

xelper

Mit Marktforschung von heute.
Wettbewerbsstark für morgen.



xelper kann

Daten erheben

KI-moderierte Kurzinterviews
per Chat.

Daten analysieren

Inhaltsanalyse qualitativer Daten – von
offenen Nennungen bis Fokusgruppen.

Projekte begleiten

Professionelle Unterstützung beim
methodisch fundierten Einsatz von KI in
der qualitativen Forschung.

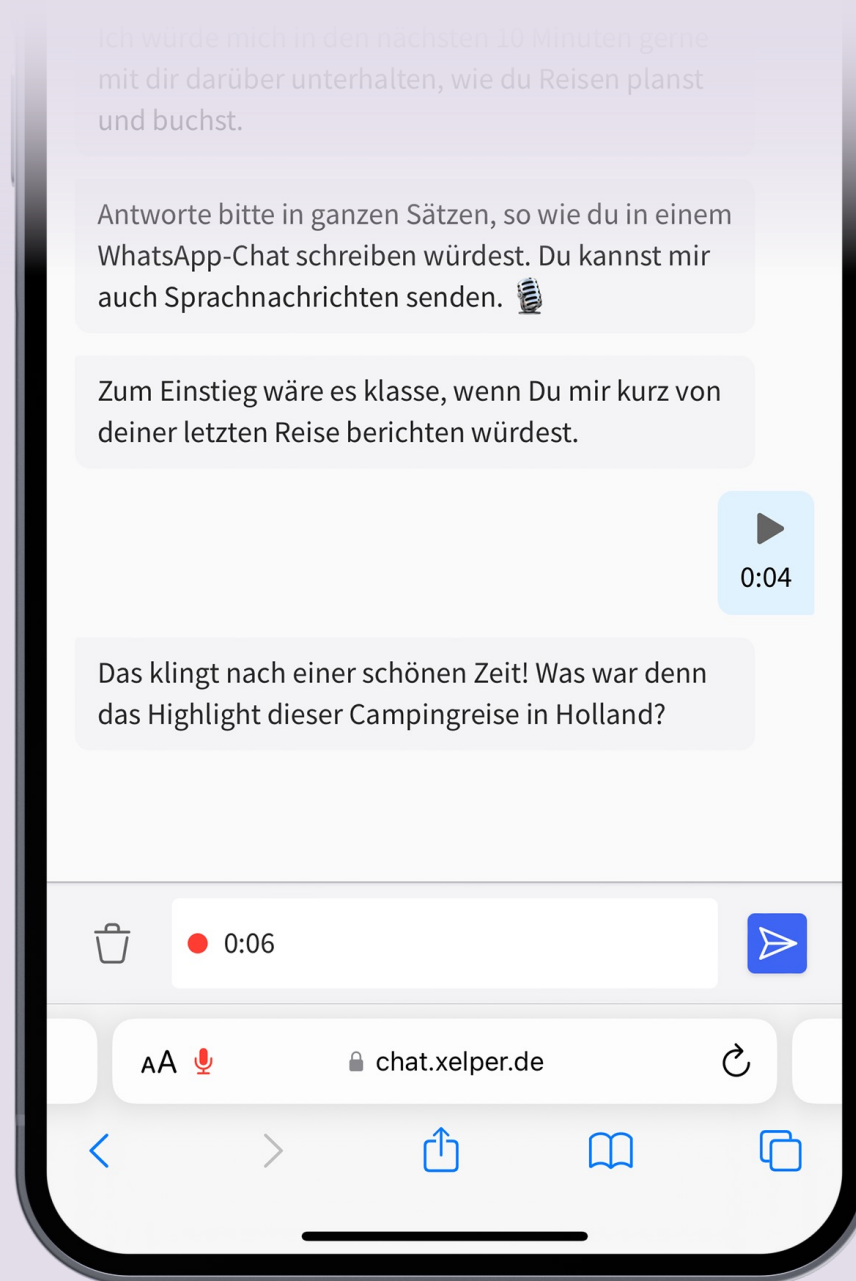
Daten erheben

Wir glauben: Künstliche
Intelligenz hilft uns,
echte Menschen besser
zu verstehen.

Mit KI-moderierten
Kurzinterviews
kombiniert xelper
qualitative Daten mit
quantitativer
Skalierbarkeit.

Unser Bot ist ein **guter Interviewer**

- × Thematisches Briefing
- × Kontextbezogene Rückfragen
- × Individualisierte Themen nach Profilen
- × Text- und Sprach-Nachrichten als Input
- × Kommunikation in mehreren Sprachen
- × Bild- oder Videostimuli
- × Panelunabhängig



Und so geht's

1. Set-Up

Im Briefing Call besprechen wir den Scope der Fragestellung. Einreichung des Leitfadens erfolgt per E-Mail. xelper setzt den Chatbot für den Pre-Test auf, danach erfolgt gemeinsames Finetuning.

2. Feldzeit

Distribution des Chatbots per Link an Panel, Community oder per E-Mail an eigenen Kundenstamm. Durch URL flexibel einsetzbar, auch als Nachbefragung, Tagebuchstudie oder als Teil einer Webseitenstrecke.

3. Analyse

2-3 Werktage nach Feldzeit erfolgt Freigabe für Analysis Dashboard inklusive Einführung.

4. Nachbereitung

Abschließendes Meeting für Feedback und mögliche weitere Schritte.

Daten analysieren

Wir glauben: Künstliche
Intelligenz hilft uns, Daten zu
verarbeiten und zu
analysieren.

Mit der qualitativen Analyse
macht xelper die Interpretation
der Daten angenehmer,
schneller und belastbarer.

Ohne Halluzinationen,
jederzeit nachvollziehbar.

Mögliche Datenquellen für die Analyse mit xelper

Audio- oder Video- Aufzeichnungen

Aufzeichnungen von individuellen Tiefeninterviews und Fokusgruppen

- × Individuelles Glossar für Fachtermini
- × Sprechererkennung
- × Mehrsprachigkeit
- × Übersetzung

Transkripte aus Chat-Interviews

Die Analyse erfolgt im Rahmen des Projektes nach Durchführung der KI-moderierten Kurz-Interviews.

Offene Nennungen aus Survey- Freitextfeldern

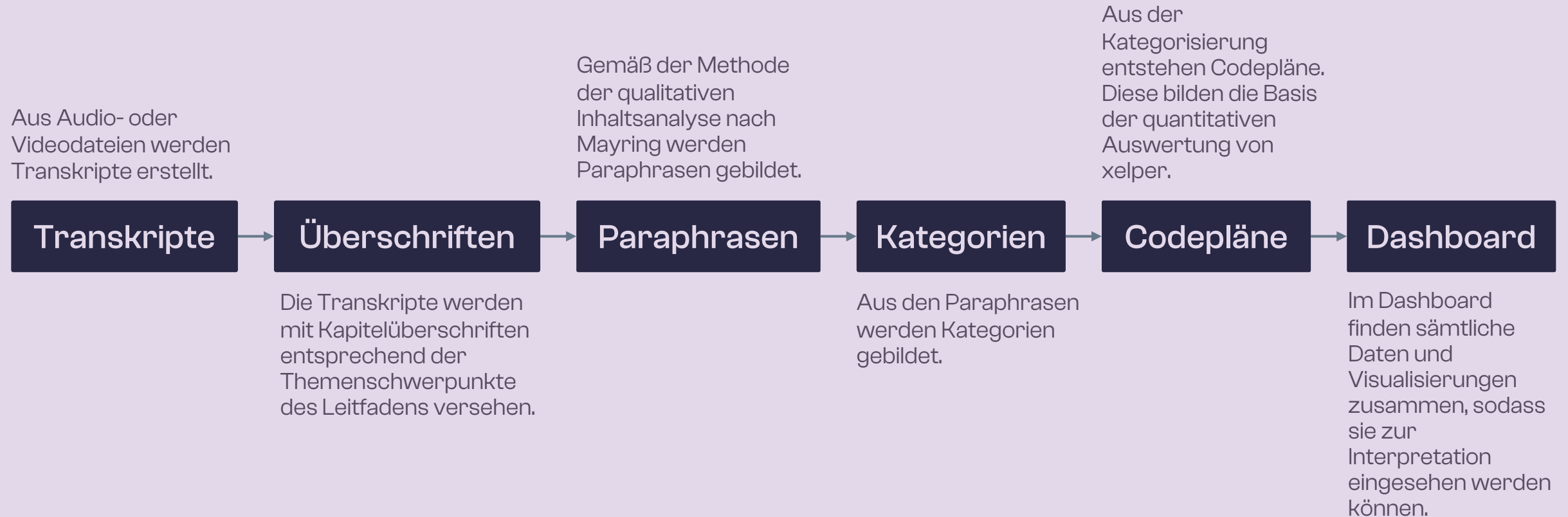
- × Upload via Excel oder SPSS
- × Abgestimmte Codepläne
- × Integration von Metadaten

Qualitative Daten aus Quellen wie Rezensionen, Communities, Customer Support Tickets, den sozialen Medien

- × Integration von Meta-Daten
- × Kombination mehrerer Quellen
- × Individuelle Absprachen möglich

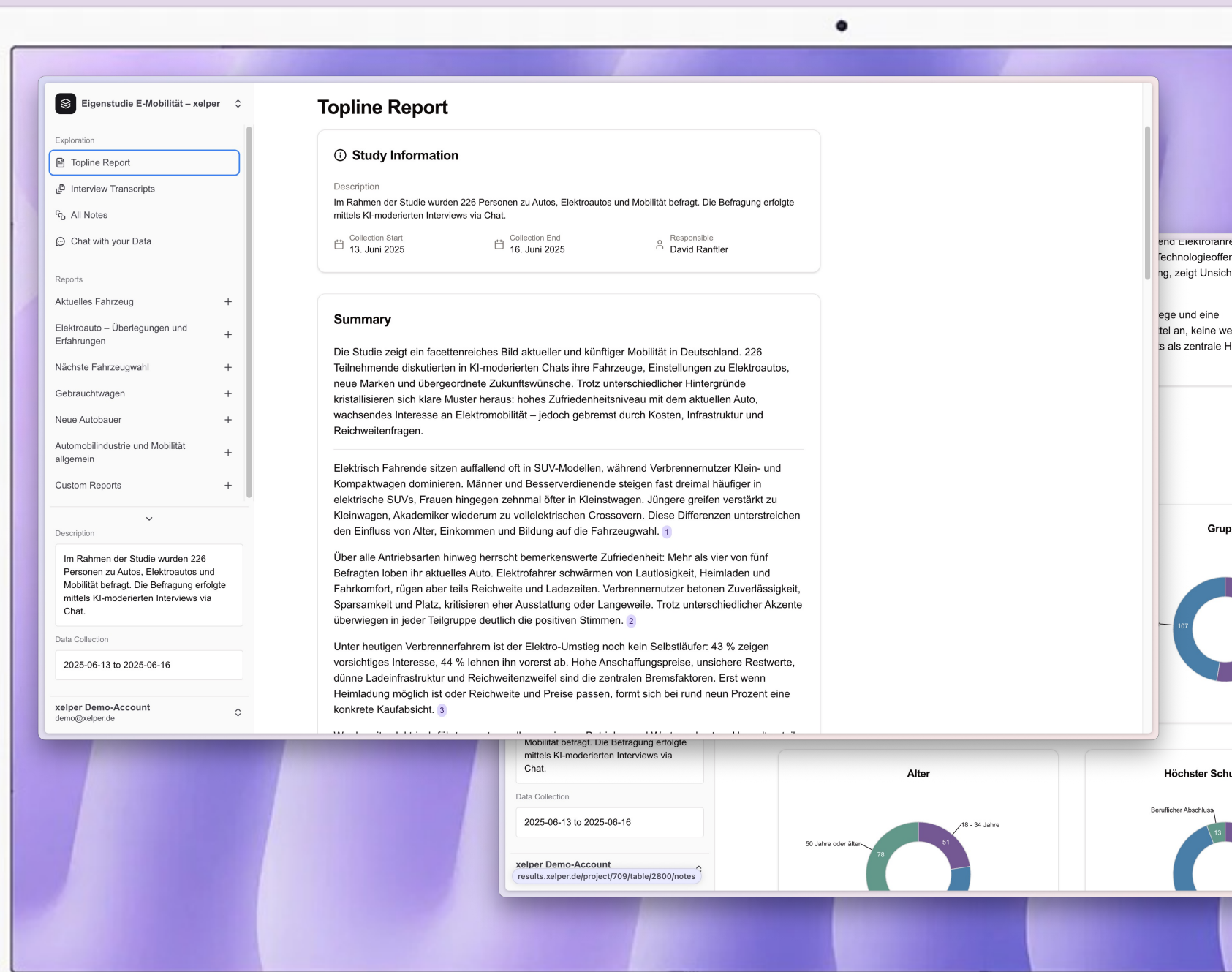
So verarbeitet die KI Daten

xelper automatisiert den gesamten Prozess.
Oder genau die Schritte, den Sie abgeben möchten.



Topline Report

Fasst sämtliche Themen, Metadaten und Ergebnisse der Studie zusammen und verlinkt in Themen-Reports.



Interview Transcripts

Zeigt eine Übersicht aller Interviews und relevante Eckdaten.

Ermöglicht den Zugriff auf jedes Transkript mit Zeitstempel, Blick ins Video (wenn vorhanden), Sprecheridentifikation und Überschriften.

The screenshot displays the 'Eigenstudie E-Mobilität - xelper' interface. On the left is a sidebar with navigation options: Exploration, Topline Report, Interview Transcripts, All Notes, Chat with your Data, Reports, and Custom Reports. The 'Reports' section is expanded, showing categories like 'Aktuelles Fahrzeug', 'Elektroauto - Überlegungen und Erfahrungen', 'Nächste Fahrzeugwahl', 'Gebrauchtwagen', 'Neue Autobauer', 'Automobilindustrie und Mobilität allgemein', and 'Custom Reports'. Below this is a 'Description' box with text about the study and a 'Data Collection' box showing the date range '2025-06-13 to 2025-06-16'. The main area shows a table of 'Interview Transcripts' with columns for Name, Participant Word Count, Link, Alter, Geschlecht, i_survey, and Hö. The table lists three interviews: Interview 17 (86 words, female, 50-64 years), Interview 19 (197 words, male, 35-44 years), and Interview 20 (247 words, male, 25-34 years). A modal window for 'Interview 29' is open, showing a search bar and a transcript of the interview. The transcript includes an Assistant's greeting, a User's response about driving an Audi e-tron q4, and an Assistant's response about the car's satisfaction.

Name	Participant Word Count	Link	Alter	Geschlecht	i_survey	Hö
Interview 17	86	To interview	50 - 64 Jahre	Weiblich	1___432da263a6d739f09672775518	Ho Ma
Interview 19	197	To interview	35 - 44 Jahre	Männlich	1___943129f598ae3b5f5b603b1df31a38af_VWGYLK	Ho Ma
Interview 20	247	To interview	25 - 34 Jahre	Männlich	1___7beb858c2449e5661a45b306ca0f1ba7_VWGYLK	Ho Ma

Interview 29 This is a full transcript of the interview.

Search transcript... No matches

Assistant

Vielen Dank, dass du dir heute Zeit für diesen Chat nimmst. Ich heiße Emmy und ich bin eine interaktive Assistentin.

Assistant

Ich würde mich in den nächsten 15 Minuten gerne mit dir über Autos und insbesondere Elektromobilität unterhalten.

Assistant

Am besten du schickst mir Sprachnachrichten, so wie du es von WhatsApp kennst. Antworte bitte ausführlich und in ganzen Sätzen.

Aktuelles Automodell

Assistant

Erzähle mir gern zum Einstieg, welches Automodell du gerade fährst.

User

Wir fahren den Audi e-tron q4 im Typ sportback

Zufriedenheit aktuelles Auto

Assistant

Danke für die Info, der Audi e-tron Q4 Sportback ist ja noch relativ neu auf dem

All Notes

Zeigt jede Aussage aus jedem Interview eines Projektes, im Kontext paraphrasiert.

Ermöglicht schnelle Schlagwortsuche über das gesamte Projekt hinweg.

Ein einziger Klick navigiert zur richtigen Stelle im Transkript.

Eigenstudie E-Mobilität – xelper

Exploration

Topline Report

Interview Transcripts

All Notes

Chat with your Data

Reports

Aktuelles Fahrzeug

Elektroauto – Überlegungen und Erfahrungen

Nächste Fahrzeugwahl

Gebrauchtwagen

Neue Autobauer

Automobilindustrie und Mobilität allgemein

Custom Reports

Description

Im Rahmen der Studie wurden 226 Personen zu Autos, Elektroautos und Mobilität befragt. Die Befragung erfolgte mittels KI-modierten Interviews via Chat.

Data Collection

2025-06-13 to 2025-06-16

User Name

E-Mail

All Projects > Eigenstudie E-Mobilität – xelper > All Notes

All Notes

Search...

Interview	Note	Quote	Link	Gruppe	Alter
Interview 27	Fährt einen Nissan Leaf	"Nissan leaf"	To interview	Elektroauto-Besitzer	50 Jahre ode
Interview 27	Unzufriedenheit wegen eingeschränkter Lademöglichkeiten	"Sehr unzufrieden, da die lademöglichkeit sehr begrenzt ist"	To interview	Elektroauto-Besitzer	50 Jahre ode
Interview 27	Typ 2 nur 6 kW, CHAdeMO-Schnellladung wird weniger, geringe Reichweite 180 km	"Zum einen kann er über den Typ 2 Stecker nur max. mit 6 kw geladen werden zum anderen da er ein chademo Stecker zum schnell laden hat werden diese immer weniger naja und die Reichweite ist sehr gering mit 180 km"	To interview	Elektroauto-Besitzer	50 Jahre ode
Interview 27	Umweltschutz als Hauptgrund für Kauf	"Der Umwelt Aspekt"	To interview	Elektroauto-Besitzer	50 Jahre ode
Interview 27	CO2-Ausstoß entscheidend; Batterien-Herstellung damals nicht berücksichtigt	"Der CO2 Ausstoß allerdings hatte ich mich vor 7 Jahren als ich den Wagen gekauft habe noch nicht so sehr mit den Problemen über die Herstellung der Batterie beschäftigt würde ich heute wohl auch nicht mehr machen"	To interview	Elektroauto-Besitzer	50 Jahre ode
Interview 27	Technische Innovationen vermitteln sicheres Fahrgefühl	"Es ist ein sicheres fahren da es einige technische Innovationen hat die Sicherheit vermitteln"	To interview	Elektroauto-Besitzer	50 Jahre ode
Interview 27	Abstandsassistent aktiviert manchmal zu früh, mögliche Gefahr für nachfolgende Fahrzeuge	"Der Assistent vor auffahren löst manchmal aus wenn mein Vorgänger die Spur zu langsam wechselt und das kann zu Problemen für den Hintermann führen"	To interview	Elektroauto-Besitzer	50 Jahre ode
Interview 27	Keine falschen Befürchtungen vor dem Kauf gehabt	"Nein eigentlich keine"	To interview	Elektroauto-Besitzer	50 Jahre ode
Interview 27	Keine Befürchtungen haben sich bestätigt	"Nein auch nicht mit hat der Wagen von der Optik sehr zugesagt und er war erschwinglicher als zum Beispiel ein Tesla"	To interview	Elektroauto-Besitzer	50 Jahre ode
Interview 27	Elektroautos technisch komplexer; geringere Reichweite als Nachteil	"Die Technik die ein e-Auto mit sich bringt ist wesentlich größer allerdings die Reichweite wieder ein großer Nachteil"	To interview	Elektroauto-Besitzer	50 Jahre ode
		"Da ich nicht mehr lange bis zum Ruhestand habe kann ich noch nicht saen			

Chat with your Data

Ermöglicht explorative Fragen zu Projekt und Ergebnissen.

Der Chat greift Fragestellungen auf, sucht passende Zitate und fasst Aussagen thematisch zusammen.

Durch einfache Verlinkung und Zählen der Aussagen ergibt sich ein erstes Bild von Relevanz und Breite von Aussagen.

The screenshot displays the 'Chat With Your Data' web application. The interface includes a sidebar with 'Recent Chats' and a main chat area. The chat history on the left shows three previous queries, each with a 'DR' status indicator. The current chat session shows a question about battery status in used vehicles, followed by a detailed response summarizing survey findings. The response is structured with a main paragraph, a 'Quotes' section containing three bullet points with thematic summaries and counts, and a footer note about the data source. The interface also features a 'New Chat' button, a 'Segments' filter, and a 'Send' button.

All Projects > Eigenstudie E-Mobilität – xelper > Chat With Your Data

+ New Chat

Recent Chats

- Wer sollte sich um den Batteriezustand bei Gebrauchtfahrzeugen kümmern? DR
- Wer sollte sich um den Batteriezustand bei Gebrauchtfahrzeugen kümmern? DR
- War etwas zu Fahrradfahren in den Interviews? DR

Wer sollte sich um den Batteriezustand bei Gebrauchtfahrzeugen kümmern?

Segments All Segments

Mehrere Befragte betonen, dass der Batteriezustand bei gebrauchten Elektroautos entscheidend ist, sowohl für Kaufentscheidung als auch für Risiken und Unsicherheiten. Einige fordern daher explizit einen Nachweis oder eine Überprüfung durch Fachbetriebe oder fordern, dass Garantien vom Händler übernommen werden. Ein Konsens besteht darin, dass Transparenz und professionelle Prüfung unverzichtbar sind. Die Ansprüche an Händler und Fachbetriebe werden besonders häufig genannt. ⁽¹⁾

Quotes

Viele Befragte erwarten eine Batteriezustandsprüfung beziehungsweise Nachweise durch Fachbetriebe oder Händler ⁽⁷⁾

- × Mehrere Befragte wünschen sich einen Nachweis des Batteriezustands und schlagen vor, dass Fachbetriebe dies übernehmen sollen. ⁽²⁾
- × Einige fordern, dass die Verantwortung für die Gewährleistung eines guten Batteriezustands sowie Garantien beim Verkäufer bzw. Händler liegen sollte. ⁽⁵⁾

Transparenz über Akkuzustand wird als Grundvoraussetzung gesehen ⁽⁴⁾

- × Die Batterie beziehungsweise deren Zustand sollte beim Kauf eindeutig geprüft und dokumentiert werden, damit der Käufer Planungssicherheit hat. ⁽⁴⁾

Unsicherheit bezüglich der Verantwortung wird aus Kundensicht oft als Risiko oder Hürde beschrieben ⁽⁴⁾

- × Viele Befragte äußern eine grundsätzliche Unsicherheit hinsichtlich des Batteriezustands und verlangen deshalb offizielle Stellen, die Klarheit schaffen. ⁽⁴⁾

This answer references 14 statements from 12 interviews.

Ask anything about your data...

Segments All Segments Send

Please use for exploring your data only. Answers may be incomplete or incorrect.

Quantitative Reports

Die quantitativen Reports verbinden qualitative Tiefe mit quantitativer Auswertung – ideal, um aus KI-moderierten Interviews sowohl Kontext als auch belastbare Trends lesen zu können.

- × Ergebnisse bis ins Transkript nachvollziehbar
- × Codeplanerstellung
- × Auszählen
- × Statistische Signifikanzen
- × Filtern von Sektionen und Kundenprofilen
- × Gegenüberstellung unterschiedlicher Segmente oder Sektionen
- × Auf Wunsch: Export in SPSS, CSV oder pptx

Potenzielle Anschaffung Elektroauto

Inwiefern hast du schonmal mit dem Gedanken gespielt, dir ein Elektroauto als nächstes Auto anzuschaffen?

Summary

Kaufinteresse im Wandel

Unter den befragten **Verbrenner-Besitzern** schwankt die Haltung zwischen vorsichtiger Offenheit und klarer Ablehnung. Knapp 43 % äußern **Unentschlossenes Interesse**, während 44 % ein Elektroauto vorerst ausschließen. Viele betonen, den vorhandenen Wagen weiterzufahren, bis er irreparabel ist, oder warten, bis sich Markt und Technik deutlicher verbessern.

Ja, habe ich.

kommt für mich derzeit nicht in Frage

Die am häufigsten genannten Sachgründe stammen aus den Kategorien **Preis / Kosten** (34 %) und **Ladeinfrastruktur öffentlich** (20 %). Hohe Anschaffungspreise, unsicherer Restwert und fehlende Ladesäulen verhindern oft eine ernsthafte Kaufentscheidung. Besonders in ländlichen Regionen wird die fehlende Infrastruktur als zentrales Hindernis erlebt und mit der Hoffnung auf schnellen Ausbau verknüpft.

Ja, aber noch zu teuer und keine Infrastruktur an meinem Wohnort

Show more ▾

Show all notes

Show examples

Categories

Click the bars to review your notes

☒ Top 10 only ☐ Show %

+ Compare



Qualitative Reports

Die qualitativen Reports bieten bereits zu Beginn der Analyse einen vollständigen Überblick über die Ergebnisse – einschließlich abweichender Einzelmeinungen.

Die themenspezifische Auswertung erstreckt sich über alle Interviews eines Projekts. Die relevanten Themen werden aus dem Leitfaden abgeleitet oder im Vorfeld definiert.

- × Ergebnisse bis ins Transkript nachvollziehbar
- × Analysethemen gemäß Briefing
- × Ankerzitate zu jedem Insight
- × Filtern von Sektionen und Kundenprofilen
- × Gegenüberstellung unterschiedlicher Segmente oder Sektionen

The screenshot displays a web application interface for a qualitative report. The breadcrumb trail at the top reads: 'All Projects > Embedded Insurance Tiefeninterviews – xelper x 5.0 > Gedanken und Gefühle beim Angebot'. The main heading is 'Gedanken und Gefühle beim Angebot'. Below this is a 'General Summary' section with tabs for 'Segments', 'All Segments', 'Sections', and 'All Sections'. The 'Segments' tab is active, showing a list of customer segments: 'Batterie-Nutzer:innen (9)' and 'keine Batterie-Nutzer:innen (1)'. The main content area contains a paragraph summarizing customer feedback, followed by three sections of insights, each with a list of bullet points and a count in parentheses. The first section is 'Einige Kunden sind frustriert über standardisierte und teure Lösungen. (1)', the second is 'Menschliche Beratung wird wegen Erklärungsbedarf bevorzugt. (1)', and the third is 'Preisliche Überlegungen und Abwägung von Versicherungsleistungen beeinflussen Entscheidungen. (6)'. The final section is 'Digitale Angebote wie Chat-Roboter werden akzeptiert. (1)'. A sidebar on the right contains a search bar and a filter dropdown menu.

All Projects > Embedded Insurance Tiefeninterviews – xelper x 5.0 > Gedanken und Gefühle beim Angebot

Gedanken und Gefühle beim Angebot

General Summary

Segments All Segments Sections All Sections

Die Kunden äußern beim Angebot von Versicherungsprodukten unterschiedliche Gedanken und Gefühle. Einige sind frustriert über standardisierte und teure Lösungen, andere bevorzugen menschliche Beratung aufgrund von Erklärungsbedarf. Preisliche Überlegungen und die Abwägung von Versicherungsleistungen beeinflussen Entscheidungen. Digitale Angebote wie Chat-Roboter werden teilweise akzeptiert.

Einige Kunden sind frustriert über standardisierte und teure Lösungen. (1)

- × Kunden müssen selbst nach Alternativen suchen, da die angebotenen Lösungen nicht ihren Bedürfnissen entsprechen. (1)

Menschliche Beratung wird wegen Erklärungsbedarf bevorzugt. (1)

- × Kunden möchten komplexe Versicherungsdetails mit einem menschlichen Ansprechpartner klären. (1)
- × Fragen beziehen sich auf Arten von Versicherungen und deren Schutzzumfang. (1)

Preisliche Überlegungen und Abwägung von Versicherungsleistungen beeinflussen Entscheidungen. (6)

- × Hohe Kosten führen zu anfänglichen Bedenken bei den Kunden. (1)
- × Kunden wägen ab, ob bestimmte Risiken bereits durch Garantien oder bestehende Versicherungen abgedeckt sind. (2)
- × Entscheidungen für Premium-Produkte werden aufgrund integrierter Funktionen und vergleichbarer Preise getroffen. (1)
- × Die Fortführung von Versicherungen wird aufgrund hoher Jahreskosten abgewogen. (1)
- × Zusätzliche Leistungen wie Garantieverlängerungen und Batterieversicherungen werden hinsichtlich ihres Mehrwerts diskutiert. (2)

Digitale Angebote wie Chat-Roboter werden akzeptiert. (1)

BETA

Segments All Segments Sections Not Available

Search segments... Focus within this topic

Batterie-Nutzer:innen (9)

keine Batterie-Nutzer:innen (1)

port

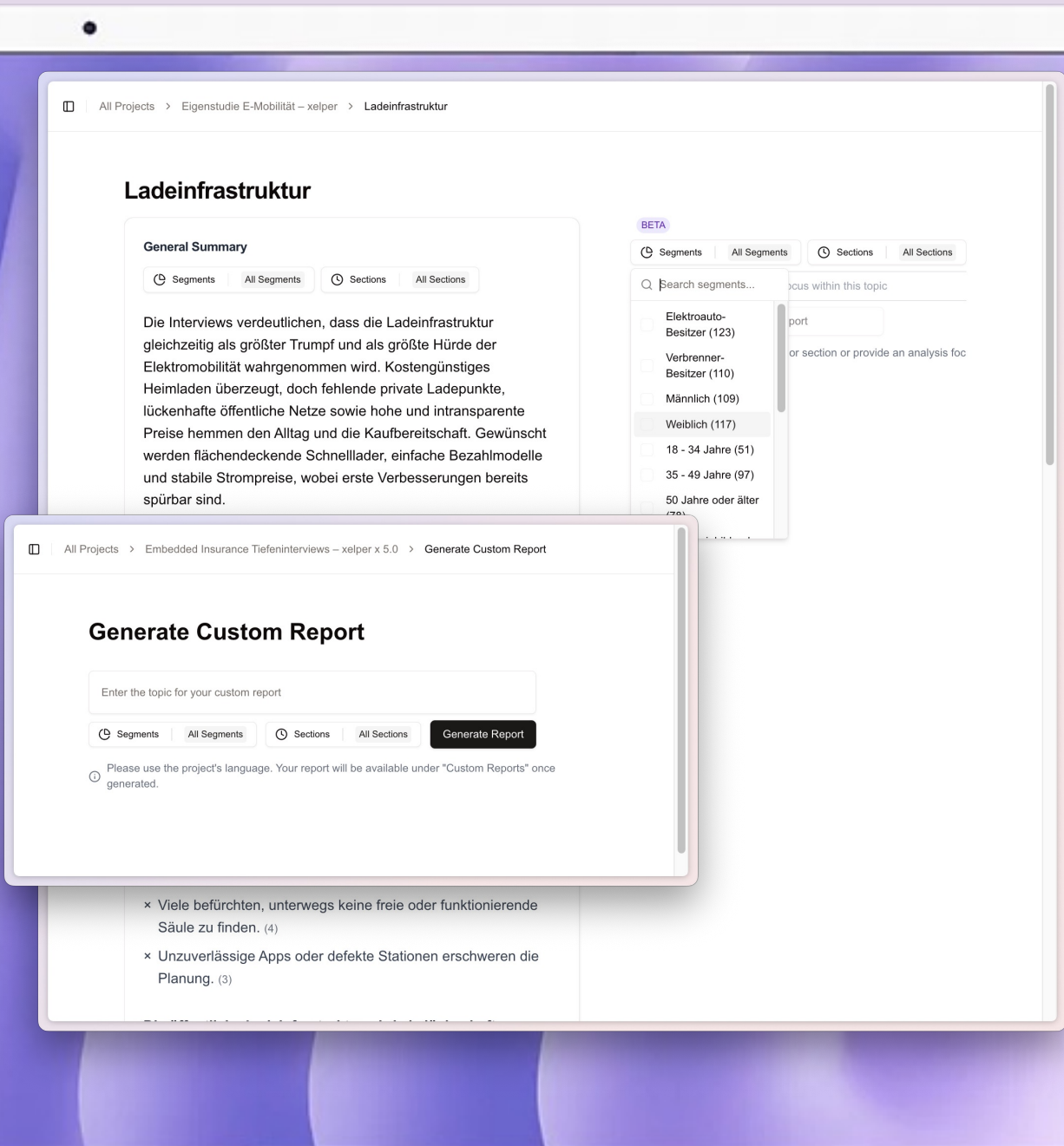
or section or provide an analysis focus

Custom Reports

Neben den umfangreichen Standard-Reports bieten Custom Reports die Flexibilität, auf neue Fragestellungen, die sich während der Analyse neu ergeben, zu reagieren.

Custom Reports ermöglichen eine spontane, kontextbasierte Suche über alle Rohdaten des Projektes hinweg, um ein vollständiges Bild auf ein Thema zu geben.

- × Ergebnisse bis ins Transkript nachvollziehbar
- × Kontextbasierte Erstellung auf Basis aller Aussagen im Projekt
- × Qualitative Aufbereitung des Themas nach Clustern und Aussagen
- × Gegenüberstellung unterschiedlicher Segmente oder Sektionen



Einmal erheben. Für immer nutzen: **Die Insights Plattform.**

Qualitative Forschung, projektübergreifend und auf Rohdatenbasis durchsuchbar.

Unsere neue Plattform macht aus Einzelerkenntnissen ein strategisches Asset.

COMING SOON ...

Projekte begleiten

Wir glauben: KI kann viel, aber noch nicht alles.

Erst durch die Zusammenarbeit von Menschen mit der KI entstehen Qualität und Relevanz.

Deshalb steuern wir Projekte mit dem Human-in-the-Loop Ansatz, stellen den gezielten Einsatz von KI sicher und liefern am Ende Ergebnisse, mit denen man arbeiten kann.

Wertschöpfend arbeiten mit KI in der Marktforschung

Eine Smiling Curve

Anfang des Projektes: Hohe Wertschöpfung durch
MENSCHLICHE KOMPETENZ

- ✕ Die Kundengewinnung bildet die Initialphase eines Marktforschungsprojekts. Vertrauen entsteht durch persönlichen Austausch – ein Prozess, der nicht durch KI substituiert werden kann. In der Auftragsklärung stellen sich zentrale Fragen: Stellen wir die richtige Frage? Mit welcher Methode können wir sie beantworten? Welche spezifischen Themen sollen untersucht werden?

Die Beantwortung erfordert ausgeprägte Methodenexpertise als auch vertieftes Kontextwissen. Projekte werden Instituten anvertraut, denen Auftraggebende wissenschaftliche Kompetenz, eine valide Einschätzung und Umsetzung zu trauen.

Ende des Projektes: Hohe Wertschöpfung durch
MENSCHLICHE KOMPETENZ

- ✕ Der anschließende Teil der Interpretation, Vorstellung beim Kunden und die Ableitung von Maßnahmen: Menschen-Sache. Hier ist wieder viel Kontextwissen erforderlich und Fingerspitzengefühl gefragt.

Mitte des Projektes: Hohes Automatisierungspotenzial mit
KÜNSTLICHER INTELLIGENZ

- ✕ In der Projekt-Durchführung sehen wir schon heute, dass künstliche Intelligenz Teile übernehmen oder unterstützen kann: Als Sparring-Partner für die Leitfaden-Entwicklung, als KI-Moderator in Kurz-Interviews*, als „Suchmaschine“ und Aggregator für Zusammenfassungen.

Was nicht automatisiert werden kann, ist die Beziehungsebene, die in der Konzeption und Präsentation weiterhin eine große Rolle spielen wird.

CASES

Dräger

Zusammenarbeit mit dem
After Sales und Service Team

„Mit xelper konnten wir unsere zeitlich schwer erreichbare Zielgruppe über den richtigen Kanal ansprechen und genau das qualitative Feedback erhalten, das wir brauchten.“



Marcus Rosenthal
After Sales und Service

Methode

KI-moderiertes Chat-Interview

Zielgruppe

Bestandskund:innen mit
div. Kundenprofilen

Distribution

E-Mail-Versandt in Wellen

Ergebnis

Transparenz über den Auswahlprozess der Zielgruppe sowie die Entscheidungskriterien bei der Wahl von Anbietern für Wartung und Reparatur im Medizin- und Sicherheitsbereich.

Impact

Die gewonnenen Insights ermöglichen Dräger eine zielgerichtete Ausrichtung der Kundenkommunikation und unterstützt die strategische Weiterentwicklung des Produktportfolios.

„Mit xelper konnten wir die Transkriptions- und Aufbereitungsarbeit um die 50 % reduzieren – und gleichzeitig unserem Kunden eine dauerhafte Datenbasis bieten, die weit über das einzelne Projekt hinausgeht.“



Petra Kemmerzell
Managing Partner
Qualitative Marktforscherin

Methode

IDs moderiert von MR&S

Zielgruppe

Fachärzt:innen

Endkunde

Weltweit agierender Pharma-Konzern

Ergebnis

Die qualitative Analyse ermöglichte es, Erfahrungen im Praxisalltag von Ärzt:innen strukturiert und nachvollziehbar aufzubereiten.

CASES



MR & S

Market Research & Services GmbH

Impact für MR&S

Die aufbereiteten Ergebnisse sorgen für reduzierte Aufwände in der Reportlegung, gewährleisten eine höhere Konsistenz und Vergleichbarkeit zwischen Projekten und stellen qualitative Rohdaten dauerhaft wiederverwendbar zur Verfügung. Dadurch entsteht ein erweiterter Mehrwert über die Einmalstudie hinaus, der die Kundenbeziehung nachhaltig stärkt.

PREISE

Daten erheben per KI-moderiertem Interview

Projektumfang

- × Programmierung des KI-Moderators
- × Unbegrenzter Zugang zum Analyse-Dashboard
- × Daten-Export
- × Bis zu 2 Std. Prof. Services

20 Chat-Interviews

1.000 €*
/ Projekt

100 Chat-Interviews

3.000 €*
/ Projekt

500 Chat-Interviews

5.000 €*
/ Projekt

Optionale Zusatzleistungen

Panel Management
und Screener
350 € / Projekt

Professional
Services
150€ / Stunde

Analyse in anderen
Sprachen
350 € / Sprache

* jeweils zzgl. Panelkosten

PREISE

Interview-Analyse

Qualitative Interviews

400 €
/ Setup

zzgl. 1-2 €*
/ Minute

Fokus-Gruppen

400 €
/ Setup

zzgl. 2,50 €*
/ Minute

Immer inklusive:

- × Integration von Meta-Daten und Kundenprofilen
- × Unbegrenzter Zugang zum Analyse-Dashboard
- × Daten-Export
- × Bis zu 2 Std. Prof. Services

Optionale Zusatzleistungen

Power Point
Master Template
Preis auf Anfrage

Professional
Services
150€ / Stunde

Analyse in anderen
Sprachen
350 € / Sprache

*abhängig von: Anzahl Sprecher:innen, Komplexität des Briefings, Gesamtdauer.

PREISE

Freitext-Analyse

1.000 Nennungen

400 €
/ Projekt

5.000 Nennungen

1.075 €
/ Projekt

Immer inklusive:

- × Integration von Meta-Daten und Kundenprofilen
- × Unbegrenzter Zugang zum Analyse-Dashboard
- × Daten-Export

Preisstaffel

Eine Kombination mehrerer Fragen ist möglich.
250 € Mindestgröße je Projekt.
100 € Mindestumsatz je Frage.

Nennungen

0-500
501-1.000
1.001-2.500
2.501-5.000
5.001+

€ / Nennung

0,50 €
0,30 €
0,20 €
0,15 €
0,12 €

Staffelrabatt

40%
60%
70%
76%

Warum xelper?



Professioneller Einsatz von KI.

Neue Technologien bringen neue Herausforderungen mit sich. Wir begleiten den methodisch sinnvollen Einsatz von KI in der Marktforschung – für verlässliche und präzise Ergebnisse.



Integration individueller Ansprüche.

In kollaborativer Zusammenarbeit entwickeln wir maßgeschneiderte Erweiterungen des Produktangebots – präzise abgestimmt auf Ihre Bedürfnisse.



DSGVO-konform und sicher in der EU.

Alle Anforderungen an Datenschutz und Datensicherheit sind vollständig erfüllt. Die Verarbeitung und Speicherung aller Daten erfolgt ausschließlich in der EU – mit Microsoft Azure Services.

Wir sind Gründer. Aber vor allem sind wir **neugierig!**

Wir interessieren uns für Ihre Arbeit in der Marktforschung – für die unterschiedlichen Perspektiven, komplexen Herausforderungen und methodischen Ansätze.

Der Austausch zu echten Fragestellungen ist das, was uns reizt – und was gute Zusammenarbeit ausmacht.



David Ranftler
Produkt & Tech
ranftler@xelper.de

Paul Wesendonk
Innovation & Vertrieb
wesendonk@xelper.de



Gemeinsam finden wir heraus,
welche Lösungen xelper für Sie
bereit hält.

<https://cal.meetergo.com/xelper/30-minuten>