

Pulse — Analyse der Umfrageergebnisse 2026

Erkenntnisse, Segmentierung & Produktempfehlungen — n = 100 Teilnehmer

Erstellt von: Daniela Schreiber — Data Science Agent

Datum: Mai 2026

Demo-Datensatz mit anonymisierten Firmen-/Produktnamen, erstellt als Portfolio-Beispiel für KI-Agenten-Arbeit. Regina Grötzinger (Demo-Datensatz) | Produkt: Pulse | Vertraulich — nur für internen Gebrauch

1 | Executive Summary

100

Teilnehmer gesamt (n = 100)

7,6

Ø NPS (1–10), Median 8,0

13.220 €

Ø Preisbereitschaft, Median 10.000 €

51 %

Pro-Segment, größtes Segment

Die Pulse-Umfrage 2026 liefert ein klares Bild: Das Produkt erzeugt echten Mehrwert bei den Nutzenden — der NPS-Durchschnitt von 7,6 und ein Median von 8,0 belegen eine solide Zufriedenheitsbasis. Gleichzeitig zeigen die Daten deutliche Unterschiede zwischen den drei Kundensegmenten Basis, Pro und Premium, die direkt auf die Produktstrategie einzahlen.

Die wichtigsten Erkenntnisse auf einen Blick:

- **Pro-Kunden (51 %)** sind das Kerngeschäft: höchster NPS (8,0), klar artikulierter Bedarf nach Reporting, Analytics und Implementierungsmonitor.
- **Basis-Kunden (40 %)** sind Einstiegskunden mit Wachstumspotenzial: Preispunkt 5.000–6.000 €, Onboarding und Content sind die entscheidenden Hebel.
- **Premium-Kunden (9 %)** sind strategisch hochwertig: maximaler Feature-Wunsch, individuelle Anforderungen, Bereitschaft zu >25.000 €.
- Kosten als Hürde sind kein Preis-, sondern ein Kommunikationsproblem: 3 von 5 Personen mit Kostenkritik vergeben NPS 10.
- Hardware-Interesse ist minimal (Ø 1,30/5) — kein Investitionsschwerpunkt.

2 | Stichprobe & Demografie

Die Umfrage wurde von 100 Pulse-Nutzenden ausgefüllt. Die Stichprobe deckt ein breites Spektrum an Branchen, Unternehmensgrößen und Rollen ab. Technologie (20 %), Healthcare (10 %), Industrie (9 %) und Finanzen (9 %) bilden die vier stärksten Branchen und repräsentieren zusammen fast die Hälfte aller Teilnehmenden.

Unternehmensgröße	Anzahl
1.000–4.999 MA	22
500–999 MA	21
200–499 MA	18
5.000+ MA	18
100–199 MA	13
50–99 MA	8

Der Schwerpunkt liegt klar im Mittelstand und bei Großunternehmen (500–4.999 MA: 43 %). 68 % der Teilnehmenden nutzen Pulse monatlich, nur 15 % wöchentlich oder täglich — das signalisiert Potenzial für Frequenzsteigerung durch Add-ons.

3 | Segmentanalyse: Basis, Pro & Premium

	Basis	Pro	Premium
Teilnehmer (n)	40	51	9
Preisbereitschaft	≤ 8.000 €	9.000–25.000 €	> 25.000 €
Ø Budget	5.925 €	14.922 €	36.000 €
Ø NPS	7,0	8,0	7,4
Nutzen b. Umsetzung	2,85 / 5	4,02 / 5	4,89 / 5
Implementierungsmonitor	2,90 / 5	4,04 / 5	5,00 / 5

Der NPS steigt von Basis (7,0) über Pro (8,0) zu einem leichten Rückgang bei Premium (7,4). Der Rückgang bei Premium ist kein Qualitätsproblem — er spiegelt höhere Erwartungen und komplexere Anforderungen wider, die noch nicht vollständig erfüllt werden. Premium-Kunden lieben das Produkt (Implementierungsmonitor: 5,0/5), haben aber individuelle Anforderungen (API, Datenschutz, On-Premise), die das Standardprodukt noch nicht abdeckt — hier liegt das größte Upsell-Potenzial.

Das Feature-Interesse zeigt einen klaren Stufeneffekt: Mit steigendem Budget steigt der Wunsch nach allen Features — mit Ausnahme von Hardware, das segmentübergreifend kaum relevant ist (Ø 1,30/5). Der Implementierungsmonitor ist der stärkste Feature-Differenziator zwischen Basis und Pro und sollte im Pro-Paket prominent kommuniziert werden.

4 | Preisbereitschaft & Budget

13.220 €

Ø Preisbereitschaft, alle Segmente

10.000 €

Median, alle Segmente

6.000 €

Basis-Median (n=40)

36.000 €

Premium-Ø (n=9)

Im Basis-Segment konzentriert sich die Preisbereitschaft klar auf 5.000–6.000 € (zusammen 48 % der Gruppe). Nur 5 % liegen unter 4.000 € — die Gruppe ist nicht grundsätzlich preisscheu, hat aber eine klare Obergrenze. Ein Starter-Paket bei 5.500 € trifft den Median; ein zweiter Preispunkt bei 7.900 € maximiert den Umsatz bei 8k-nahen Teilnehmenden und schafft einen klaren Upgrade-Anreiz Richtung Pro.

5 Teilnehmende nennen Kosten explizit als Hürde. Die Analyse zeigt: Es handelt sich nicht um ein Preis-, sondern ein Kommunikationsproblem — 3 von 5 Personen vergeben trotz Kostenkritik NPS 10. Sie lieben das Produkt, kämpfen aber intern mit der Budgetfreigabe. Das ist kein Churn-Risiko, sondern ein Kommunikationsproblem, das mit einem ROI-Dashboard adressiert werden kann.

5 | Produktstärken & Hürden

Was Kund:innen schätzen:

- **Akzeptanzaufbau & Teamarbeit** — macht Wandel erlebbar und fördert Teamdynamik
- **Transparenz & Prozesssicht** — komplexe Transformationen werden sichtbar und greifbar
- **Gamification & Simulation** — realistische Szenarien erhöhen Engagement und Lerneffekt
- **Kurze Lerneinheiten** — niedrighschwelliger Zugang, passt in den Arbeitsalltag
- **Stabile Plattform** — technische Zuverlässigkeit als Vertrauensbasis

Priorisierte Hürden & Zukunftswünsche:

- SSO / Azure AD Integration (Pro, Premium) → Standard-Integration im Pro-Paket
- ROI-Dashboard mit Export (Pro, Premium) → Reporting & Analytics
- CSV/JSON Datenexport (Pro, Premium) → Analytics-Feature
- Feingranulare Rollen & Rechte (Premium) → individuelle Konfiguration
- Offene API für eigene Szenarien (Premium) → individuelle Schnittstelle
- Barrierefreiheit / Screenreader (alle) → produktweite Verbesserung

6 | Handlungsempfehlungen

Sofortmaßnahmen (Quick Wins)

- ROI-Dashboard & Kosten/Nutzen-Transparenz für NPS-10-Kunden mit Kostenkritik.
- Starter-Paket bei 5.500 € einführen.
- Implementierungsmonitor im Pro-Paket prominent kommunizieren.
- SSO / Azure AD Integration priorisieren.

Mittelfristig (3–6 Monate)

- Onboarding-Optimierung für Basis-Kunden (Templates, Guides).
- Reporting & Analytics ausbauen.
- Nutzungsfrequenz durch Add-ons und Use-Case-Trigger steigern.
- Barrierefreiheit verbessern.

Strategisch (6–12 Monate)

- Premium-Paket schärfen: individuelle API, On-Premise, persönliche Begleitung.
- Produktreise Basis → Pro → Premium mit gezielten Upgrade-Triggern aktivieren.
- Hardware-Investitionen zurückstellen, Ressourcen in Software-Features lenken.
- Branchenfokus Technologie & Healthcare vertiefen.

Diese Analyse wurde von einem KI-Agenten („Daniela Schreiber“) auf Basis eines anonymisierten Demo-Datensatzes (n = 100) erstellt und dient als Arbeitsbeispiel. Kontakt: analytics@KyntX.de