

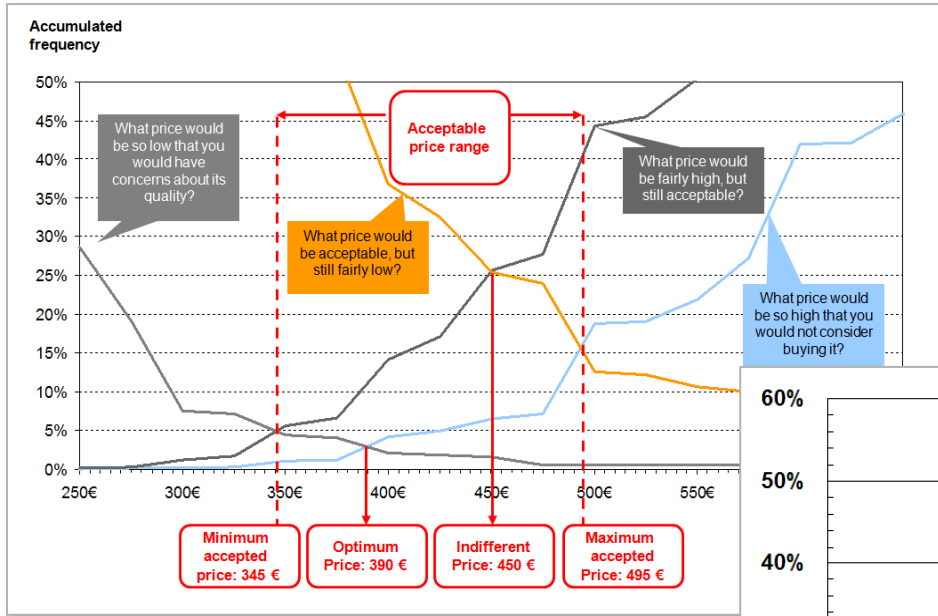
**SKOPOS**  
**Preisforschung**



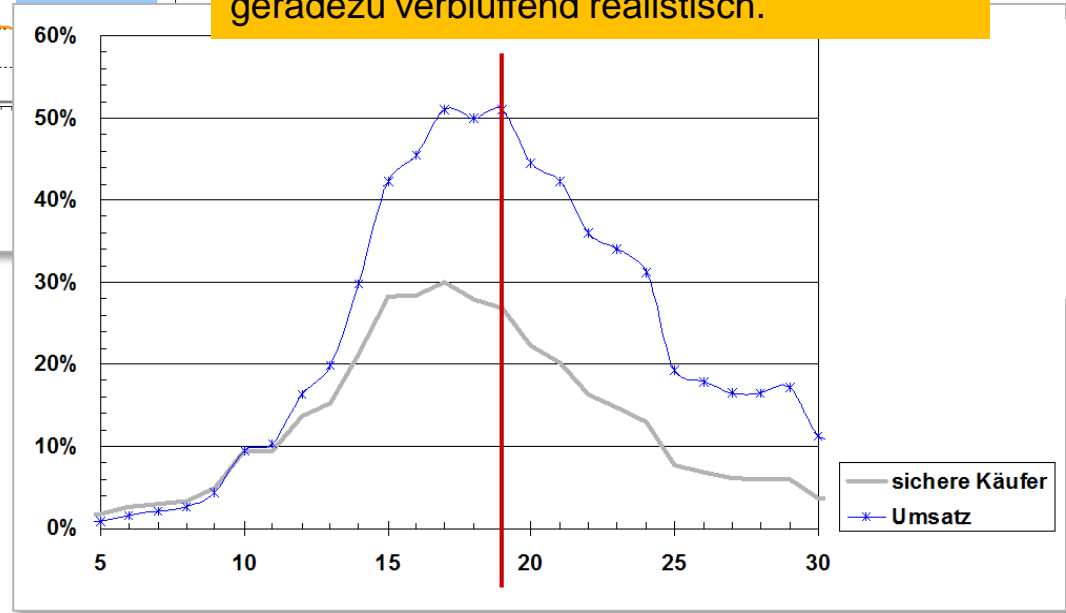
## Preisforschung ist eines der klassischen Marktforschungsthemen.

- Die **zentrale Frage der Preisforschung** ist, welcher Produktpreis optimal ist. Dabei spielen zwei Aspekte eine wichtige Rolle:
  - Welcher Preis wird von der Käuferschaft akzeptiert?
  - Welcher Preis ist wirtschaftlich (= generiert den größten Gewinn)?
- Eng mit der Preisforschung verknüpft sind daher **Wirtschaftlichkeitsanalysen, Marktsimulationen und Wettbewerbsanalysen.**
- Grundsätzlich kann zwischen **zwei Herangehensweisen** unterschieden werden:
  - Preisforschung mit **offener Herangehensweise**, d.h. die potenziellen Käufer nennen von sich aus Preise, die aus ihrer Sicht optimal sind.
  - Preisforschung mit **geschlossener Herangehensweise**, d.h. es werden Preise oder Preisranges vorgegeben, die von den potenziellen Käufern bewertet werden.
- SKOPOS setzt üblicherweise die folgenden **drei Methoden zur Preisforschung** ein
  - **Messung der subjektiven Preisrange (Gabor-Granger/Van Westendorp)**
  - **Strukturierte Preisauswahl mit Kaufabsicht**
  - **Conjoint-Measurement**
- Studien von SKOPOS (und anderen) zeigen, dass das **vorhandene Wissen** bei den Probanden über tatsächliche Produktpreise eine **entscheidende Rolle für die Qualität der Ergebnisse** spielt. Wenn wenig oder gar kein Vorwissen vorhanden ist, sollten geeignete **Framing-Techniken** eingesetzt werden, um realistische Preisankerpunkte bei den Probanden zu generieren.

**Gabor-Granger / Van Westendorp:** Auf Basis von 4 Standardfragen werden kumulierte Verteilungen berechnet und ausgewertet.



Dieses Verfahren ist eines der absoluten Klassiker der Marktforschung. Es zeichnet sich aus durch die Einfachheit der Anwendung. Die Ergebnisse sind häufig geradezu verblüffend realistisch.



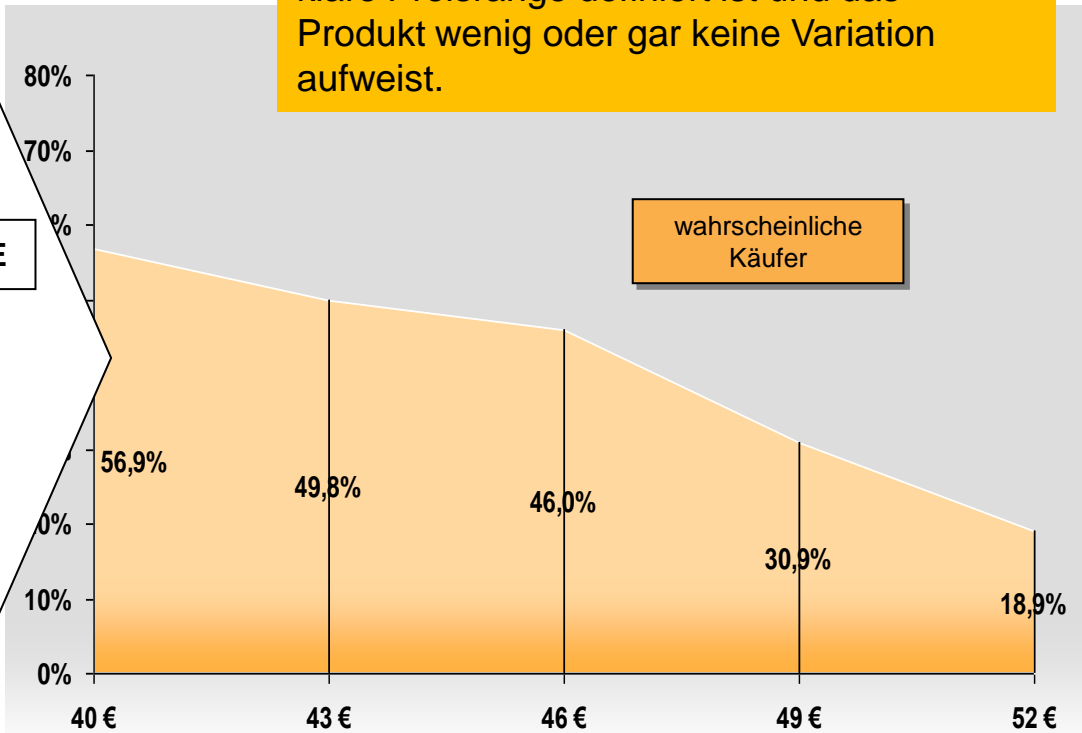
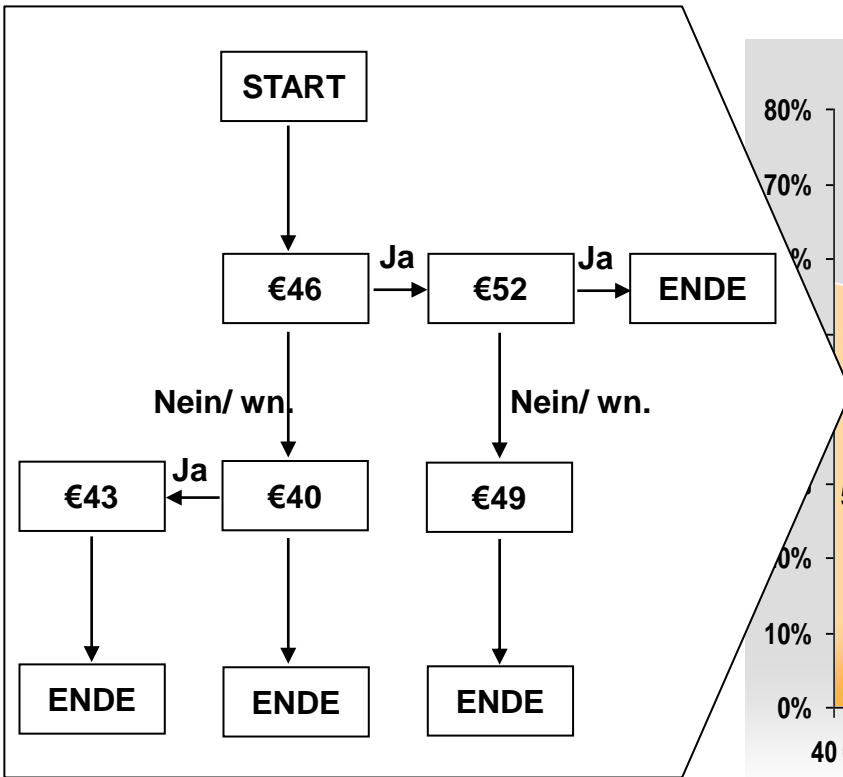
### Abfrage der Kaufabsicht zu vorab definierten Preispunkten

- "Würden Sie das Produkt zum Preis von ... € kaufen?"

### Abfragemodus

- mit vorgegebenen Preisen

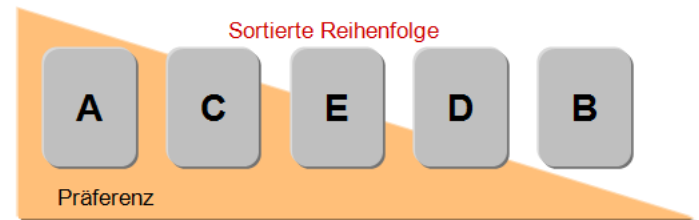
Ein einfaches Verfahren zur Erzeugung einer Preis-Absatz-Funktion. Funktioniert besonders gut, wenn bereits vorab eine klare Preisrange definiert ist und das Produkt wenig oder gar keine Variation aufweist.



Beim **Conjoint-Measurement** werden ganzheitliche Produktkonzepte (inkl. Preis) im Vergleich zueinander bewertet. Es entsteht also ein Trade-Off zwischen Produkteigenschaften und Preis. Dabei gibt es prinzipiell drei Ansätze:

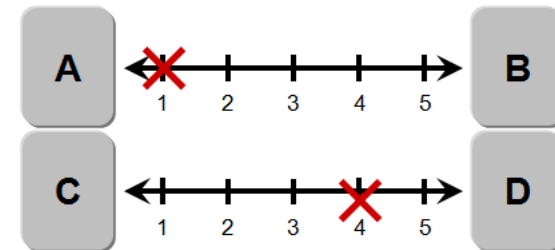
**CVA, klassisches Conjoint**

Ranking einzelner Produkte (=Merkmalsbündel)



**CVA oder ACA (adaptives Conjoint)**

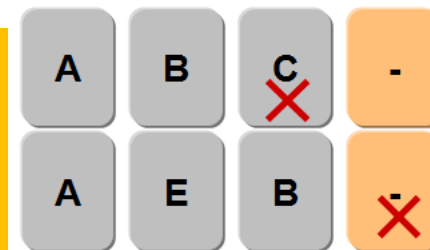
Skalierte Bewertung von zwei Produkten im Vergleich ("Welches Produkt würden Sie eher kaufen: Sicher das Linke, eher das Linke, unentschieden, eher das Rechte, sicher das Rechte?")



**CBC (Choice Based Conjoint)**

Auswahlentscheidung zwischen mehreren Produkten ("Welches der dargestellten Produkte würden Sie kaufen: A, B, C oder keines dieser Produkte?")

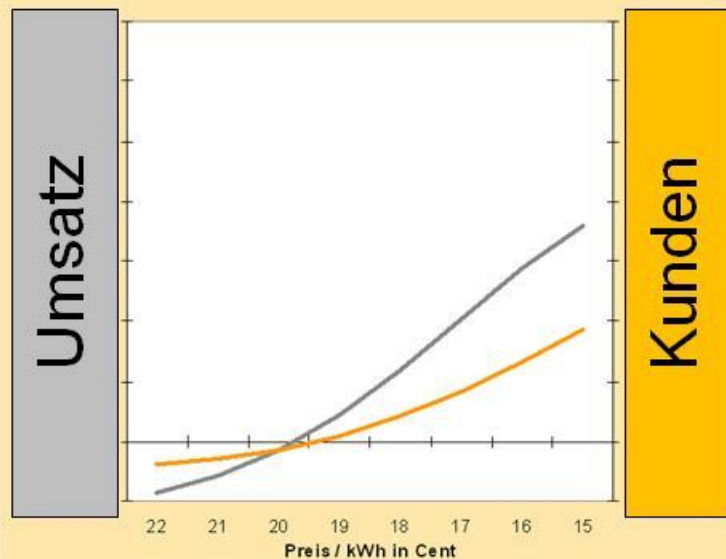
Conjoint-Measurement (insb. CBC) ist das am häufigsten eingesetzte Verfahren der Preisforschung. Der Vorteil liegt in der Möglichkeit, verschiedene Produktvariationen zu bewerten und Rückschlüsse auf die einzelnen Produktmerkmale treffen zu können.



Die Ergebnisse der Preisstudien werden in **interaktiven Simulationstools** weiterverarbeitet. Simuliert werden Szenarien mit unterschiedlichen Preisen. Output ist in der Regel eine Hochrechnung des Absatzes (monetarisiert). Häufig fließt auch das Thema Kannibalisierung eigener Produkte in Simulationstools und Wirtschaftlichkeitsrechnungen ein.

## Simulationsbeispiel: Erzeugung einer Preis-Umsatz-Funktion durch Variation des Verbrauchspreises

### Hochrechnung: Umsatz- und Kundenbilanz\* Deutschland



### Produktdefinition

Grundpreis (EUR)	90 €
Preis / kWh (Cent)	variabel
∅ Preisänderung	
<b>Neukundenbonus:</b>	
Bonus in EUR	80 €
Bonus in frei-kWh	0

**Strompakete**

kein kWh-Paket

**Vertragslaufzeit**

12 Monate Vertragslaufzeit

**Zeitraum Vorauskasse**

12 Monate Vorauskasse

**Preisgarantie/-fixierung**

keine Preisgarantie/-fixierung

#### Produkt(e) andere Anbieter

Anzahl anderer Produkte:	2
Grundpreis (EUR)	48 €
Preis / kWh (Cent)	24
∅ Preisänderung	-24%
<b>Neukundenbonus:</b>	
Bonus in EUR	100 €
Bonus in frei-kWh	360

**Strompakete**

kein kWh-Paket

**Vertragslaufzeit**

12 Monate Vertragslaufzeit

**Zeitraum Vorauskasse**

Simulationstools lassen sich sehr individuell an die Wünsche des Auftraggebers und die spezifischen Marktgegebenheiten anpassen. Ein sehr flexibles und aussagestarkes Tool!

## SKOPOS

Institut für Markt- und  
Kommunikationsforschung GmbH & Co. KG  
Hans- Böckler- Straße 163  
50354 Hürth  
Phone: +49 (0) 2233 9988-0  
Fax: +49 (0) 2233 9988-111  
mail@skopos.de  
www.skopos.de



Follow us on

