

## 5 klassische Irrtümer bei der Preisgestaltung

---

### ① „Der Markt bestimmt unsere Preise.“

Hierbei handelt es sich um den häufigsten und größten Irrtum, da es nicht den einen sog. Marktpreis gibt. Es handelt sich um eine mehr oder weniger große Preisspanne in Abhängigkeit der Alleinstellungsmerkmale (USPs) als individuellen Kundennutzen.

### ② „Durch Preiserhöhungen gefährden wir unseren Umsatz und verlieren Kunden.“

Durch eine intelligente, selektive Preispolitik können Ertragspotentiale gehoben werden, ohne Kunden und Aufträge zu verlieren. Eine Überprüfung welcher Umsatzträger und Kunde auch zum Ertrag Ihres Unternehmens beisteuert ist hilfreich.

### ③ „Unser Vertrieb weiß, was er am Markt erreichen kann.“

Setzt ihr Vertrieb wirklich alle strategischen Preisinstrumente ein und kennt das Marktumfeld sowie die Kunden mit ihren individuellen Bedürfnissen? Wird nicht lieber der Auftrag mit Nachlass geholt als gar nicht?

## 5 klassische Irrtümer bei der Preisgestaltung

---

- ④ **„Unsere Preise unterliegen einer Reglementierung und lassen sich nicht erhöhen.“**  
Sollte dies tatsächlich der Fall sein, können für den Kunden interessante Zusatznutzen mit verkauft werden.
- ⑤ **„Preisverbesserungen lassen sich nur mit neuen Produkten erreichen.“**  
Durch reale Kostensteigerungen an den existierenden Produkten ist dies eine sehr teure Behauptung, da gerade diesen Produkten eine erhöhte Preissensibilität geschenkt werden sollte. Vor einer Produktabwandlung mit Kosteneinsparungen sollte immer der Hebel der Preisanpassung genutzt werden.

Und dies sind nur einige der Irrtümer – meiden Sie diese und andere durch  
Vorträge – Inhouse-Seminare – Workshops zum Preismanagement.