussagen in den Bereichen „Preis“, „Gesamteindruck“ und „Qualität“. So wird das Thema breit und umfassend bewertet.

HERAUSRAGENDES PREIS-LEISTUNGS-VERHÄLTNIS

METHODIK: DATENERHEBUNG SOCIAL MEDIA MONITORING

Die Datenerhebung für das Social Media Monitoring 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 



 **Wichtige**
Social-Media-Kanäle

 **Consumer-**
Seiten

 **Presse-**
mitteilungen

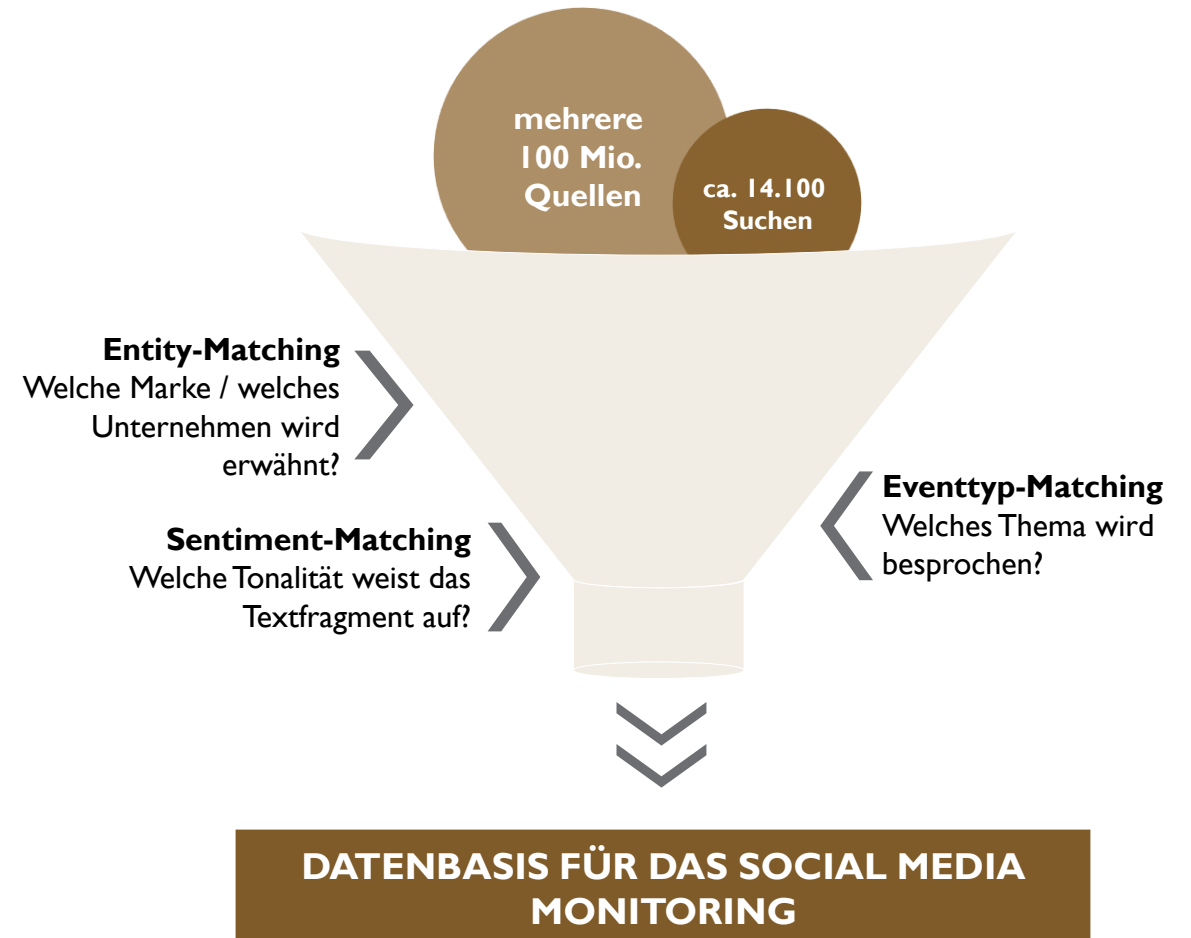
 **Blogs**

HERAUSRAGENDES PREIS-LEISTUNGS-VERHÄLTNIS

METHODIK: DATENANALYSE SOCIAL MEDIA MONITORING

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



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

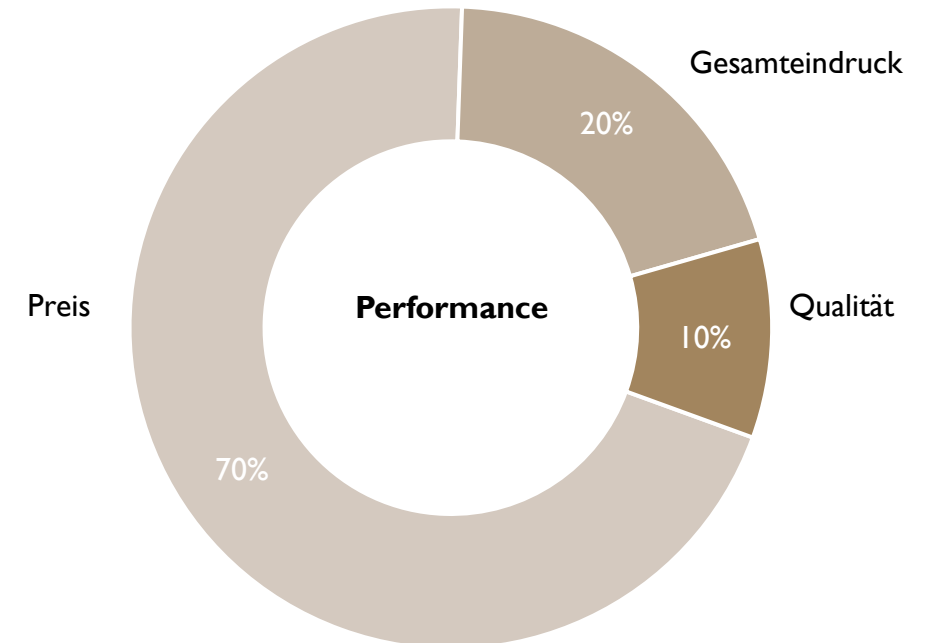
HERAUSRAGENDES PREIS-LEISTUNGS-VERHÄLTNIS

METHODIK: MESSUNG DER PERFORMANCE

Es genügt nicht, allein in einem Themenfeld zu glänzen.

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

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



HERAUSRAGENDES PREIS-LEISTUNGS-VERHÄLTNIS

METHODIK: PUNKTWERTERMITTLUNG SOCIAL MEDIA MONITORING

Wie werden die Punktwerte ermittelt?

Für diese Studie konnten ca. **57,6 Millionen Nennungen** zu etwa 14.100 Marken und Unternehmen innerhalb des Untersuchungszeitraums vom **01. April 2024 bis 31. März 2026** identifiziert und zugeordnet werden. Zur Berechnung der Punktwerte werden für jede Marke und jedes Unternehmen 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 Marken und Unternehmen branchenbezogen normiert. Die beste Marke bzw. das beste Unternehmen jeder Branche bildet mit 100 Punkten den Benchmark, die weiteren Wettbewerber werden danach 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

METHODIK: ERMITTLUNG DES RANKINGS

Wie erfolgt die Auszeichnung?

Die Auszeichnung „**Herausragendes Preis-Leistungs-Verhältnis**“ 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 Marken und Unternehmen innerhalb der Branche. Eine Auszeichnung erhalten diejenigen Marken und Unternehmen, die überdurchschnittlich viele Punkte erreicht haben.





#

KONTAKT

HERAUSRAGENDES PREIS-LEISTUNGS-VERHÄLTNIS

KURZPORTRAIT SERVICEVALUE

Marktforschung

Wir liefern umsetzungsorientierte Ergebnisse aus Kunden- und Mitarbeiterbefragungen sowie aus Marktanalysen und Marktpotenzialschätzungen. Auf Ihr Anliegen passgenau zugeschnittene Erhebungsverfahren sowie optimale Stichprobenumfänge erhöhen die Effizienz und schaffen zugleich ökonomische Entlastung für ansetzende Follow-Up-Prozesse.

Beratung

Erklärtes Ziel unserer Beratungstätigkeit ist die nachhaltige Steigerung des Unternehmenswertes durch optimale Gestaltung von Stakeholderbeziehungen. Wir unterstützen Sie in der Findung und Umsetzung ganzheitlicher Servicestrategien.

Personal- und Organisationsentwicklung

Der Erfolg eines Unternehmens ist im großen Maß abhängig von seiner Führungskultur und dem Engagement und der Bindung der Mitarbeiter. ServiceValue unterstützt Sie bei der Analyse von Potenzialen und Handlungsfeldern. Darüber hinaus begleiten wir Sie bei Veränderungsprozessen und der Entwicklung einer mitarbeiter- und serviceorientierten Führungskultur.



HERAUSRAGENDES PREIS-LEISTUNGS-VERHÄLTNIS

F.A.Z. INSTITUT



KONTAKT

Herausgeber der Studie

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 34I
50935 Köln

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

E-Mail: Info@ServiceValue.de

www.servicevalue.de

Wissenschaftspartner

IMWF GmbH

Medienpartner

F.A.Z. Institut GmbH

Pariser Straße I
60489 Frankfurt am Main

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

E-Mail: Info@faz-institut.de

www.faz-institut.de