**SPEAKER\_01 [00:00-00:24]:**

Wenn Sie es im Vergleich sehen, vielleicht auch feststellen, wie Sie das Häkchen da mal vergessen haben beim Preis jetzt in dem Fall, ja, dann sieht das, glaube ich, auch nicht komplett anders aus. Aber dennoch ist es so bei uns die Empfehlung, dass das genommen werden soll. Könnten wir das dann vielleicht sogar als Default festlegen? Nee, das geht leider nicht.

**SPEAKER\_01 [00:27-01:50]:**

Das heißt, das sollten wir praktisch, wenn wir anfangen. Ja, also genau. Sie können natürlich grundsätzlich Simulationen, also wenn das erstmal, ich habe das bei den bisherigen Simulationen auch hoffentlich immer angeklickt. Wie gesagt, die praktischen Auswirkungen sind jetzt irgendwie auch relativ übersichtlich, wenn man es dann doch mal vergessen haben sollte. Sie können aber eben Simulationen auch kopieren und Simulationen natürlich auch löschen. Und eine, die Sie kopieren, wo das schon eben eingestellt ist, ja, dann werden diese Einstellungen eben halt mit kopiert. Wenn Sie vielleicht dazu... Wenn Sie vielleicht dazu nochmal einmal auf Abbrechen gehen. Ich möchte Ihnen noch eben zeigen, wo das eben auszuwählen ist. Sie haben jetzt in diesem Modell eine Simulation. Das ist die, die eben angeklickt ist. Und wenn Sie jetzt mit der Maus nach rechts gehen, haben Sie die Möglichkeit, entweder diese Simulation zu löschen oder eben halt zu kopieren. Machen wir es gerne mal mit dem Kopieren. Dann ist es jetzt eins zu eins das Gleiche. Das braucht man meistens natürlich so in dieser Form nicht. Aber es kann eben eine gute... Es kann eine gute Grundlage sein, um zum Beispiel dann andere Produkte noch mitlaufen zu lassen. Aber dann braucht man diese ganzen Einstellungen nicht nochmal zu machen. So viele sind es ja eigentlich nicht. Es ist ja eigentlich ja nur diese Einstellung. Genau, das können Sie auch ruhig wieder löschen.

**SPEAKER\_01 [01:56-02:06]:**

Genau, das wären jetzt so... Achso, ja doch. Einen Punkt sollten wir noch angucken. Der geht aber auch relativ schnell.

**SPEAKER\_01 [02:08-05:09]:**

Das ist eigentlich nur Excel. Also direkt als Excel oder CSV möglich. Sie können das gerne auch mal testen. dann ist das in Ihrem Download-Ordner. Und das ist ja auf verschiedenen Reitern, gerade wenn Sie mehrere Simulationen haben. Aber da können Sie natürlich so die ganzen Zahlen dann entsprechend rauskopieren. Das ist das eine. Was ich Ihnen noch gezeigt haben wollte. Und das andere ist, dass wir, wenn Sie vielleicht nochmal einfach die Berechnung nochmal starten, respektive auf zurückgehen, in dem Fall oben rechts. Und wir die Simulationsergebnisse sehen. Wir können Einfluss nehmen auf das, was wir sehen. Und das geht über das Zahnrad. Jetzt müssten Sie nochmal kurz hochscrollen. Und Sie in dem... Ja, ganz genau. Darüber kann man jetzt verschiedene... Einstellungen vornehmen, was den Output angeht. Erstmal sogar da so ganz allgemeine. Da können Sie zum Beispiel das Label für Keinkauf auch ändern. Man kann auch generell die Sprache natürlich auf Englisch stellen, genau wie Sie es jetzt gemacht haben. Ich glaube, das sind alles soweit relativ selbsterklärende. Aber apropos Englisch. Also unsere Kundin haben Sie ja auch im Gespräch mitgekriegt. War ja Englisch... Oder würden wir Englisch sprechen? Ja. Ist dann nur die Ausgabe auch... Auf Englisch? Oder könnte auch diese ganze Oberfläche auf Englisch sein? Das geht auch. Wenn wir Kunden neu anlegen, respektive am Ende müssten sie es wahrscheinlich sogar machen. Aber das können wir dann nochmal schauen. Dann legt man eben halt so eine Sprache fest. Also Deutsch oder Englisch sind dann die Auswahlmöglichkeiten. Und wenn man Englisch festlegt, dann ist auch die ganze Menüführung auf Englisch. Dann können wir das aber auf jeden Fall ändern, weil das weiß ich. Das wird ein Thema sein. Ja. Wir müssen es dann nur gleich so anlegen, gewissermaßen. Also die Kundin dann so anlegen. Achso, und dann die Kundin... Die Kundin hat dann praktisch eine englische Wahrnehmung und wir haben noch eine deutsche. Ja. Ich glaube, dann wäre es mir lieb, wenn wir alle einheitlich auf Englisch sind, weil ich mir ja vorstelle, dass ich der Kundin anhand dessen, was sie uns gezeigt haben, ihr zeigen würde, was... Äh... Wie es praktisch umzusetzen ist, ne? Ja, ich denke, dass es geht. Dass ich sie dann rückwirkend auf Englisch umstelle, müsste ich Alex nochmal ausprobieren. Das müssten wir im schlimmsten Fall nochmal neu löschen und einen neuen Account erstellen. Darüber wird es dann auf jeden Fall möglich sein.

**SPEAKER\_01 [05:12-06:21]:**

Gut. Wenn Sie vielleicht nochmal auf Reporting gehen. Richtig, da die Stelle. Das ist zum Beispiel der Bereich. Ich habe das so ein, zweimal angesprochen. Sie sehen am Anfang jetzt bei dem Output jede Menge Informationen. Hier kann man das wegklicken. Wenn man jetzt so die Übersicht nicht immer dabei haben möchte oder die Merkmale und Ausprägungen, an denen sich ja nichts ändert. Die sind ja immer die gleichen. Dann kann man es hier wegnehmen und man kann auch noch hier... Ja gut, das Thema ist jetzt ein bisschen zu kurz gekommen. Man kann eben neben den Anteilen, die wir uns jetzt angeguckt haben, zum Beispiel auch Einnahmen. Einnahmen sich anzeigen lassen. Da ist jetzt einfach eine Multiplikation sozusagen. Wir haben ja für jedes Produkt einen Preis und wir wissen, wie viele Befragte das gewählt haben. Das würde dann als Einnahmen ausgewiesen werden. Ich weiß nicht, inwieweit das für Sie von Interesse ist, aber grundsätzlich gibt es diese Möglichkeiten. Und es gäbe auch, wenn man jetzt noch die Kosten von Produkten...

**SPEAKER\_01 [06:23-06:27]:**

Wüsste auch die Möglichkeit, eben halt Kosten oder eben halt auch Gewinne auszuweisen.

**SPEAKER\_01 [06:32-12:48]:**

Hochrechnungsbasen, ja, das ist vielleicht jetzt auch nicht so ganz im Vordergrund stehend. Man könnte natürlich auch ausweisen, speziell dann vielleicht für Einnahmen ist das interessant, wenn ich weiß, mein Markt besteht nicht nur aus den 506 Befragten, die ich habe, sondern... Das sind vielleicht... Zwei Millionen oder sowas, dann könnte man darüber eben entsprechend auch am Ende auch nur eine Multiplikation einfach die Einnahmen sozusagen in der tatsächlichen Größenordnung ausgeben lassen. Man kann noch auf das Chart auch Einfluss nehmen, ob es zum Beispiel ein Szenario ist oder eben alle Szenarien. Das ist das mit den Preisen, wo Sie vorhin... Wenn wir auf ein Produkt drei Preise festgelegt haben und darüber verschiedene Szenarien rechnen, dann können die in dem Balkendiagramm, Balken war es, was wir vorhin gesehen haben, dann werden die so nebeneinander auch dargestellt, also in einem Chart gewissermaßen. Das sind jetzt alles Sachen, die jetzt nur so ganz kurz angerissen sind. Dann haben Sie schon mal gehört, das gibt es so grundsätzlich. Da können wir aber auf jeden Fall auch gerne nochmal dann zu sprechen. Oder ja, vielleicht... Sie probieren es erst mal so, sich ein bisschen... Probieren einfach mal da ein bisschen aus. Und dann können wir vielleicht in ein, zwei Tagen, morgen ist es vielleicht doch gar nicht so gut, aber Freitag oder Montag uns auch nochmal austauschen. Vielleicht machen wir noch ein Teams-Meeting, wo Sie vielleicht Fragen, die sich ergeben haben, dann nochmal stellen können. Ja, ich glaube, das ist schon gut, dass wir einfach jetzt mal überlegen vor dem Hintergrund. Also, was wir jetzt mitkriegen für die... Kundin, es wäre eigentlich so die wichtigste Frage, welche Rolle spielt der Manufacturer? Also, wenn dieses Produkt auf den Markt kommen würde, macht es einen Unterschied, ob es von Royal Canin ist, ob es von Blue Buffalo ist oder ob es vielleicht auch von diesen bis jetzt noch unbekannten neuen Marke wäre. Also, ich glaube, das sind so Sachen, die wir mal für uns jetzt ausprobieren würden, wie wir das sozusagen umsetzen könnten. Das wäre ja eigentlich, dass man für ein Spektrum die drei Preise hätte und dann die acht verschiedenen Marken, dass sich dann einmal anschauen könnte, was wären ja dann 24 Diagramme, die da rauskommen würden und dass man dann überlegt, was man damit machen würde. Sie können, sofern das eben soweit bekannt ist, natürlich jetzt auch, sagen wir mal, sieben fixe Produkte anlegen, wie Sie eben, ja, vielleicht aktuell... Im Markt sind und dann diesen neuen oder unbekannten Hersteller, den variieren, dann haben Sie nicht so ganz so viele Variationen sozusagen oder nicht ganz so viele Produkte nebeneinander stehen. Ja, das große Problem ist ja für uns, wir haben ja hier, wir bilden ja eigentlich keinen reellen Markt ab, sondern das ist ja, ich will es mal als Wargaming bezeichnen, wo der Kunde einfach verstehen möchte, was würde passieren, wenn... Dieses Produkt auf den Markt kommt in der Kombination XY, was ist sozusagen das, die Option, die für Sie selbst am gefährlichsten ist, weil Sie ja jetzt Böhringer mit den Produkten ja gar nicht in unserem Szenario, in unserem CWC vertreten ist, ne? Ja. Also ist das jetzt schon ein bisschen andere Situation, als wenn man so normale Conjoints hat, ich kenne das ja auch. Ja. Wo man dann schon mal... Ja. Wo man dann wirklich versucht, so den realen Markt abzubilden und dann kommt das neue Produkt dazu, was passiert dann, wie verschieben sich Präferenzanteile, sowas haben wir ja hier auch nicht, also insofern auch eine Gewichtung mit Marktanteilen und ähnliches, das gibt es hier einfach nicht, das ist, ne? Also insofern sind wir wirklich eher so auf diesem exploratorischen Bereich, was würde passieren, wenn Produkt XY von Hersteller A oder Hersteller B angeboten wird, welchen Einfluss hat der? Der Kanal, wenn dieses Produkt wo angeboten wird, also ich glaube, da müssen wir jetzt einfach gucken, wie wir uns da dann tasten, ne? Aber dass wir dann mit Ihnen... Und dass wir dann einen explorativen Charakter haben. Ja. Aber dass wir dann die Chance haben oder gerne mit Ihnen nochmal drüber sprechen können, wie wir vielleicht auch etwas optimieren können. Also ich kann mir vorstellen, dass wir jetzt, sag ich mal, auf der Ebene der Wetts mal so ein bisschen durchspielen und gucken, inwieweit das geht und dass man dann überlegt, wie übertragen... Ja, das sage ich, das sind voll auf die Pet-Oner. Okay, also ich habe jetzt so einen Hauch mehr, aber das ist jetzt auch kein riesiger Unterschied, einen Hauch mehr bei den Onern angelegt, also jetzt insbesondere diese letzte Selektionsvariable, die liegt bei den Wetts jetzt nicht vor. Genau. Das ist aber auch überhaupt nicht schlimm, nur dass Sie sich dann wirklich auf eine Variante konzentrieren, sonst macht es natürlich auch keinen Sinn, nicht? Wir haben einen Teil der Simulation jetzt in dem einen und einen anderen Teil da, dann sollte es wirklich eine Variante sein. Mhm, gut. Aber ansonsten steht ja nicht in den Wetts. Ja, also diese Selektionsvariablen, die sind natürlich ja etwas, die, ich sag mal, datensatzabhängig sind. Also, wie Sie ja schon gesagt haben, Variante, Selektionskriterium E1, Y1, das haben wir bei den Wetts nicht. Dass wir haben sowas, was vielleicht analog ist halt, auf der einen haben wir die User von den verschiedenen Parasitenmarken. Auf der anderen Seite haben wir auch bei den Wetts die Rekommender der verschiedenen Parasitenmarken. Also das könnte, ich sag mal, Splitz sein, Selektionskriterien, die relativ ähnlich auch gestaltet sind. Ansonsten wird die Ähnlichkeit ja in unserer Analyse eher darin liegen, dass wir sagen, wir definieren aus Wettsicht ein bestes Produkt. Wie schneidet dieses beste Produkt dann bei den Onern ab und umgedreht?

**SPEAKER\_01 [12:50-14:14]:**

Ja. Genau. Genau. Genau. Genau. Genau. Genau. Genau. In verschiedenen Kopfgruppen, die vielleicht Hilfestellung bieten, dafür die Fragestellung, welche Gruppen sich unterscheiden, was interessant sein kann, auch im Kontext der Marktsimulationen eben berücksichtigt zu werden. Verstanden. Also wird es auf jeden Fall dann so sein, dass wir sagen, wir haben wahrscheinlich Ähnlichkeiten in Bezug auf Produkt und Szenarien und der Simulationssimulation, dass das ähnlich ist zwischen den beiden Zielgruppen. Aber Selektionskriterien wird dann etwas sein, was halt spezifisch ist. Genau. Das müsste man auch sagen. Ja. Aber dann war der Hinweis doch gut. Ich glaube, dann fangen wir doch lieber an mit dem, ich sage mal, Pet-Oner herumzuspielen, wenn Sie sagen, da ist einfach schon ein bisschen mehr angelegt. Ja. Sie können auch gerne bei den Wetts noch mal schauen. Ich muss gestehen, ich habe da jetzt heute und die letzten Tage auch gar nicht mehr angeguckt. Also der Unterschied ist relativ gering, aber im Zweifel sind die die Oner eben. Also auf einem etwas weiteren Stand als die Wetts. Okay. Gut. Ich glaube, dann sind wir jetzt soweit, dass wir schon mal ein bisschen loslegen können. Ich hätte jetzt noch die Frage, wie würde man das jetzt handhaben, dass die Kundin das auch bekommt?

**SPEAKER\_01 [14:19-16:49]:**

Also es ist so, dass aus Datenschutzgründen, wie es heißt, wir das eigentlich nicht. Das heißt, eigentlich kann ich rausnehmen, dass wir das gar nicht mehr machen dürfen. Das haben wir all die Jahre gemacht für unsere Kunden, Endkunden sozusagen oder deren Kunden einzurichten. Das wäre etwas, was Sie letztlich übernehmen müssten. Es gibt zwar noch so, wenn das partout nicht klappen sollte, auch noch einen Ausweg gewissermaßen. Für diesen Teil haben wir aber tatsächlich dann doch mal eine Dokumentation. Und das könnten wir dann auch. Das könnten wir dann auch praktisch vielleicht auch zusammen beim Telefon nochmal machen. Aber wie gesagt, das ist so ein Datenschutzthema, dass wir gar nicht wissen dürfen, was jetzt auf Ihrer Seite für Endkunden agieren. Okay. Es ist jetzt auch nicht so besonders kompliziert, muss man sagen. Wenn man zusammen telefonisch durchgeht, ich denke, dass es in einer Viertelstunde dann auch erledigt ist. Das heißt praktisch mit diesem Zugang, den wir jetzt haben, können wir einen weiteren Zugang führen. Für jemand anders erstellen. Ich müsste es nochmal überprüfen. Dazu sind eben gewisse Rechte notwendig. Aber ich glaube, Sie haben diese Rechte, also schon sehr hohe Rechte. Aber das müsste ich dann nochmal schauen. Ich würde Ihnen jetzt dennoch natürlich empfehlen, erstmal selber sich zu orientieren, was Masem angeht und die Möglichkeiten, die das Projekt eben so mit sich gibt. Und dann wäre es sicherlich auch empfehlenswert, dass wir die Projekte kopieren. dass Ihre Kundin nicht in dem arbeitet, was Sie auch gemacht haben. Weil ruckzuck ist irgendwas vielleicht auch verstellt und irgendwelche Ergebnisse sind nicht mehr, wie sie mal gewesen sind. Und man kann das nicht rekonstruieren. Das würde sich sicherlich empfehlen, ein Kopieprojekt für Ihre Kunden zu machen. Okay. Das können wir aber genau noch sehen. Das ist jetzt auch nichts, was irgendwie kompliziert wäre. Ja, also die Kundin möchte halt. Hat uns gebeten, dass wir ihr nächste Woche dann, also Montag will sie schon mal so ein Draft-Bericht. Und dann Ende nächster Woche halt auch einen, ja, ich sag mal Extended Top-Lines oder wie man es bezeichnen will. Und in diesem Zuge dann vielleicht auch schon diesen Zugang zu Masem.

**SPEAKER\_01 [16:51-17:04]:**

Lässt sich auf jeden Fall machen. Gut, okay. Das heißt, wir sollten uns dann Mitte nächster Woche auf jeden Fall kurz. Schließen, damit wir dann diese Kundenversion irgendwann auch erstellen. Okay, gut.

**SPEAKER\_01 [17:06-17:10]:**

Ja, Jenny, Alexandra, fallen euch noch Fragen ein?

**SPEAKER\_00 [17:11-17:17]:**

Alles geklärt. Ich hatte auf meiner Liste auch hauptsächlich den Punkt mit der englischen Sprache und den haben wir geklärt. Also sieht gut aus.

**SPEAKER\_01 [17:19-17:25]:**

Okay, wie gesagt, sonst melden Sie sich einfach, wenn akut dann Fragen aufkommen.

**SPEAKER\_01 [17:28-19:23]:**

Und ansonsten steht das Angebot, dass wir dann Freitag oder Montag. Oder ja, wann es eben auch aus Ihrer Sicht dann sinnvoll und passend ist, dass wir uns dann noch mal eine halbe Stunde per Teams austauschen und das auch vielleicht noch durchgehen können, was irgendwie unklar ist. Also aus meiner Sicht ist es wirklich so. Natürlich sind das jetzt erst mal so ein paar Informationen, aber eigentlich ist das wirklich sehr, sehr intuitiv zu machen. Diese, gerade diese Punkte, die ich eingangs so beschrieben hatte, wenn man jetzt dem Menübaum folgt. Ja, das ist ja schon auch. Auch in der Hauptsache etwas, womit Sie in der Praxis gar nichts zu tun haben, wie irgendwelche Daten hochgeladen werden und ähnliches mehr. Sie müssen eigentlich ja nur Simulationen erstellen. Genau, das bringt mich aber noch mal zu einem Punkt. Ich habe nämlich heute Morgen doch auch noch mal reingeguckt und habe dann gesehen, unter Bearbeiten gibt es ja so Sachen wie Titel, Logos und ähnliches. Das könnten wir also jetzt praktisch freigestalten, damit dann auch für den Kunden. Mehr oder minder ein Bonsai-Branding drauf wäre. Ja, also ja, kann man schon machen. Ich muss zugeben, dass ich das schon ganz lange nicht mehr gemacht habe. Die Frage ist jetzt, an welcher Stelle er erscheint ist. Also das wird wahrscheinlich dann in Marsim selber erscheinen, weil einen schönen PDF-Output können wir ja irgendwie, glaube ich, nicht erstellen. Zumindest war er vorhin auch deaktiviert. Aber Sie meinen schon das in Marsim selber, oder? Das weiß ich ja nicht. Ich frage Sie. Ich frage Sie ja eher, weil ich gesehen habe, hier kann ich ein Logo irgendwo einbinden oder in der Benutzeroberfläche. Ja, also ich fürchte tatsächlich, ich habe noch nie ein Logo eingebunden. Ich weiß, dass es die Möglichkeit gibt. Sie steht da ja auch. Ich kann es aber gerne einfach mal ausprobieren und dann kann man gucken, was passiert. Gut, also ich meine, im Gegenzug könnten wir es auch ausprobieren, aber nicht, dass wir irgendwas zerschießen.

**SPEAKER\_01 [19:26-19:47]:**

Also fände ich jetzt schon ganz schön, so im Namen auch von Corporate Branding, dass man sagt, das ist Marsim von Bonsai, Ihnen, dem Kunden dann übermittelt oder so. Also ich meine, das ist Ihr Tool Marsim, aber dass Sie wissen, aha, das ist aus der Zusammenarbeit mit Bonsai oder so entstanden, wäre nicht verkehrt.

**SPEAKER\_01 [19:51-22:44]:**

Okay. Ja, dann würde ich sagen, erstmal vielen, vielen herzlichen Dank. Ja, sehr gerne. Ich hoffe, dass es so einigermaßen nachvollziehbar gewesen ist. Aber vieles klärt sich eben, wenn man es... Selbst wenn man selber ein bisschen durchgespielt hat. Ja, ich glaube, unser größtes Problem ist wirklich, dass wir nicht einen realen Markt machen, sondern dieses Wargaming und dann zu überlegen, was sind da dann die Wargaming-Alternativen, die wir da mit reinnehmen. Und auf der anderen Seite glaube ich, auch für den Kunden wird das schon ein Aha-Effekt sein, dass dieser Non-Anteil doch so hoch ist. Ich meine, wir haben in dem... Fragen dazu auch gute Begründungen. Wir haben jetzt eben die Pet-Owner gemacht. Ich würde jetzt sogar vermuten, dass dieser Non-Anteil bei den Wetts noch deutlich höher wäre. Ich glaube, der ist geringer, wenn ich das richtig erinnere. Das liegt ja schon so ein bisschen zurück. Okay. Weil wir hatten bei den Wetts eigentlich so, ich sage mal, das Interesse an dem Konzept eher geringer. Nach dem Motto größere Skepsis. Weil, ob dann ohne überhaupt... Indicated Food möchte oder Bedenken mit Resistenzen oder ob da Über-Unterdosierung und so weiter ist. Also da war bei den Wetts eigentlich mehr Bedenken. Insofern hätte ich jetzt vermutet, dass die Non-Anteile doch bei den Wetts deutlich größer sind. Also ich meine jetzt auch den Anteil der Befragten, die immer Non gesagt haben zu allen. Der war aber, glaube ich, bei den Wetts geringer. Ich glaube, ungefähr halb so groß. Wenn ich es richtig erinnere. Aber es liegt jetzt auch schon ein paar Wappen zurück, dass ich mir das Thema angeschaut habe. Auf jeden Fall war es nicht ganz gleich. Ja, das ist natürlich so ein gewisses Problem. Hatten wir ja da ja auch schon soweit alles besprochen. Wie geht man mit solchen Fällen um in der Simulation oder in anderen Teilen der Auswertung? Sie helfen ja eigentlich nicht so wirklich weiter. Gleichzeitig sind sie natürlich auch wieder ein realistischer Spiegel. Jetzt ist vielleicht bei dieser Fragestellung oder bei dem explorativen Charakter des Ganzen, das irgendwie auch... Das ist ein bisschen anders zu bewerten. Aber ansonsten will man natürlich dann auch mitunter wissen, wie viel Marktanteil, welchen Marktanteil kann ich erreichen? Wie viele Leute kann ich sowieso nicht erreichen? Das ist ja auch eine Information, die durchaus wichtig ist. Aber klar, aus rein conjoint technischer Sicht kann man natürlich nicht so ganz viel anfangen mit den Leuten, die immer Non gesagt haben. Das ist schon relativ schwierig. Ja, gut. Ja, dann vielen, vielen herzlichen Dank. Sehr gerne. Und dann fangen wir uns... Garantiert. Bestimmt. Okay, alles klar. Frau Bassa, ich mache das dann gleich mit dem Masum-Zugang für Sie nochmal.

**SPEAKER\_00 [22:45-22:46]:**

Alles klar, vielen Dank.

**SPEAKER\_01 [22:47-22:56]:**

Ja, sehr gerne. Gut, gut. Dann soweit erst einmal und dann bis in Kürze. Ja, bis dann. Machen Sie es gut. Tschüss. Danke Ihnen. Tschüss. Tschüss.