

		Kommunikation von Swissness				
		Eckpfeiler	kommt vor	indirekt	gar nicht	
Bedeutung Herkunft CH	zentral	27	25	4	1	57
	profitiert	13	36	24	9	82
	nachteilig	0	0	2	3	5
		40	61	30	13	144

		Kommunikation von Swissness				
		Eckpfeiler	kommt vor	indirekt	gar nicht	
Bedeutung Herkunft CH	zentral	11	5	1	0	hohes Preisniveau
		13	15	1	0	mittleres Preisniveau
		2	4	2	1	tiefes Preisniveau
		1	1	0	0	weiss nicht
	profitiert	4	9	6	2	hohes Preisniveau
		7	18	15	4	mittleres Preisniveau
		2	5	2	2	tiefes Preisniveau
		0	4	1	1	weiss nicht
	nachteilig	0	0	0	0	hohes Preisniveau
		0	0	0	1	mittleres Preisniveau
		0	0	2	1	tiefes Preisniveau
		0	0	0	1	weiss nicht

		Kommunikation von Swissness				
		Eckpfeiler	kommt vor	indirekt	gar nicht	
Bedeutung Herkunft CH	zentral	40.74%	20.00%	25.00%	0.00%	hohes Preis
		48.15%	60.00%	25.00%	0.00%	mittleres Pi
		7.41%	16.00%	50.00%	100.00%	tiefes Preis
		3.70%	4.00%	0.00%	0.00%	weiss nicht
	profitiert	30.77%	25.00%	25.00%	22.22%	hohes Preis
		53.85%	50.00%	62.50%	44.44%	mittleres Pi
		15.38%	13.89%	8.33%	22.22%	tiefes Preis
		0.00%	11.11%	4.17%	11.11%	weiss nicht
	nachteilig	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	hohes Preis
		0.00%	0.00%	0.00%	33.33%	mittleres Pi
		0.00%	0.00%	100.00%	33.33%	tiefes Preis
		0.00%	0.00%	0.00%	33.33%	weiss nicht

Test 1: Jedes Quadrat mit den jeweils unterschiedlichen Preispositionen werden einzeln betrachtet (also z.B. nur Quadrat oben links nur mit Fallzahlen 11, 13, 2, 1 in der mittleren Tabelle).

Fragestellung: Unter der Annahme, dass es sich um zufällige Stichproben handelt, bei welcher Preisposition könnte sich die Medianbeobachtung innerhalb eines Quadrates (z.B. Eckpfeiler und zentral) bei der Gesamtpopulation befinden?

Ergebnis: Theoretisch könnte die Medianbeobachtung bei den folgenden rot markierten Preispositionen liegen. Beim Quadrat oben links (Eckpfeiler, zentral) wird der Test überall abgelehnt. Bei vier anderen Quadraten besagt der Test, dass sich die Medianbeobachtung in der mittleren Preisposition befindet. Bei den anderen Quadraten ist die Fallzahl zu gering für ein Test.

		Kommunikation von Swissness				
		Eckpfeiler	kommt vor	indirekt	gar nicht	
Bedeutung Herkunft CH	zentral	11	5	1	0	hohes Preisniveau
		13	15	1	0	mittleres Preisniveau
	profitiert	2	4	2	1	tiefes Preisniveau
		4	9	6	2	hohes Preisniveau
	nachteilig	7	18	15	4	mittleres Preisniveau
		2	5	2	2	tiefes Preisniveau
	0	0	0	0	hohes Preisniveau	
	0	0	0	1	mittleres Preisniveau	
	0	0	2	1	tiefes Preisniveau	

Fazit: Test 1 lässt einen Unterschied zwischen Quadrat (Eckpfeiler, zentral) und den vier weiteren Quadraten vermuten, explizit nachgewiesen werden kann er aber nicht.

Test 2: Es werden jeweils zwei Quadrate verglichen.

Fragestellung: Gibt es zwischen jeweils zwei Quadraten einen Unterschied in der Verteilung der Preispositionen?

Ergebnis: Einzig bei einem Paarvergleich gab es ein schwach statistisch signifikantes Ergebnis: Beim Vergleich zwischen Quadrat (Eckpfeiler, zentral) und Quadrat (kommt vor, zentral).

Hinweis: Man spricht generell von stark signifikant bei 1%-Niveau, signifikant bei 5%-Niveau und schwach signifikant bei 10%-Niveau. In diesem Fall ist das Ergebnis also signifikant auf 10%-Niveau, d.h. dass bei der Annahme eines Verteilungsunterschiedes zwischen den beiden Quadraten eine Irrtumswahrscheinlichkeit von bis zu 10% existiert, also bei 100 zufällig gezogenen Stichproben maximal 10 Stichproben einen Unterschied aufweisen, wo eigentlich gar keiner existiert. Dieser Wert gilt in den Wissenschaften gerade noch als akzeptabel.

Fazit: Erneut ein Hinweis, dass sich das Quadrat (Eckpfeiler, zentral) unterscheidet, aber nur vom Quadraten (kommt vor, zentral). Die Beweislage bezüglich unserer Konklusion in der Medienmitteilung

(Firmen, für welche Bedeutung Herkunft CH zentral ist und Kommunikation von Swissness als Eckpfeiler betrachten, sind häufiger in einer höheren Preisposition vertreten) ist aber schwach.

Test 3: In Tabelle zwei werden jeweils eine ganze Zeile (4 Quadrate) oder eine ganze Spalte (3 Quadrate) miteinander verglichen.

Fragestellung: Gibt es innerhalb einer Menge von Quadraten Unterschiede in der Verteilung der Preispositionen?

Ergebnis: Es können keine statistisch relevante Unterschiede festgestellt werden...

Fazit: Unsere Konklusion kann wieder nicht bestätigt werden.

Schlussfazit: Zwar kann eine Korrelation nachgewiesen werden, dass nämlich die Bedeutung CH und die Wichtigkeit der Kommunikation von Swissness positiv zusammen hängen. Auch gibt es einen Zusammenhang zwischen Preispositionierung und Kommunikation von Swissness. Es kann aber nicht eindeutig nachgewiesen werden, dass es gerade diejenigen mit zentraler Bedeutung und Eckpfeiler bei Kommunikation sind, die sich in einem höheren Preissegment befinden. Ein statistischer Zusammenhang zwischen Bedeutung CH und Preispolitik lässt sich nicht nachweisen.