Preis-Champions

WWW.PREIS-CHAMPIONS.DE

VON BEST-PREIS-GARANTIE ÜBER „PAY-WHAT-YOU-WANT“ BIS „PAY-PER-USE“ – BEI DER PREISGESTALTUNG FÜR PRODUKTE GEHEN DIE ANBIETER IMMER WIEDER NEUE WEGE. IM AKTUELLEN RANKING DER DEUTSCHEN PREIS-CHAMPIONS SIND DIE AUS KUNDENSICHT BESTEN UNTERNEHMEN AUFGELISTET

ALTERNATIVE PREISGESTALTUNG

Was kostet die Welt?

Wer morgens beim Bäcker seine Brötchen holt, fragt sich wohl kaum jeden Tag aufs Neue, wie ihr Preis zustande kommt. Den Bäcker seines Vertrauens ermittelt der Kunde wahrscheinlich durch einen sporadischen Preisvergleich mit der Konkurrenz. Sicher mitentscheidend ist der Geschmack, vielleicht auch die Erreichbarkeit des Geschäfts, die Freundlichkeit des Personals und die Wartezeit. Den Rest erledigen Gewohnheiten. Nur wenige Verbraucher interessiert, wie Waren- und Personaleinsatz kalkuliert sind, wie sich Angebot und Nachfrage niederschlagen oder inwiefern Subventionen oder gar Spekulationen beim Preis eine Rolle spielen könnten. Grundsätzlich gilt: Preisspannen und Bezahlpraktiken, die die Menschen per Gewöhnung für angemessen und normal erachten, sind kaum veränderbar. Auf einem fest bestehenden Markt eine innovative Preisgestaltung durchzusetzen, bedarf also zweierlei: eines guten Grundes und einer noch besseren Portion an Mut.

Dabei sind in einigen Branchen alternative Preisgestaltungen bereits die Norm. Ein Beispiel dafür ist das dynamische Pricing, das es erlaubt, Leistungen zu unterschiedlichen Zeiten zu unterschiedlichen Preisen bereitzustellen. Das hat zum Ziel, Kundenströme zu entzerren, indem Anreize geschaffen werden, Angebote zu untypischen oder ungewohnten Zeiten wahrzunehmen. So bieten viele Kinos und Zoos an einem bestimmten Wochentag einen Preisnachlass. Auch im Online-Handel gibt es Wochentage oder Zeitspannen mit tendenziell günstigeren Preisen. Und das wohl älteste Beispiel, das dynamische Pricing an Tankstellen, wird noch heute und immer wieder heiß diskutiert.

Ein anderes Modell, vor wenigen Jahren noch aufsehenerregend, heißt „Zahl, was Du willst“. Vor allem Restaurantbesitzer, Musiker oder Museen haben damit experimentiert, keine verbindlichen Preise für ihre Waren oder Leistungen vorzugeben, sondern ihre Kunden selbst bestimmen zu lassen, welchen Preis sie für angemessen halten. Vielen Anbietern diente das Modell vor allem als Werbemaßnahme, und sie generierte auch durchaus ein höheres Kundenaufkommen. Doch das Risiko steckte im Detail: Kann man davon ausgehen, dass eine überwiegende Mehrheit der Kunden freiwillig einen fairen Preis zahlt, oder sind zu viele Kunden vor allem auf ihren eigenen Vorteil aus? Diese Frage mittels Selbstversuch zu beantworten, dürften wohl besonders Anbieter höherpreisiger Waren kaum den Wunsch (gehabt) haben.

Eine weitere Spielart individualisierter Preisgestaltung beruht darauf, neben der eigentlichen Leistung zusätzlich ein gutes Gewissen zu verkaufen. Mancher Gastronomiebetrieb etwa bietet Verzehrgutscheine an, die, weitergegeben an bedürftige Mitmenschen, ein gutes Gefühl bereiten. Der Klassiker der individualisierten Preisgestaltung hat allerdings weniger mit gelebter sozialer Verantwortung als mit Risikokalkulation zu tun: Versicherungspolicen werden seit Jahr und Tag nach den persönlichen Gegebenheiten des Versicherungsnehmers berechnet.

Dennoch gilt die Faustregel, nach der die Freiheit der Preisgestaltung in direkter Abhängigkeit zum Alter jeweiliger Geschäftsmodelle steht. Wird ein Markt neu geschaffen, sind Nutzungsgewohnheiten und Preise noch formbar und flexibel. So können neue Wege beschritten werden.

Etwa im Bereich der Sharing Economy. Aus dem Trend „Nutzen-statt-besitzen“ resultiert etwa das „Pay-per-use“-Modell: Nicht das Produkt wird bezahlt, sondern die Zeit, während der es genutzt wird. Naheliegend ist dieses Vorgehen beim Car-Sharing, wo nach Nutzungsdauer abgerechnet wird. Schon ungewöhnlicher ist eine solche Preisberechnung im Kontext der Gastronomie. Hier macht es die seit 2011 in Moskau ansässige Kette „Ziferblat“ vor. In ihren zwölf Filialen, die meisten in Großbritannien und Russland, wird nicht berechnet, was ein Gast konsumiert, sondern wie viel Zeit er in den Räumlichkeiten verbringt. Das scheint bestens und zur beidseitigen Zufriedenheit zu funktionieren.

Was kostet also die Welt? Das kann durchaus auch davon abhängen, wann und wie lange man sie nutzt, oder was sie dem Einzelnen wert ist. Die Berechnung eines Preises kann auf den unterschiedlichsten Wegen erfolgen und zu unterschiedlichen Ergebnissen führen. Doch können manche Anbieter ihre Kunden durch ihre Preisgestaltung besser überzeugen als andere. Welche Unternehmen es geschafft haben, ihre Kunden in Sachen Preis regelrecht zu begeistern, hat ServiceValue (s. r.) in ihrer Studie zu den deutschen „Preis-Champions“ erhoben und in einem Gesamtranking abgebildet. Die besten ihrer Branchen sind unten aufgeführt.

DIE WELT
Preis-Champions
in der Kundenbegeisterung
Unternehmensname
Nr. 1 der Lorem Ipsum
Im Ranking:
xx Lorem Ipsum
www.preis-champions.de
ServiceValue GmbH 04|2018

Das beliebte Siegel für den ausgewiesenen Preis-Champion einer Branche wird mit dem jeweiligen Medaillenrang verknüpft

Die ServiceValue GmbH

ServiceValue ist eine auf das Beziehungsmanagement zwischen Unternehmen und Anspruchsstellern (Stakeholdern) spezialisierte Analyse- und Beratungsgesellschaft mit Sitz in Köln, gegründet im Jahr 2009. Sie misst und erklärt mit wissenschaftlich fundierten Methoden den Zusammenhang zwischen Kunde, Mitarbeiter oder Partner und Unternehmen und deckt betriebswirtschaftliche Effekte auf. Besondere Bedeutung kommt dabei der optimalen Gestaltung der Servicequalität in alle Richtungen zu. Die angeschlossene „Deutsche ServiceAkademie“ bündelt die Kernleistungen von ServiceValue und vermittelt Information und Wissen in anwendungsbezogenen Seminaren. Hier reicht das Spektrum von der empirischen Sozialforschung über Themen zur Personal- und Organisationsentwicklung bis hin zur strategischen Beratung.

ServiceValue

BEWERTUNGSSYSTEM

Der PSS

Basis des Rankings ist der wissenschaftlich belastbare „Price Structuring Score“ (PSS). Er wird per Kundenbefragung ermittelt und ist ein klares, verständliches und effizientes Messinstrument.

Die entscheidende Frage:
Bitte geben Sie an, ob Unternehmen XY Sie persönlich über die Gestaltung der Preise begeistert.

Die Befragten haben drei Antwortmöglichkeiten: „Ja“, „Nein“ oder „Ich kann die Gestaltung der Preise hier nicht beurteilen bzw. kenne das Unternehmen nicht.“

Als PSS ausgewiesen wird der prozentuale Anteil an Befragten, die von der Preisgestaltung begeistert sind. Die direkte Ja-/Nein-Abfrage hat gegenüber der Messung über eine Zufriedenheits-Skala den Entscheidungsvorteil und gegenüber der Bildung eines Index aus einzelnen Aspekten den Vorzug, dass die Verteilung der Kundenurteile nicht durch vorsätzliche Gewichtung verfälscht werden kann.

Da der Score von Branchen und Geschäftsmodellen unabhängig ist, gewährleistet er eindeutige Vergleichbarkeit. So wird über die Branchenrankings mit ihren jeweiligen Gewinnern (s. Tabelle u.) hinaus auch ein branchenübergreifendes Gesamt-Ranking gebildet. Dort rangieren die bestplatzierten Firmen auf Medaillenrängen (Gold, Silber, Bronze).

Die Befragung erfolgt über ein Online-Panel mit über 600.000 registrierten Bürgerinnen und Bürgern. Grundsätzlich werden pro Unternehmen max. 1000 und min. 300 Stimmen – in Einzelfällen aufgrund Inzidenzrate und Kundenzahl auch weniger – eingeholt.

KUNDEN-VOTUM

Die 218 Branchenbesten der deutschen Preis-Champions 2018

Unternehmen/Marke	Branche	Price Structuring Score (PSS)
Rossmann	Drogerien	84,4%
amazon.de	Online-Shops (Generalisten)	81,0%
Aldi Süd	Lebensmittel-Discounter	73,1%
C&A	Fashion: Familienmode	72,6%
TEDi	Non-Food Discounter	71,5%
Deichmann	Schuhhändler	71,3%
NANU-NANA	Haushalts- und Geschenkläden	71,3%
Severin	Haushaltskleingerätehersteller	71,2%
posterxxl.de	Online-Fotodienste	70,6%
Acer	Elektronikhersteller	70,6%
Bübchen	Babypflege	69,9%
Visa	Kreditkartengesellschaften	69,2%
Toys“R“Us	Spielwarenfachgeschäfte	68,6%
Fielmann	Optikerketten	68,1%
Best Western	Hotels - Mittelklasse	67,8%
Media Markt	Elektro-Fachmärkte	67,8%
Das Futterhaus	Heimtierbedarf - stationär	67,4%
hauck	Kinderwagen	67,1%
Woolworth	Kaufhaus/Warenhaus	67,0%
IKEA	Möbelhändler	67,0%
Canon	Kameraherstellerr	66,9%
verivox.de	Vergleichsportale	66,6%
zooplus.de	Heimtierbedarf - online	66,0%
DHL	Paketdienste	65,9%
easyApotheke	Apotheken-Kooperationen	65,9%
medikamente-per-klick.de	Versandapotheken	65,9%
Motel One	Hotels - Budget	65,8%
BIG	Kinderfahrzeuge	65,6%
Grohe	Sanitärtechnik	65,4%
ADAC (Allgemeiner Deutscher Automobil-Club)	Verkehrsclubs	65,3%
kfzteile24.de	Autoteileshops	65,2%
NUK	Baby/Kinderbedarf	65,0%
printus.de	Papier- und Schreibwarenläden - online	64,8%
ING-DiBa	Direktbanken	64,7%
Ravensberger	Matratzenhersteller	64,7%
bonprix.de	Fashion-Online	64,3%
babymarkt.de	Baby- und Kleinkindausstatter - online	64,3%
elefanten	Kinderschuhe	64,2%
Hammer	Fachmärkte für Wand/Boden	64,0%
Decathlon	Sport- und Freizeitgeschäfte	64,0%
Louis	Motorrad-Shops	63,7%
Baby1One	Baby- und Kleinkindausstatter	63,6%
engelbert-strauss.de	Berufsbekleidung	63,6%
lieferando.de	Essens-Bestell-Plattformen	63,6%
Dursty	Getränkemärkte	62,9%
massivholz-moebel24.de	Online-Shops für Massivholzmöbel	62,9%
Vileda	Bodenreinigungssysteme	62,7%
Staples	Papier- und Schreibwarenläden - stationär	62,7%
neuwagen24.de	Neuwagenportale	62,6%
blume2000.de	Online-Blumenversender	62,5%
outdoorshop.de	Outdoorshops - online	62,4%
Simba	Puppen und Plüschtiere	62,3%
Mustang	Fashion: Jeans-Stores	62,2%

Unternehmen/Marke	Branche	Price Structuring Score (PSS)
Alpina	Farben & Lacke	62,2%
geschenkidee.de	Online-Shops für Geschenkideen	62,0%
reifendiscount.de	Online-Reifenhandel	62,0%
druckdiscount24.de	Druckereien	61,9%
Bebivita	Babynahrungsprodukte	61,7%
NORDSEE	Fast Food Restaurants	61,6%
ŠKODA	Autohersteller	61,6%
Velux	Fensterhersteller	61,5%
Rock Shop	Musik- und Instrumentenfachhandel	61,2%
Bosch	Staubsaugerhersteller	61,0%
mirapodo.de	Schuhhändler - online	60,6%
NETFLIX	Streaming-Dienste	60,6%
Ravensburger ministeps	Baby- und Kleinkindspielzeug	60,4%
booking.com	Hotelbuchungsportale	60,3%
Kaufland	Verbrauchermärkte + SB Warenhäuser	60,0%
1&1 DSL	Internet-Provider	60,0%
fewo-direkt.de	Portale für Ferienwohnungen	59,8%
Pinolino	Kindermöbelhersteller	59,8%
IKK gesund Plus	Krankenkassen - überregional	59,8%
Brio	Modellbau und Fahrzeuge	59,6%
Bijou Brigitte	Modeschmuckgeschäfte	59,6%
TUI	Reiseveranstalter	59,6%
clever fit	Fitness-Studios	59,5%
TeeGschwendner	Genusshändler	59,5%
DAKINE	Koffer, Taschen & Rucksäcke	59,2%
Küchen Aktuell	Küchen-Händler	59,1%
Tchibo	Coffee-Shops	59,1%
JET	Tankstellen	59,0%
toom BauMarkt	Baumärkte	59,0%
Zapf Umzüge	Umzugsunternehmen	59,0%
11teamsports.de	Online-Shops für Fußball	58,8%
redcoon.de	Consumer Electronics - online	58,7%
Hankook	Autoreifenhersteller	58,7%
JBL	Audiohersteller	58,6%
Reuter	Badausstatter	58,5%
Sanetta	Kinderbekleidungshersteller	58,5%
gartencenter-shop24.de	Online-Pflanzenversender	58,5%
MFO Matratzen	Matratzenshops	58,4%
LEGO	Bauen und Spielfigurensets	58,4%
billiger-mietwagen.de	Mietwagen-Vergleichs-Portale	58,4%
sanitaerdiscount24.de	Online-Badshops	58,4%
zoxs.de	Online-Ankaufdienste	58,3%
mydays	Erlebnisgeschenke-Anbieter	58,1%
Küchen Quelle	Online-Küchenhandel	57,9%
Hansa-Park	Freizeitparks	57,8%
REWE	Lebensmittel-Einzelhändler	57,7%
Hartmann	Möbelhersteller	57,7%
urlaubspiraten.de	Reise-Deal-Anbieter	57,7%
Domino's	Pizza-Lieferservice	57,6%
MAXI-COSI	Kindersitze	57,3%
ab-in-den-urlaub.de	Reisebüros - online	57,3%
ROLLER	Möbelhändler - Discount	57,2%
IKEA Gastronomie	Handelsgastronomie	57,2%
Flixbus	Fernbusreiseanbieter	57,1%
maskworld.com	Kostümshops	57,0%

Unternehmen/Marke	Branche	Price Structuring Score (PSS)
AWG Modecenter	Fashion: Modehäuser	56,9%
flaconi.de	Parfümerien - online	56,6%
NKD	Fashion: Discounter	56,6%
Varta	Batteriehersteller	56,5%
Douglas	Parfümerien - stationär	56,4%
Buchbinder	Autovermietungen	56,3%
fashionforhome.de	Online-Shops für Designmöbel	56,2%
PFAFF Fertiggaragen	Fertiggaragenanbieter	56,2%
Vino Weinmärkte	Weinhändler	56,2%
Interhyp	Baufinanzierer - Vermittler	56,2%
AIDA Cruises	Kreuzfahrtanbieter	56,2%
Wüstenrot Bausparkasse	Bausparkassen	55,9%
Tamaris	Schuhhersteller	55,6%
Lagerbox	Self-Storage-Anbieter	55,4%
Liqui Moly	Fahrzeugzubehör u. -pflege	55,4%
The Body Shop	Beauty-Shops	55,1%
Buderus	Haustechnik	55,0%
Adidas	Sportartikelhersteller	54,7%
Krups	Kaffeevollautomatenhersteller	54,7%
brillen.de	Online-Optiker	54,7%
Flixtrain	Schienenpersonenfernverkehr	54,6%
trivago.de	Hotel-Preisvergleichsportale	54,2%
Cafe extrablatt	Freizeitgastronomie	54,1%
Einhell	Garten- und Motorgerätehersteller	54,1%
Jack & Jones	Fashion: Herrenmode	54,1%
Veolia Umweltservice	Entsorgungsdienstleister	53,9%
Hammer Sport	Fitnessgeräte-Händler	53,9%
billigfluege.de	Flugbuchungsportale	53,9%
shop.rewe.de	Lebensmittel-Online-Versender	53,7%
Dehner Gartencenter	Gartencenter	53,6%
1&1	Telekommunikation	53,5%
Christ	Schmuckgeschäfte	53,5%
Sofitel	Hotels - Premium	53,2%
SUNPOINT	Sonnenstudios	53,2%
AOK PLUS	Krankenkassen - regional	53,2%
STRATO	Webhosting-Anbieter	53,2%
müsli.de	Online-Shops für Müsli	53,0%
L'Osteria	Full-Service-Gastronomie	52,9%
OLYMP	Fashion: Hemden/Blusen	52,9%
Schäfer's Brot	Bäckereiketten	52,9%
BackWerk	Bäckereiketten - SB	52,8%
Mr. Wash	Autowaschanlagen	52,7%
Sparda-Banken	Filialbanken	52,5%
pearl.tv	TV-Shopping-Sender	52,4%
Eurowings	Fluggesellschaften	52,4%
KIND Hörgeräte	Hörgeräteakustiker	52,2%
Hörmann	Türe, Tore, Garagen	52,2%
brands4friends.de	Shopping-Clubs	52,1%
unitymedia	Kabelnetzbetreiber	52,0%
Busch-Jaeger	Schaltersystemhersteller	51,9%
handyreparatur123.de	Handyreparaturdienste (unabh.)	51,5%
kraemer.de	Online-Shops für Reitsport	51,3%
Triumph	Fashion: Wäsche und Strümpfe	51,2%
Super Cut	Friseur-Ketten	51,2%
Orsay	Fashion: Damenmode	51,1%

Unternehmen/Marke	Branche	Price Structuring Score (PSS)
lensbest.de	Kontaktlinsenversandhändler	50,6%
bike24.de	Fahrrad-Shops - online	50,5%
Meyer-Holsen	Dachziegelhersteller	50,4%
Schöffel	Outdoor	50,4%
TUI ReiseCenter	Reisebüros - stationär	50,3%
gymondo.de	Online-Fitness-Studios	50,1%
Hans im Glück	Burger-Restaurants	50,1%
1-2-FLY FUN CLUB	Cluburlaub	49,7%
Mega Bike	Fahrrad-Shops - stationär	49,7%
ADAC	Rechtsschutzversicherer	49,5%
swoodoo.com	Flugsuchmaschinen	49,2%
DriveNow	Carsharing-Anbieter	49,1%
voelkner.de	Elektronikversandhändler	49,1%
Cinemaxx	Kinoketten	48,9%
fenster24.de	Fenster- und Türenversand	48,8%
Grünwelt Energie	Ökogasanbieter	48,8%
thejewellershop.com	Schmuckgeschäfte - online	48,6%
gartenxxl.de	Online-Shops für Gartenbedarf	48,5%
ALDI TALK	Mobilfunk-Discounter	48,0%
A-ROSA	Flusskreuzfahrten	47,9%
HUK-Coburg	Kfz-Versicherer	47,9%
Witt Weiden	Fashion: Damen- und Herrenmode	47,8%
riccardo-zigarette.de	E-Zigarettenshops	47,7%
Grünwelt Energie	Ökostromanbieter	47,2%
HUK24	Haftpflichtversicherer	47,0%
dessousforyou.de	Online-Dessous-Shops	46,6%
otto-gourmet.de	Online-Fleischversender	46,5%
lampenwelt.de	Online-Lampenshops	46,4%
Vapiano	Fast Casual Restaurants	46,3%
SchwörerHaus	Fertighausanbieter	46,1%
Landal GreenParks	Ferienparks	46,0%
kreuzfahrten.de	Kreuzfahrtportale	45,8%
Debeka	Private Krankenversicherer	45,8%
Dennert Massivhaus	Massivhausanbieter	45,1%
onlineshop-baumarkt.de	Online-Baumärkte	44,6%
home24.de	Online-Möbelshops	44,3%
VITALIA	Natur- und Biomärkte	44,2%
Renault-Bank (RCI Banque)	Auto-Banken	44,1%
Yorma's	Verkehrsgastronomie	44,0%
eprimo	Stromversorger - bundesweit	43,7%
Quick Reifendiscount	Autoservice	43,4%
E wie Einfach	Gasversorger - bundesweit	42,8%
jalousiescout.de	Online-Shops für Fenstersichtschutz	42,5%
CosmosDirekt	Lebensversicherer	42,4%
all4golf.de	Online-Shops für Golf	42,4%
ARLT Computer	Computer-Fachmärkte	42,4%
Vodafone TV	Premium-TV-Anbieter	41,6%
outfittery.de	Curated Shopping Anbieter	41,2%
Multipolster	Polstermöbelspezialisten	40,4%
glatthaar-fertigkeller	Fertigkelleranbieter	40,4%
MITGAS (enviaM)	Gasversorger - regional	39,5%
RheinEnergie	Stromversorger - regional	39,1%
schutzbrief24	Handyversicherungen	38,2%
bofrost	Lebensmittel-Heimservice	36,0%
Swiss Life Select	Finanzvertriebe	35,9%

Die Tabellen listen die 218 Bestplatzierten je Branche nach PSS (s. r. o.) auf. Einem Gold-Rang entspricht ein PSS von mindestens 59,14%, für Silber ist ein PSS von über 55,33% und für Bronze der Mindestwert von 52,31% erforderlich