

# OpinionTRAIN (2021)

## „Dynamic Pricing: Wie Verbraucher flexible Preise wahrnehmen“

Die Studie „OpinionTRAIN 2021“ untersucht die Wahrnehmung einer flexibilisierten Preisgestaltung aus Sicht der Konsumenten

Bonn, Dez. 2021

### Verantwortlich:

Prof. Dr. Andreas Krämer  
**exeo** Strategic Consulting AG  
Wittelsbacherring 24, D-53115 Bonn  
Tel: +49 (0) 178 256 22 41  
Fax: +49 (0) 228 629 78 51  
andreas.kraemer@exeo-consulting.com  
[www.exeo-consulting.com](http://www.exeo-consulting.com)

Johannes Hercher  
**Rogator AG**  
Emmericher Straße 17, D-90411 Nürnberg  
Tel: +49 (0) 911 8100550  
Fax: +49 (0) 911 8100570  
j.hercher@rogator.de  
[www.rogator.de](http://www.rogator.de)

## Methodischer Ansatz

- Nutzung **Online-Access-Panel** zur Rekrutierung der Probanden.
- Zielgruppe sind **n=2.461** Personen, die zu unterschiedlichen Lebensbereichen befragt werden (D, A, CH, SWE).
- Dauer der Befragung: ca. **25 Minuten**. Die Interviews erfolgten vom 25.08. bis 03.09.2021 (dritte Erhebung).
- Zentrale **Themenbereiche** der Untersuchung:
  - A. Aktuelle Lebenslage / Beschäftigung
  - B. Einkaufsverhalten und Medien
  - C. Mobilität und Autokauf
  - D. Gesundheit und Soziales
  - E. Wirtschaftliche Entwicklung.
- Der Datensatz wurde auf Bevölkerungsstrukturen (18-80 Jahre) **gewichtet**.

## Kern-Ergebnisse (Auszüge)

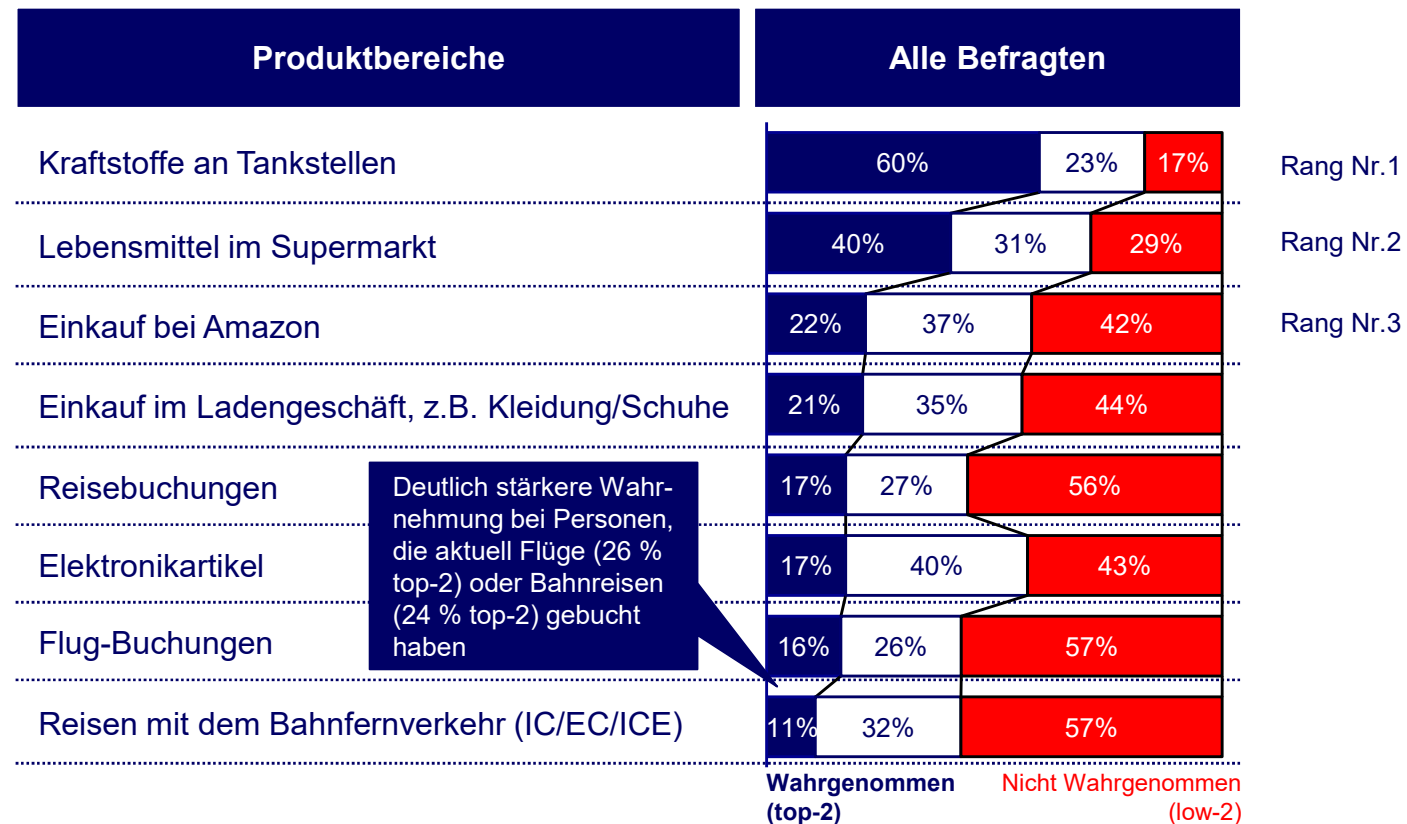
- Deutsche Verbraucher nehmen besonders in den Bereichen **Kraftstoffe** und **Lebensmittel** eine **flexibilisierte Preisgestaltung** wahr. Bei diesen Produktbereichen werden gleichzeitig aktuell besonders starke Preiserhöhungen gesehen.
- Flexible Preise erkennen die Verbraucher am wenigsten bei Reisen mit der **Deutschen Bahn** oder bei **Flugbuchungen**. Dabei ist die Preisgestaltung objektiv sehr variabel. Die Anbieter nutzen intensiv Dynamic Pricing.
- Deutsche Verbraucher sehen eine flexibilisierte Preisgestaltung **überwiegend kritisch**, und zwar relativ unabhängig vom Produktbereich. Hier sind vier unterschiedliche **Segmente** zu betrachten, von denen drei eine dynamisierte Preisbildung komplett oder teilweise ablehnen.

- Seit 2013 führen die **exeo Strategic Consulting AG** und die **Rogator AG** unterschiedliche Studien („Pricing Lab“; „MobilitätsTRENDS“) als **Kooperationsprojekte** durch. In 2020 wurde mit „OpinionTRAIN“ eine neue Studie aufgesetzt, die Meinungen und Werte in Deutschland, Österreich, der Schweiz und in Schweden untersucht (aktuell dritte Erhebung).
- Ausgehend von den starken Veränderungen, die durch die **Corona-Pandemie** weltweit ausgelöst wurden, geht die Untersuchung der Frage nach, wie sich Meinungen und Werte länderspezifisch unterscheiden bzw. auch zu verändertem Handeln führen. Gegenstand der Befragung ist ein breites Themenspektrum, welches von den Facetten **Arbeit** und **Bildung**, über **Mobilität** bis hin zu **Einkaufsverhalten** sowie **Gesundheit** und **Soziales** reicht.
- Durchgeführt wird die Studie als **Online-Erhebung** (ca. 2.500 Interviews, 18-80 Jahre), basierend auf einer Teilnehmerrekrutierung über Online-Access-Panels. Mittels differenzierter Gewichtung wird die **Repräsentativität** sichergestellt. Dabei werden unterschiedliche Sekundärdaten und -erhebungen herangezogen.

# Deutsche Verbraucher nehmen besonders in den Bereichen Kraftstoffe und Lebensmittel eine flexibilisierte Preisgestaltung wahr



## Wahrnehmung einer flexiblen Preisgestaltung (% der Befragten)<sup>1)</sup>



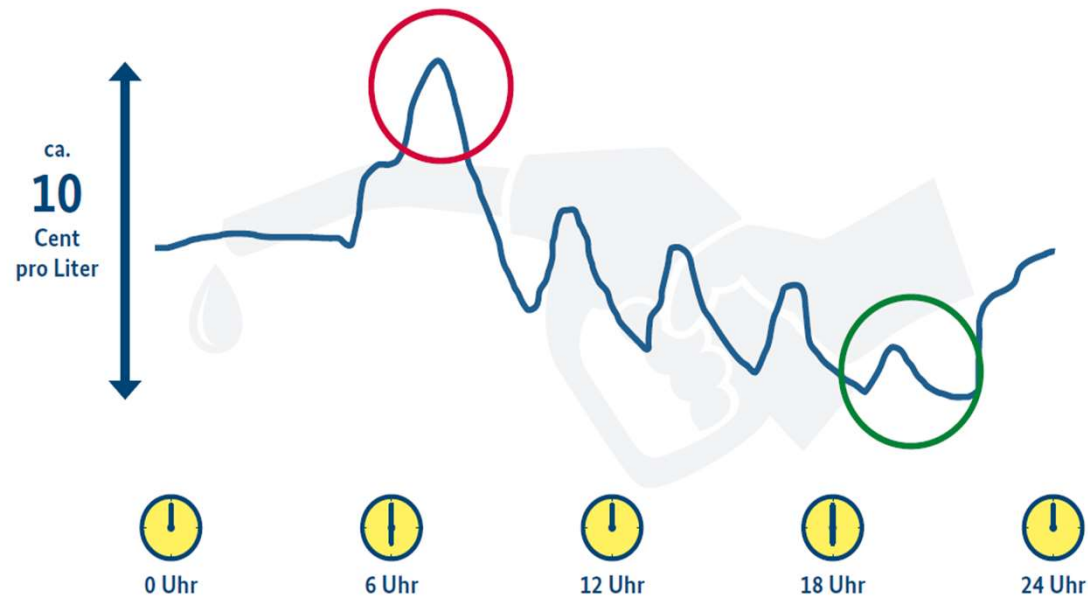
- 1) In unterschiedlichen Bereichen sind die Preise zunehmend flexibel, d.h. sie variieren über die Wochentage oder Uhrzeiten. Wo haben Sie persönlich in den letzten Monaten wahrgenommen, dass Preise für identische Produkte je nach Zeitpunkt der Anfrage unterschiedlich waren? Skala 1 = Habe ich sehr häufig wahrgenommen bis 6 = Habe ich gar nicht wahrgenommen

Quelle: exeo Strategic Consulting AG / Rogator AG

# Im Mittel ergeben sich in Deutschland im Tagesverlauf Preisunterschiede von etwa 10 Cent pro Liter Kraftstoff

## Kraftstoffpreise: Zeitlich flexible Preise sind die Regel

### Kraftstoffpreise: Preisunterschiede in Abhängigkeit von der Uhrzeit (2020)



Tagesverlauf der Kraftstoffpreise am Beispiel der Sorte E5 im Mittel aller Tankstellen in Deutschland von Januar bis Dezember 2020.  
Entspricht nicht direkt dem Tagesverlauf einzelner Tankstellen.

### Berichterstattung 2021

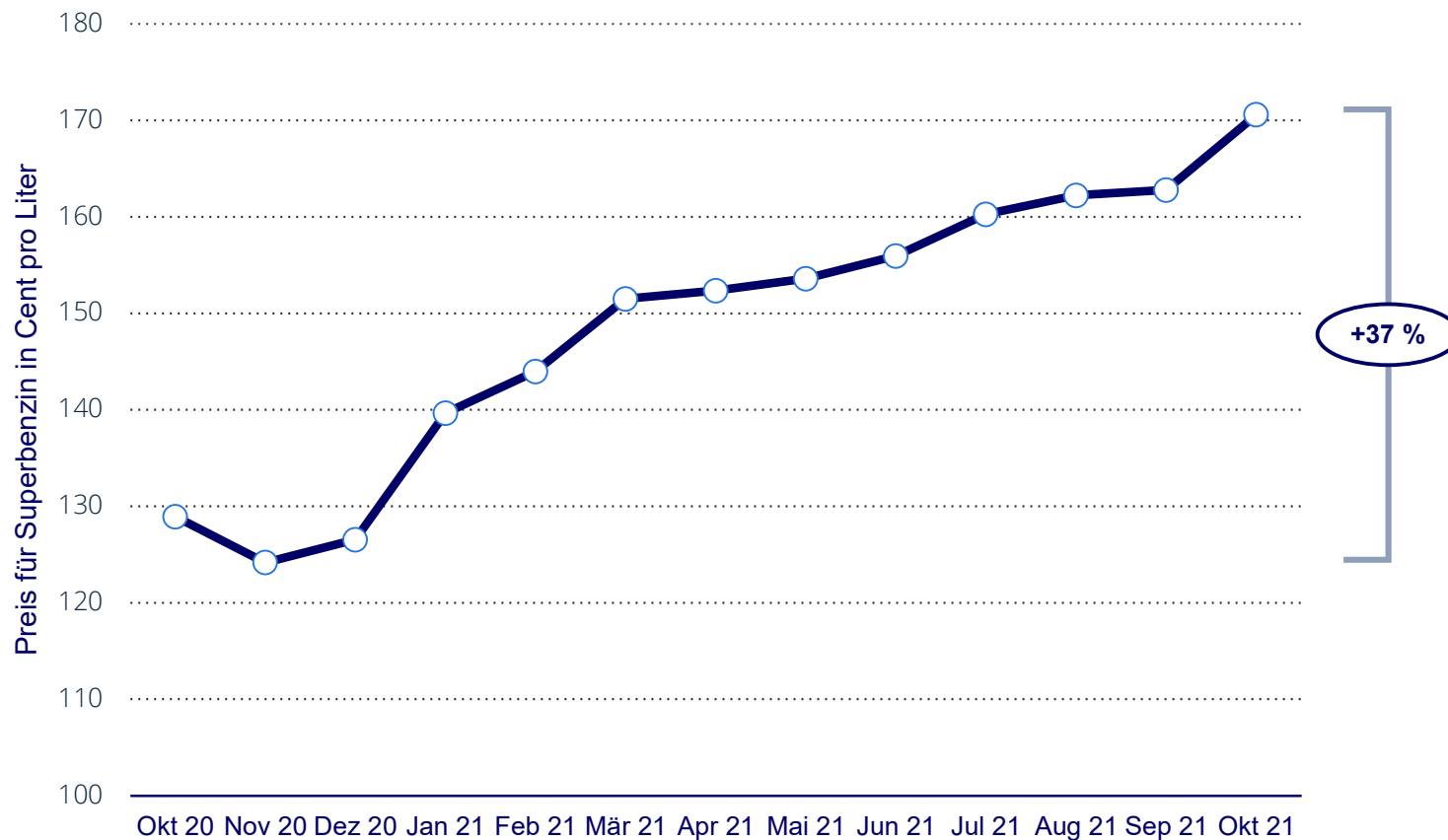
„... Die Statistik zeigt, dass sich die Benzinpreise in einer Stadt oder Region im Tagesverlauf bis zu 20 Cent pro Liter verändern können. Bei einzelnen Tankstellen kommt es am Tag zu Preisunterschieden von rund 10 Cent pro Liter. "Es macht sich also wirklich bezahlt, sich zu informieren und ganz gezielt bei den günstigen Tankstellen zu bestimmten Tageszeiten zu tanken," erklärt der Präsident des Bundeskartellamts, Andreas Mundt.

...  
Am günstigsten können Autofahrer demnach abends zwischen 18 und 22 Uhr tanken. Besonders teuer ist es morgens zwischen 5 und 8 Uhr. In der Zwischenzeit können die Benzinpreise dem Bericht zufolge stark schwanken.“

Quelle: <https://www.tz.de/auto/tankstellen-statistik-zu-diesen-uhrzeiten-tanker-am-guenstigsten-auto-benzinpreis-zr-13760132.html> und [https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Bild/DE/Pressefotos/MTS\\_K/MTS\\_K\\_JB\\_20\\_Preisunterschied\\_Tagesverlauf.html](https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Bild/DE/Pressefotos/MTS_K/MTS_K_JB_20_Preisunterschied_Tagesverlauf.html)

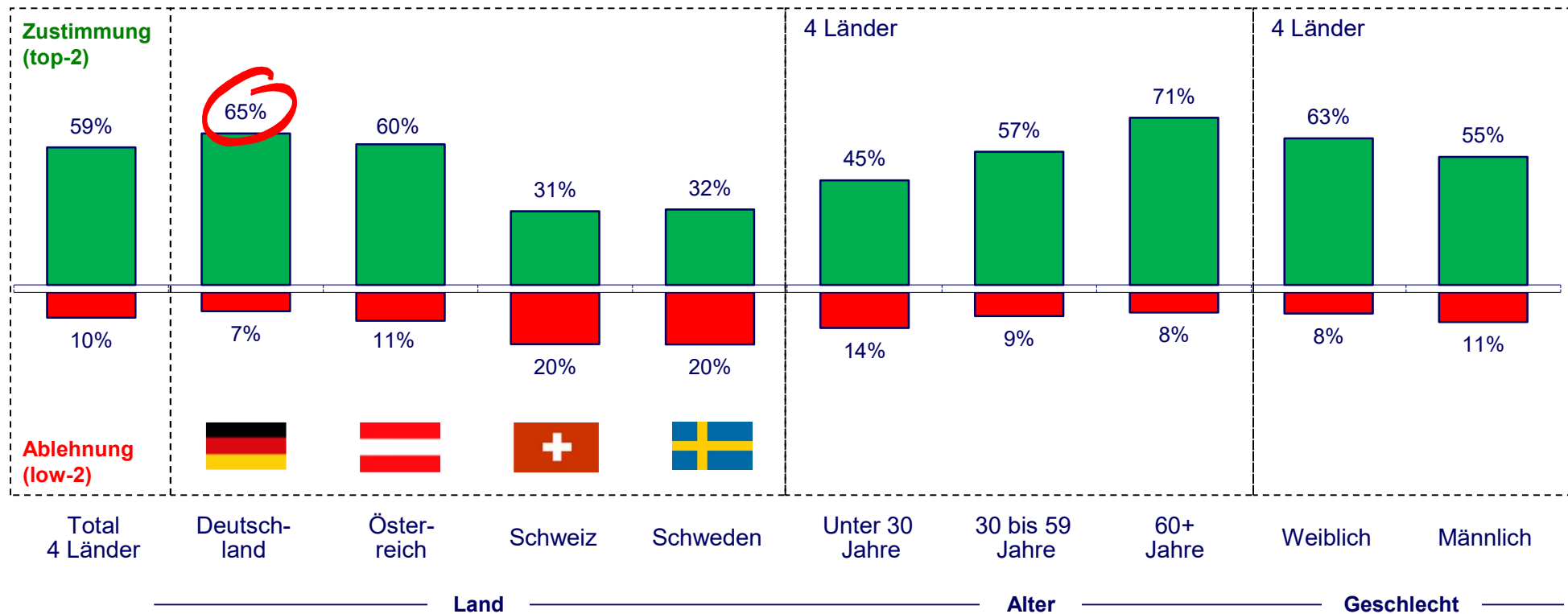
# Der Preis für Superbenzin liegt im Okt. 2021 etwa 37 % höher als im Nov. 2020

## Preisentwicklung Superbenzin in Deutschland Okt. 2020 bis Okt. 2021 (in Cent)



# 65 % der Deutschen schätzen die Lebensmittelpreise aktuell höher ein als vor Ausbruch der Corona-Krise

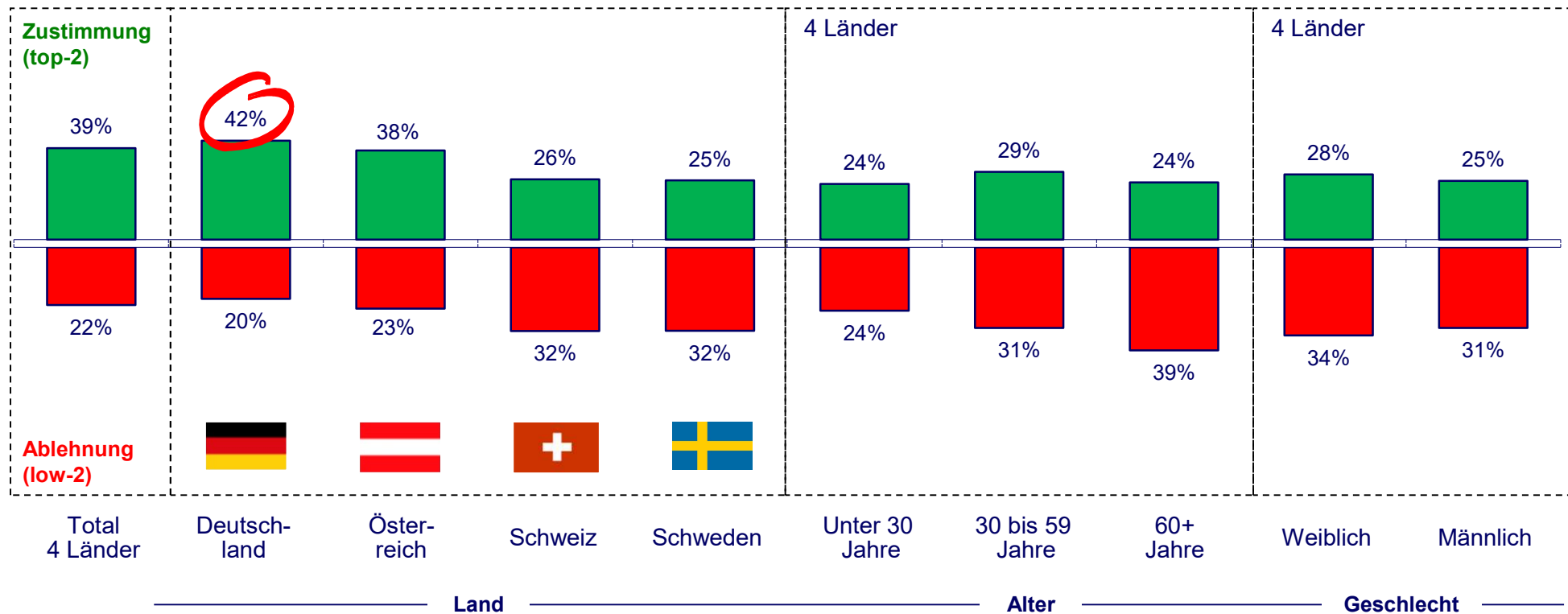
Bewertung Statement: „Ich habe den Eindruck, dass die Preise für Lebensmittel heute deutlich höher sind als vor Ausbruch der Corona-Krise“<sup>(1)</sup>



1) Bitte bewerten Sie die folgenden Aussagen zum Einkauf in der aktuellen Zeit der Corona-Krise mit Werten von 1 = „stimme sehr zu“ bis 6 = „stimme gar nicht zu“.

# 42 % der Befragten in Deutschland sehen persönlich erhöhte Ausgaben für Lebensmittel

Bewertung Statement: „Meine Ausgaben für Lebensmittel sind insgesamt gestiegen“<sup>(1)</sup>



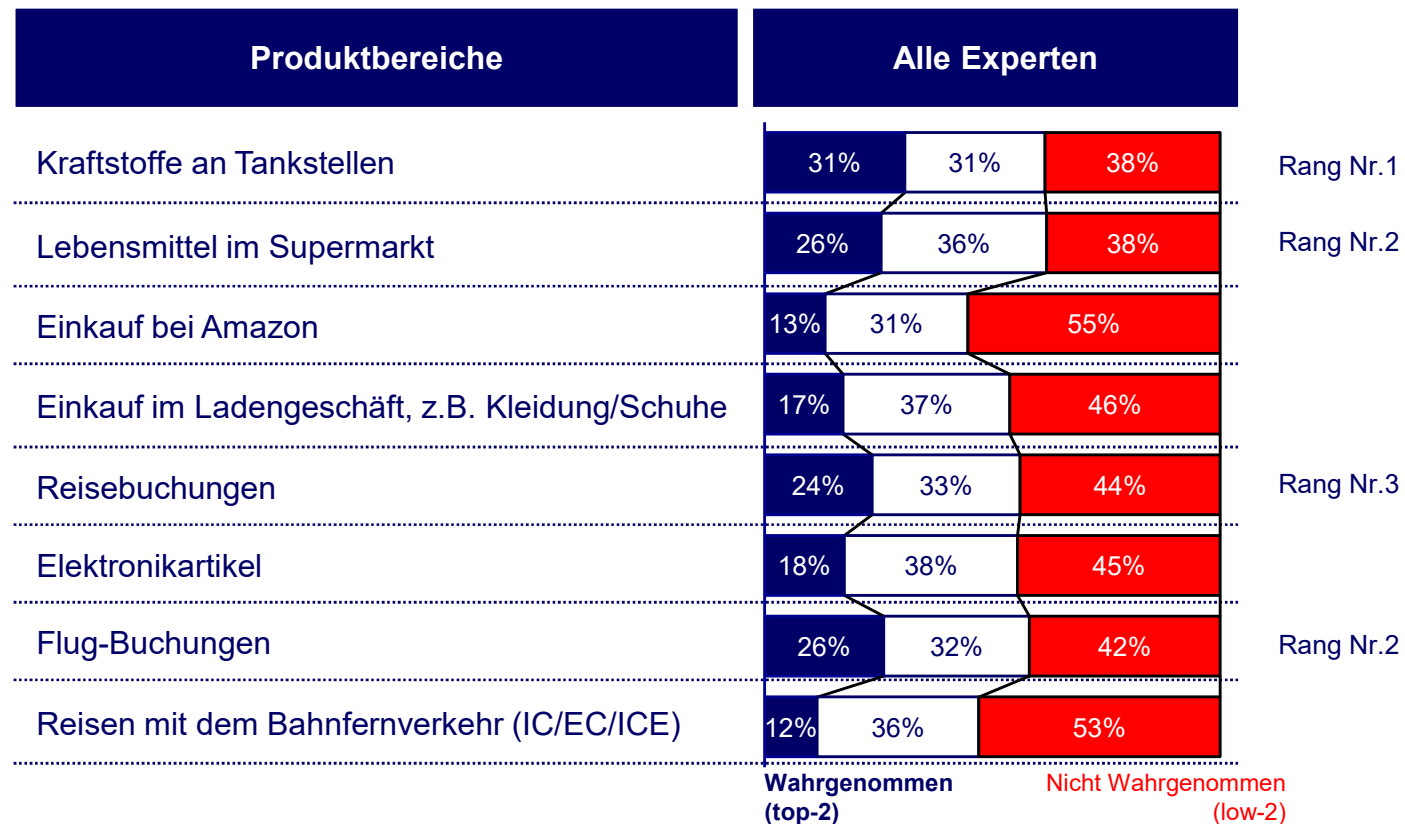
1) Bitte bewerten Sie die folgenden Aussagen zum Einkauf in der aktuellen Zeit der Corona-Krise mit Werten von 1 = „stimme sehr zu“ bis 6 = „stimme gar nicht zu“.



# Im Vergleich zu Deutschland sehen die Verbraucher in der Schweiz dynamische Preise eher auch im Bereich Reise- und Flugbuchungen



## Wahrnehmung einer flexiblen Preisgestaltung (% der Befragten)<sup>1)</sup>



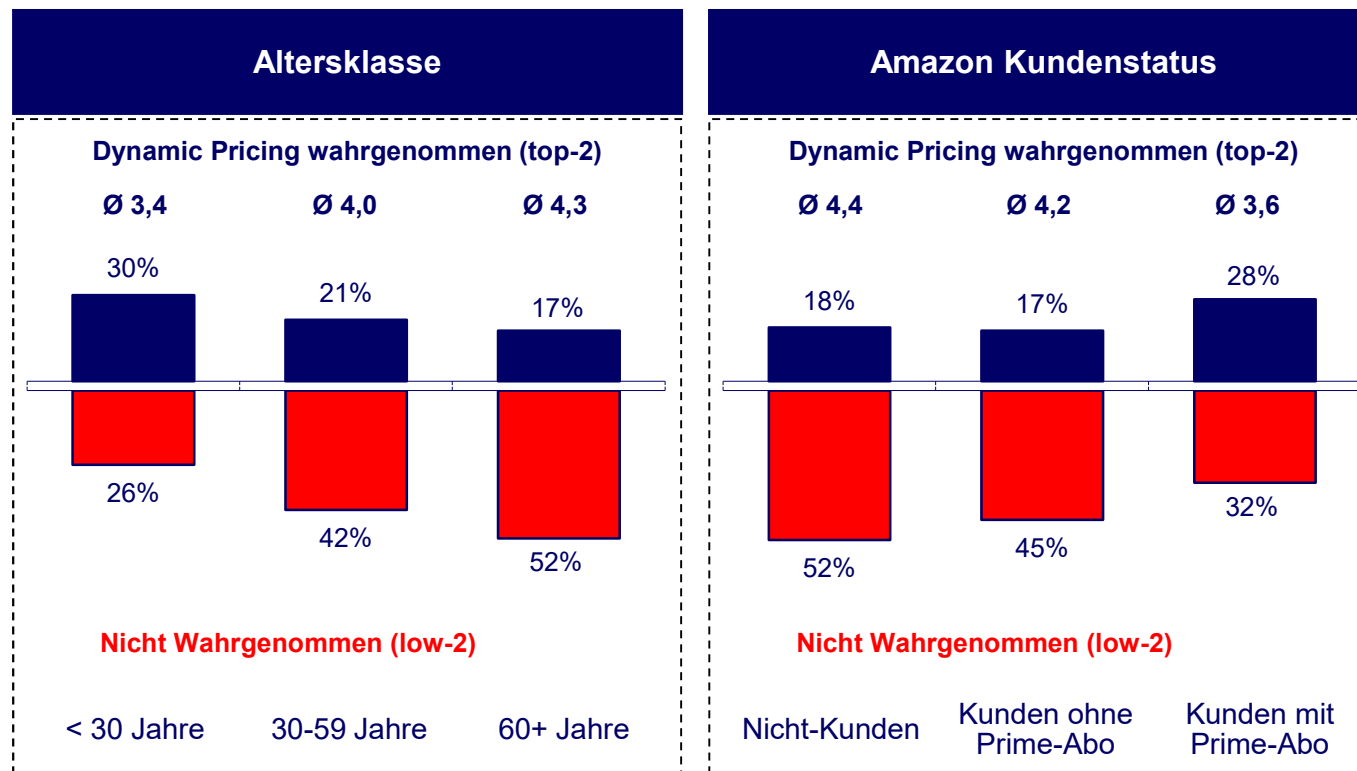
1) In unterschiedlichen Bereichen sind die Preise zunehmend flexibel, d.h. sie variieren über die Wochentage oder Uhrzeiten. Wo haben Sie persönlich in den letzten Monaten wahrgenommen, dass Preise für identische Produkte je nach Zeitpunkt der Anfrage unterschiedlich waren? Skala 1 = Habe ich sehr häufig wahrgenommen bis 6 = Habe ich gar nicht wahrgenommen

Quelle: exeo Strategic Consulting AG / Rogator AG

# Beispiel Amazon: Bei jüngeren Verbrauchern und bei Amazon Prime-Abonnenten ist die Wahrnehmung von flexiblen Preisen verstärkt



## Einkauf bei Amazon: Wahrnehmung einer flexiblen Preisgestaltung (% der Befragten)<sup>1)</sup>



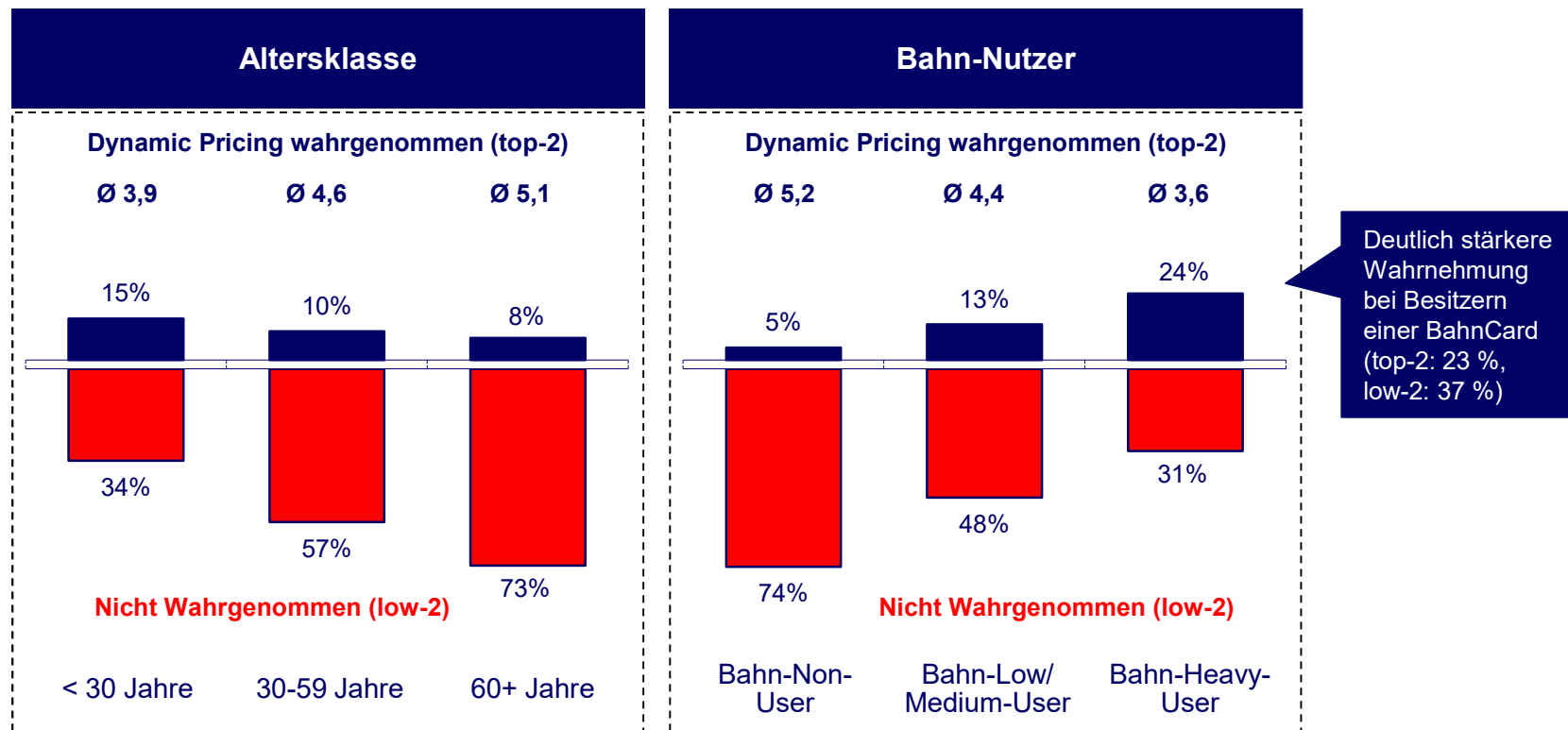
1) In unterschiedlichen Bereichen sind die Preise zunehmend flexibel, d.h. sie variieren über die Wochentage oder Uhrzeiten. Wo haben Sie persönlich in den letzten Monaten wahrgenommen, dass Preise für identische Produkte je nach Zeitpunkt der Anfrage unterschiedlich waren? Skala 1 = „Habe ich sehr häufig wahrgenommen“ bis 6 = „Habe ich gar nicht wahrgenommen“.

Quelle: exeo Strategic Consulting AG / Rogator AG

# Beispiel Bahn: Bei jüngeren Verbrauchern und bei Bahn-Vielfahrenden ist die Wahrnehmung von flexiblen Preisen verstärkt



Reisen mit dem Bahnfernverkehr: Wahrnehmung einer flexiblen Preisgestaltung (% der Befragten)<sup>1)</sup>



1) In unterschiedlichen Bereichen sind die Preise zunehmend flexibel, d.h. sie variieren über die Wochentage oder Uhrzeiten. Wo haben Sie persönlich in den letzten Monaten wahrgenommen, dass Preise für identische Produkte je nach Zeitpunkt der Anfrage unterschiedlich waren? Skala 1 = Habe ich sehr häufig wahrgenommen bis 6 = Habe ich gar nicht wahrgenommen

Quelle: exeo Strategic Consulting AG / Rogator AG

# Deutsche Bahn: Deutlich günstigere Super Sparpreise bei Vorausbuchung von 9 Tagen statt am Vortag (23,90 EUR vs. 58,90 EUR)

Opinion  
TRAIN

## Reise mit dem Bahnfernverkehr: Preise Köln – München bei kurzfristiger und längerfristiger Buchung

**Anfrage am 30.11.21 für 1.12.21 (1 Tag Vorausbuchung)**



Bahnhof/Haltestelle		Zeit	Dauer	Umst.	Produkte	Auslastung	Sparangebote	Flexpreis
Hinfahrt am 01.12.21 <input type="checkbox"/> Unsere Bestpreise anzeigen <sup>1</sup> €								
Früher								
Köln Hbf	München Hbf	09:03 15:12	6:09	3	RE, IC, ICE	ññ	<b>59,90 EUR</b> 107,60 EUR	Zur Angebotsauswahl
Details einblenden > Rückfahrt hinzufügen								
Köln Hbf	München Hbf	09:25 14:07	4:42	1	RB, ICE	ññ	67,90 EUR 136,80 EUR	Zur Angebotsauswahl
Details einblenden > Rückfahrt hinzufügen								
Köln Hbf	München Hbf	09:43 16:11	6:28	2	ICE, HLB, EG	ññ	68,90 EUR 107,60 EUR	Zur Angebotsauswahl
Details einblenden > Rückfahrt hinzufügen								
Köln Hbf	München Hbf	09:55 14:27	4:32	0	ICE	ññ	67,90 EUR 136,80 EUR	Zur Angebotsauswahl
Details einblenden > Rückfahrt hinzufügen								

**Anfrage am 30.11.21 für 8.12.21 (9 Tage Vorausbuchung)**

Bahnhof/Haltestelle		Zeit	Dauer	Umst.	Produkte	Auslastung	Sparangebote	Flexpreis
Hinfahrt am 08.12.21 <input type="checkbox"/> Unsere Bestpreise anzeigen <sup>1</sup> €								
Früher								
Köln Hbf	München Hbf	09:03 15:12	6:09	3	RE, IC, ICE	ññ	<b>23,90 EUR</b> 107,60 EUR	Zur Angebotsauswahl
Details einblenden > Rückfahrt hinzufügen								
Köln Hbf	München Hbf	09:25 14:07	4:42	1	RB, ICE	ññ	27,90 EUR 136,80 EUR	Zur Angebotsauswahl
Details einblenden > Rückfahrt hinzufügen								
Köln Hbf	München Hbf	09:43 16:02	6:19	1	ICE	ññ	35,90 EUR 107,60 EUR	Zur Angebotsauswahl
Details einblenden > Rückfahrt hinzufügen								
Köln Hbf	München Hbf	09:55 14:27	4:32	0	ICE	ññ	47,90 EUR 136,80 EUR	Zur Angebotsauswahl
Details einblenden > Rückfahrt hinzufügen								

# Deutsche Verbraucher sehen eine flexibilisierte Preisgestaltung durchweg kritisch – im Mittel niedrige Akzeptanzwerte bei allen Produkten

Akzeptanz einer flexiblen Preisgestaltung in Deutschland und Schweden (% der Befragten)<sup>1)</sup>

Produktbereiche	Deutschland 			Schweden 		
	Hohe Akzeptanz (top-2)	Mittel	Geringe Akzeptanz (low-2)	Hohe Akzeptanz (top-2)	Mittel	Geringe Akzeptanz (low-2)
Flug-Buchungen	17%	44%	39%	26%	47%	27%
Kraftstoffe an Tankstellen	16%	37%	46%	19%	42%	39%
Reisebuchungen	16%	45%	39%	24%	48%	27%
Lebensmittel im Supermarkt	14%	39%	48%	13%	45%	42%
Einkauf im Ladengeschäft, z.B. Kleidung/Schuhe	13%	41%	46%	15%	51%	34%
Reisen mit dem Bahnfernverkehr (IC/EC/ICE)	13%	42%	45%	20%	51%	29%
Einkauf bei Amazon	12%	42%	47%	16%	49%	35%
Elektronikartikel	11%	43%	47%	14%	51%	35%

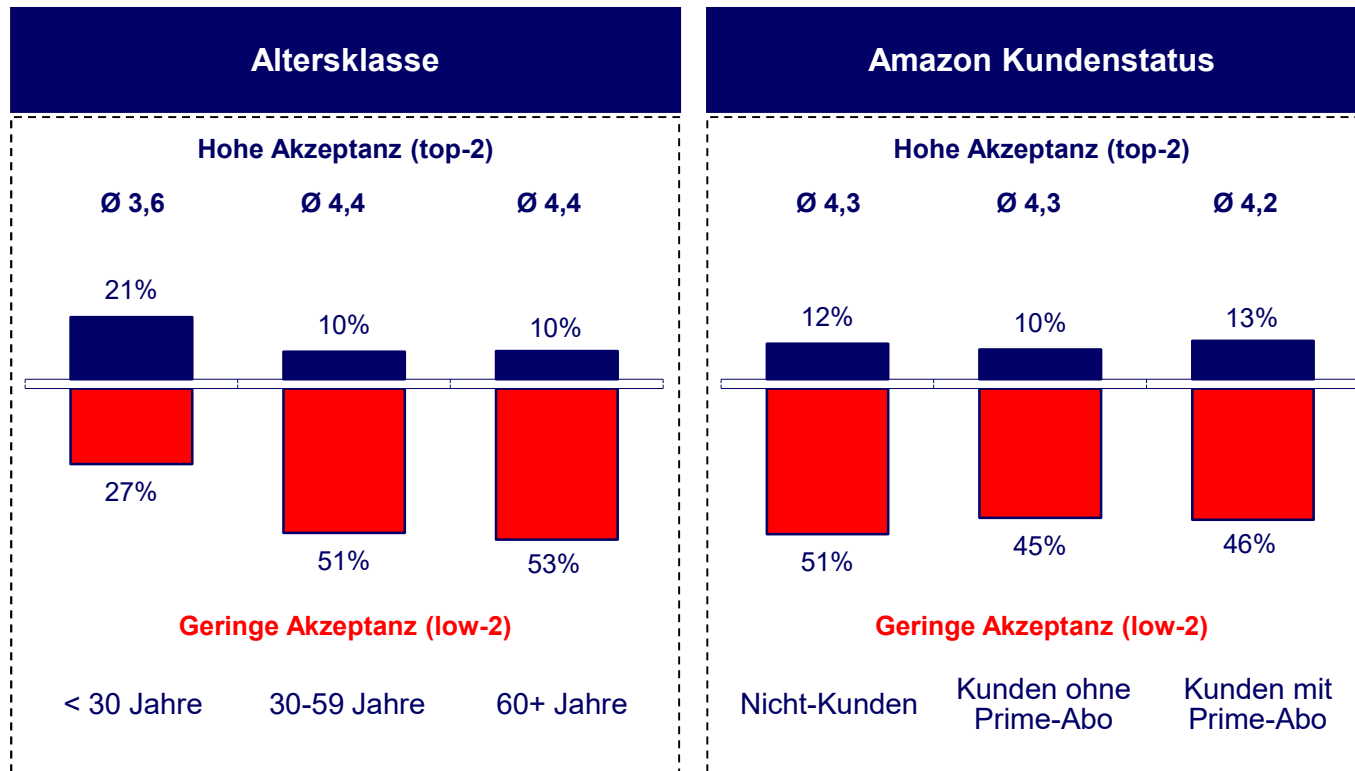
1) Wie stark akzeptieren Sie die flexible Preisbildung bei den folgenden Beispielen? Skala 1 = Akzeptiere ich voll und ganz bis 6 = Akzeptiere ich überhaupt nicht

Quelle: exeo Strategic Consulting AG / Rogator AG

# Beispiel Amazon: Auch bei Amazon Prime-Abonnenten ist die Akzeptanz von flexiblen Preisen relativ gering



## Einkauf bei Amazon: Akzeptanz einer flexiblen Preisgestaltung (% der Befragten)<sup>1)</sup>

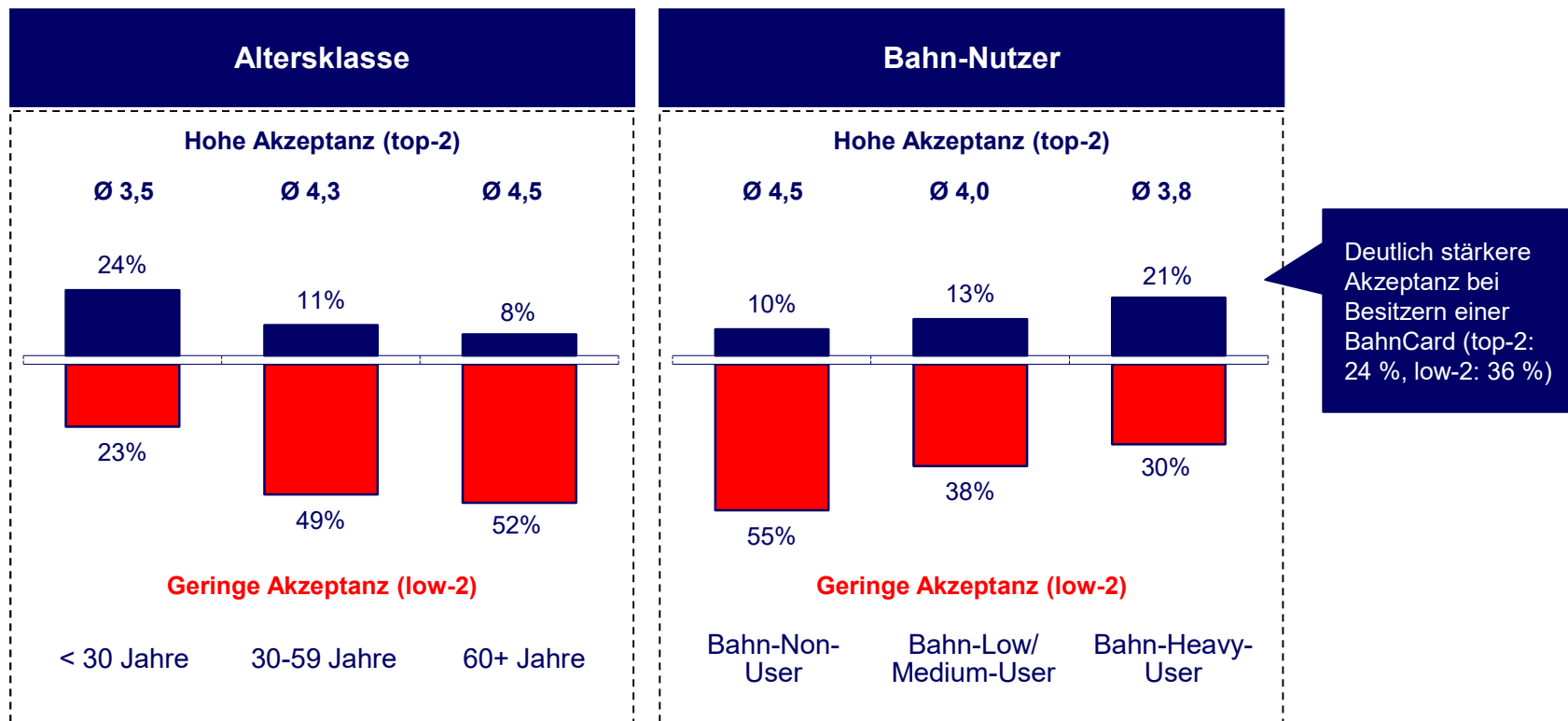


1) Wie stark akzeptieren Sie die flexible Preisbildung bei den folgenden Beispielen? Skala 1 = Akzeptiere ich voll und ganz bis 6 = Akzeptiere ich überhaupt nicht

# Beispiel Bahn: Bei jüngeren Verbrauchern ist die Akzeptanz von flexiblen Preisen relativ am stärksten, allerdings auf geringem Niveau



Reisen mit dem Bahnfernverkehr: Akzeptanz einer flexiblen Preisgestaltung (% der Befragten)<sup>1)</sup>

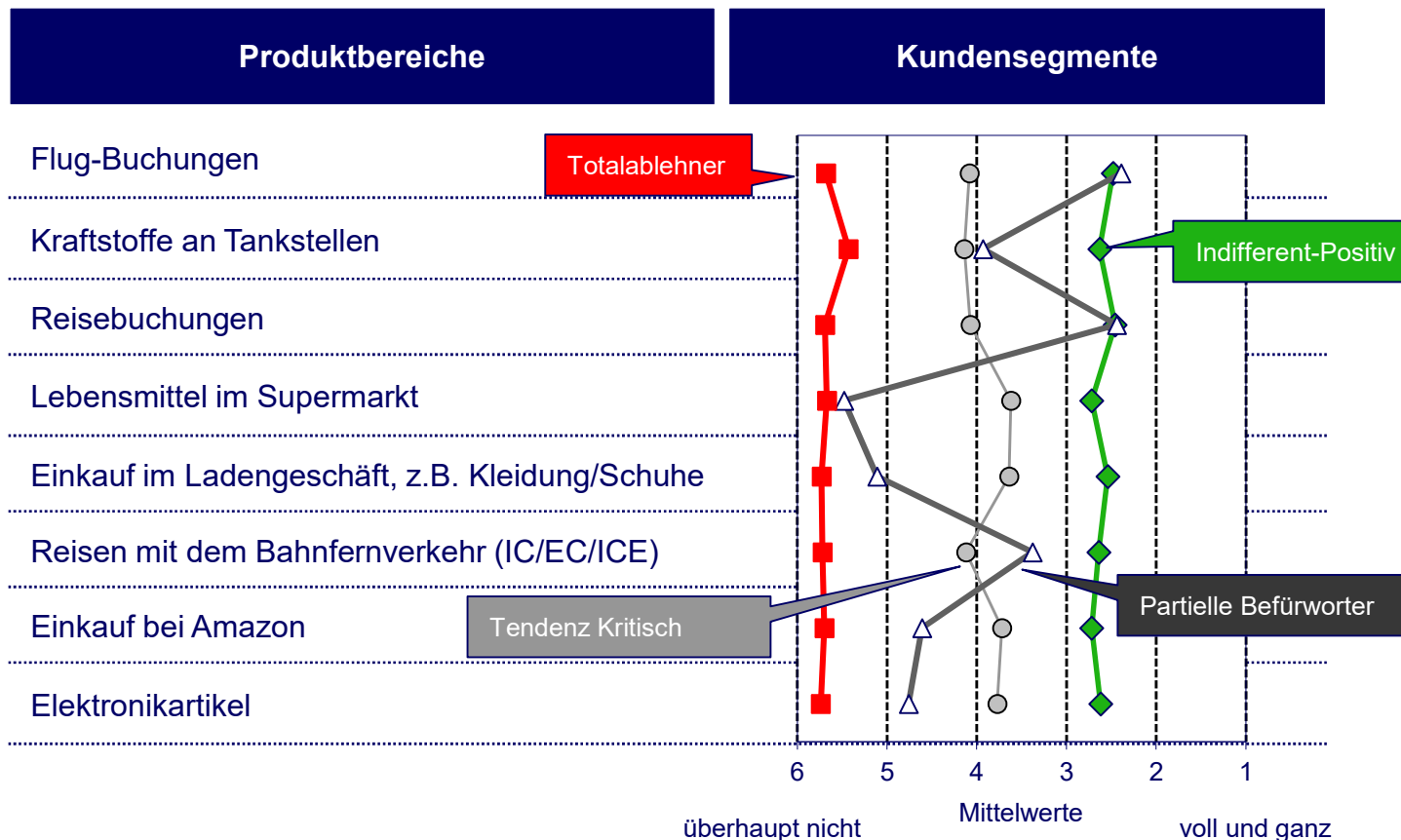


1) Wie stark akzeptieren Sie die flexible Preisbildung bei den folgenden Beispielen? Skala 1 = Akzeptiere ich voll und ganz bis 6 = Akzeptiere ich überhaupt nicht

Quelle: exeo Strategic Consulting AG / Rogator AG

# Bei der Bewertung der Akzeptanzwerte für eine flexibilisierte Preisgestaltung ergeben sich vier unterschiedliche Segmente

Akzeptanz einer flexiblen Preisgestaltung (% der Befragten, 4 Länder)<sup>1)</sup>



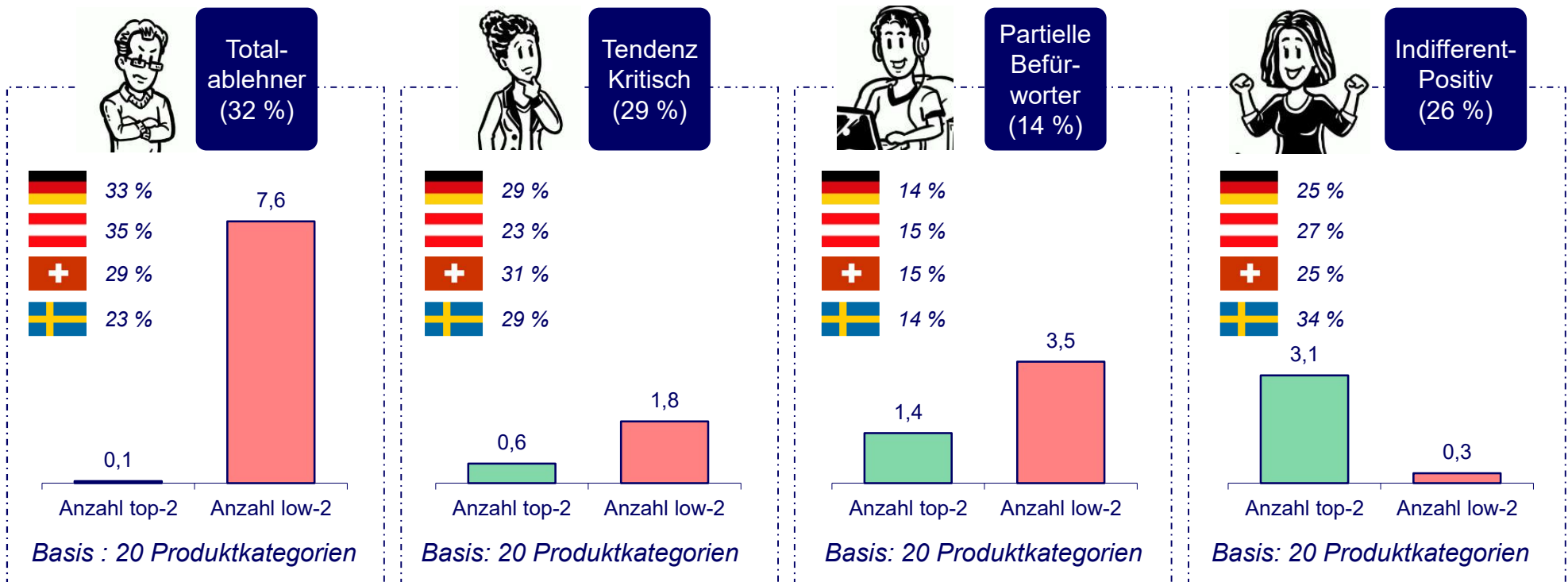
1) Wie stark akzeptieren Sie die flexible Preisbildung bei den folgenden Beispielen? Skala 1 = Akzeptiere ich voll und ganz bis 6 = Akzeptiere ich überhaupt nicht

Quelle: exeo Strategic Consulting AG / Rogator AG



# Das Verbrauchersegment der „Totalablehner“ lehnt ein Dynamic Pricing in fast allen 8 Produktkategorien ab

## Bewertung eines Dynamic Pricing nach Produktkategorie (Anzahl der Produkt mit Zustimmung/Ablehnung)<sup>1)</sup>



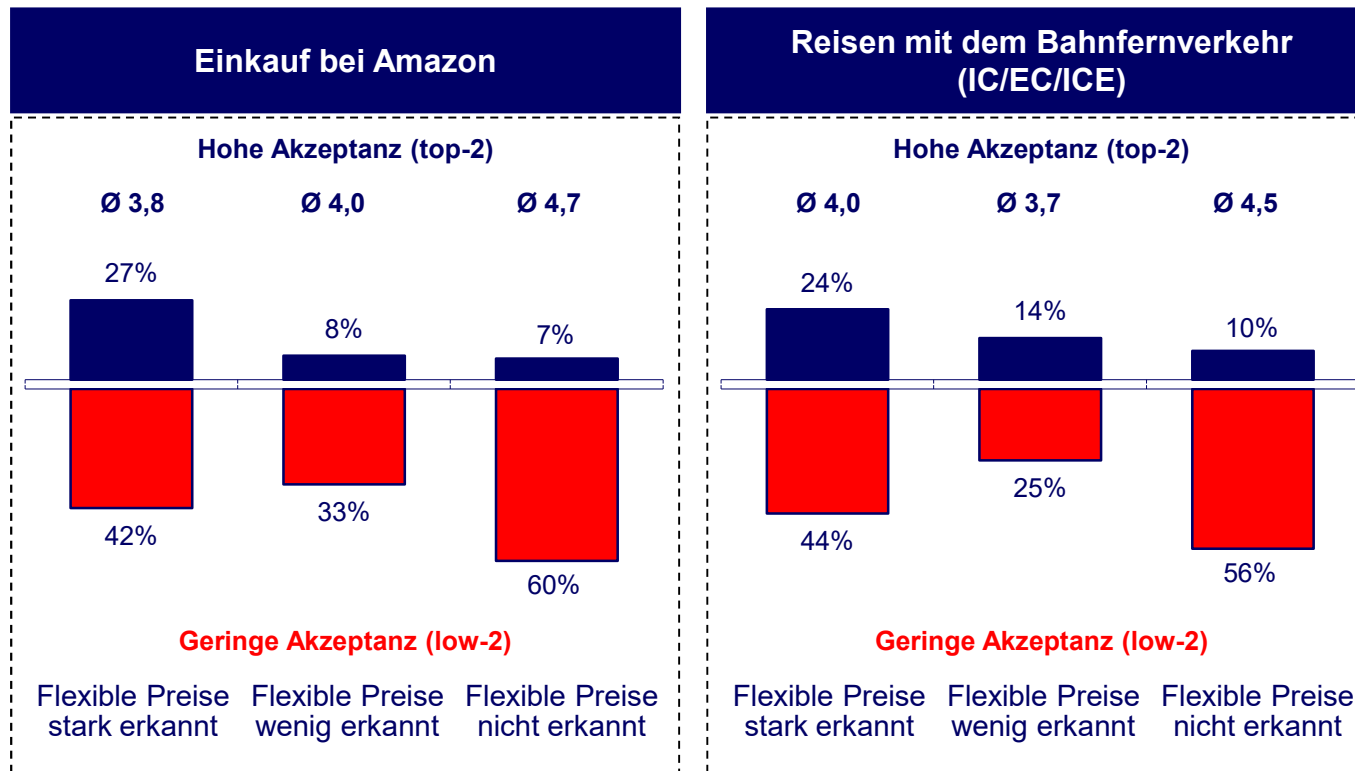
1) Im Handel wird das Thema einer dynamischen Preisgestaltung diskutiert, bei dem die Produktpreise häufiger angepasst werden. D.h. wenn die Nachfrage steigt, steigt der Preis, wenn die Nachfrage fällt, sinkt der Preis. Bei welchen Produkten fänden Sie das sinnvoll? Bitte nutzen Sie eine Skala von 1 = „Finde ich sehr sinnvoll“ bis 6 = „Finde ich nicht sinnvoll“. Segmentierung auf Basis einer K-Means Clusterung unter Einbeziehung der 20 Einzelbewertungen zur Akzeptanz des Dynamic Pricing.

Quelle: **exeo** Strategic Consulting AG / Rogator AG

# Verbraucher, die keine dynamische Preisveränderungen wahrnehmen, zeigen eine besonders kritische Bewertung der flexiblen Preisbildung



## Einkauf bei Amazon / Buchung Bahnreisen: Akzeptanz einer flexiblen Preisgestaltung in Abhängigkeit von der Wahrnehmung von flexiblen Preisen (% der Befragten)<sup>1)</sup>



1) Wie stark akzeptieren Sie die flexible Preisbildung bei den folgenden Beispielen? Skala 1 = Akzeptiere ich voll und ganz bis 6 = Akzeptiere ich überhaupt nicht