



# Realitätsnahe Marktsimulationen

Anwenderorientierte Tools  
zum Justieren und Prognostizieren

Johannes Lüken

Leiter Multivariate Analysen

## Realitätsnahe Marktsimulationen

---

### Anwenderorientierte Tools zum Justieren und Prognostizieren

1. Conjoint-Analysen und Marktsimulationen
2. Justierung realer Marktsituationen
3. MASIM: neue Möglichkeiten
4. Fallstudie „LKW-Markt“
5. Das Online-Simulationstool MASIM
  - 5.1 Simulationen mit MASIM
  - 5.2 Automatischer Grafik-Export (flashbasiert)

## Conjoint und Marktsimulationen

---

- Marktsimulationen als Baustein von Conjoint-Studien
- Die Qualität des Conjoint-Modells
- Statistische Schwankungen

## Abbildung realer Märkte durch Simulationsmodelle

---

- Vergleich realer Marktdaten mit Simulationsergebnissen
- Externe Einflüsse
- Komplexität des Marktes (Vielfalt von Produktvarianten)
- Eine exakte Übereinstimmung mit Marktdaten kann nicht erwartet werden

## Justierung von Simulationsmodellen

---

- Anpassung des Simulationsmodells an eine reale Marktsituation
- Gefahr inhaltlicher Verzerrungen
- Anpassung der Daten an die Realität = unspezifische Veränderung der Datenstruktur
- Anpassung des Rechenmodells an die Realität = „minimalinvasiv“

## Durchführung von Justierungen

---

- Randomized First Choice
- Variable Parameter als Stellschrauben für Justierungen
- Fachgerechte Justierungen sind komplex und stellen hohe Anforderungen
- **MASIM** besitzt integrierte Tools, die solche Justierungen automatisch durchführen

## Weitere Features von MASIM

---

- Alle wesentlichen Choice-Algorithmen
- Möglichkeiten für Hochrechnungen und Projektionen
- Berechnung von Umsätzen und Gewinnen
- Optimierung von Produkten im Hinblick auf Marktanteile, Umsätze und Gewinne
- Parallele Analysen
- Grafische Aufbereitung der Ergebnisse
- Umfangreiche Projekt- und Nutzerverwaltung

## Generelle Vorteile von MASIM

---

- Globaler Zugriff
- Keine Installation
- Automatischer Zugriff auf die aktuelle Version
- Transparenz
- Flexible Rechtevergabe („what you see is what you need“)

## Fallstudie: Einführung neuer Produktlinien im LKW-Markt

---

### Ziele der Studie

- Was sind aus Sicht der Unternehmen die **wesentlichen Kriterien** beim Kauf eines LKWs (Keydriver-Analyse)?
- Wie ist die **Präferenzstruktur** zentraler Aspekte von LKWs (Relative Wichtigkeit der Merkmale, Identifizierung präferierter Ausprägungen, Kaufentscheidungsschwellen)?
- Wie ist die **Zahlungsbereitschaft** für Produktverbesserungen/Ausstattungsfeatures?
- Welche **Marktvolumen** (Stückzahlen, Umsätze) lassen sich durch Angebotsvariationen erreichen (Potenzialanalyse)?
- Welche **Marktanteile** und **Gewinne** lassen sich durch verschiedene Preisstellungen und Produktvariationen erzielen (Preiselastizitäten und Gewinnkurven)?
- Wie sieht die **optimale** (gewinnoptimierte) Produktpalette aus?

## Fallstudie: Einführung neuer Produktlinien im LKW-Markt

### Conjointmodell: Merkmale

#### Merkmale

Hersteller
Fahrerhaus
Leistung
Klimaanlage/-automatik
Windleitteile
Fahrerhaus metallic lackiert
Ausstattungslineie
Servicepakete
Preis (€)

## Fallstudie: Einführung neuer Produktlinien im LKW-Markt

### Conjointmodell: Merkmale und Ausprägungen

Merkmale	Ausprägungen					
Hersteller	Mega Buzz	Scan Carrier	Intercargo	Eurotruck	Firaco	
Fahrerhaus	Standard	Medium	Large	Extendable		
Leistung	350 PS	400 PS	450 PS	500 PS	550 PS	
Klimaanlage/-automatik	nein	Klimaanlage	Klimaautomatik			
Windleitteile	nein	ja				
Fahrerhaus metallic lackiert	nein	ja				
Ausstattungsline	Basis	Komfort	High Tech			
Servicepakete	keins	Servicecard (150€ / Monat)	Basispaket (300€ / Monat)	Rundumpaket (500€ / Monat)		
Preis (€)	70,000	75,000	80,000	85,000	90,000	95,000

## Fallstudie: Einführung neuer Produktlinien im LKW-Markt

### Conjointmodell: Durchschnittliche Nutzenstrukturmatrix

Merkmale	Ausprägungen					
Hersteller	Mega Buzz	Scan Carrier	Intercargo	Eurotruck	Firaco	
12.9						
Fahrerhaus	Standard	Medium	Large	Extendable		
16.2						
Leistung	350 PS	400 PS	450 PS	500 PS	550 PS	
18.2						
Klimaanlage/-automatik	nein	Klimaanlage	Klimaautomatik			
2.8						
Windleitteile	nein	ja				
3.2						
Fahrerhaus metallic lackiert	nein	ja				
2.3						
Ausstattungsline	Basis	Komfort	High Tech			
3.1						
Servicepakete	keins	Servicecard (150€ / Monat)	Basispaket (300€ / Monat)	Rundumpaket (500€ / Monat)		
1.2						
Preis (€)	70,000	75,000	80,000	85,000	90,000	95,000
40.1						
Summe	100.0					

## Fallstudie: Einführung neuer Produktlinien im LKW-Markt

### Conjointmodell: Durchschnittliche Nutzenstrukturmatrix

Merkmale	Ausprägungen					
Hersteller	Mega Buzz	Scan Carrier	Intercargo	Eurotruck	Firaco	
12.9	11.3	10.6	12.9	3.1	0.0	
Fahrerhaus	Standard	Medium	Large	Extendable		
16.2	0.0	4.7	9.3	16.2		
Leistung	350 PS	400 PS	450 PS	500 PS	550 PS	
18.2	0.0	4.7	9.1	13.8	18.2	
Klimaanlage/-automatik	nein	Klimaanlage	Klimaautomatik			
2.8	0.0	1.8	2.8			
Windleitteile	nein	ja				
3.2	0.0	3.2				
Fahrerhaus metallic lackiert	nein	ja				
2.3	0.0	2.3				
Ausstattungsline	Basis	Komfort	High Tech			
3.1	0.0	2.1	3.1			
Servicepakete	keins	Servicecard (150€ / Monat)	Basispaket (300€ / Monat)	Rundumpaket (500€ / Monat)		
1.2	0.7	1.2	0.2	0.0		
Preis (€)	70,000	75,000	80,000	85,000	90,000	95,000
40.1	40.1	33.7	25.7	16.6	8.7	0.0
Summe	100.0					

## Fallstudie: Einführung neuer Produktlinien im LKW-Markt

### Marktmodell: Reale und berechnete Marktanteile

		Realer Markt	Anteile im Modellmarkt	Abweichungen (absolut)	
Mega Buzz		23,0%	27,3%	4,3%	} 21,8%
Scan Carrier		13,0%	19,6%	6,6%	
Intercargo		10,0%	10,0%	0,0%	
Eurotruck		17,0%	20,2%	3,2%	
Firaco		12,0%	19,7%	7,7%	
Andere/Kein Kauf		25,0%	3,2%	21,8%	

## Fallstudie: Einführung neuer Produktlinien im LKW-Markt

### Marktmodell: Justierung nach "kein Kauf"-Anteil

		Realer Markt	Anteile im Modellmarkt	Abweichungen (absolut)	
Mega Buzz		23,0%	23,2%	0,2%	} 11,7%
Scan Carrier		13,0%	15,2%	2,2%	
Intercargo		10,0%	6,9%	3,2%	
Eurotruck		17,0%	14,3%	2,7%	
Firaco		12,0%	15,5%	3,5%	
Andere/Kein Kauf		25,0%	25,0%	0,0%	

## Fallstudie: Einführung neuer Produktlinien im LKW-Markt

### Marktmodell: Justierung der Modellparameter

		Realer Markt	Anteile im Modellmarkt	Abweichungen (absolut)	
Mega Buzz		23,0%	20,1%	2,9%	} 7,6%
Scan Carrier		13,0%	14,9%	1,9%	
Intercargo		10,0%	10,0%	0,0%	
Eurotruck		17,0%	16,8%	0,2%	
Firaco		12,0%	14,5%	2,5%	
Andere/Kein Kauf		25,0%	23,7%	1,3%	

## Fallstudie: Einführung neuer Produktlinien im LKW-Markt

### Marktmodell: Justierung der Hersteller

		Realer Markt	Anteile im Modellmarkt	Abweichungen (absolut)	
Mega Buzz		23,0%	23,0%	0,0%	} 0,0%
Scan Carrier		13,0%	13,0%	0,0%	
Intercargo		10,0%	10,0%	0,0%	
Eurotruck		17,0%	17,0%	0,0%	
Firaco		12,0%	12,0%	0,0%	
Andere/Kein Kauf		25,0%	25,0%	0,0%	

## Demonstration des Online-Simulationstools MASIM

---

## Export flashbasierter Grafik-Objekte

---

## Grafik-Export Beispiel 2

---

## Grafik-Export Beispiel 3

---



# Realitätsnahe Marktsimulationen

Anwenderorientierte Tools  
zum Justieren und Prognostizieren

Johannes Lüken

Leiter Multivariate Analysen



# Realitätsnahe Marktsimulationen

Anwenderorientierte Tools  
zum Justieren und Prognostizieren

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit  
und auf Wiedersehen.