

Serie: Preismanagement

Warum das Preisschild so wichtig ist

Wer vorschnell Rabatte gewährt, belastet das Ergebnis



Kai-Markus Müller,
Professor für Verbraucherverhalten
an der HFU Business School der
Hochschule Furtwangen

FURTWANGEN. „Preise sind kompliziert, Preise sind beängstigend und eigentlich waren Preise letztlich immer der Grund, weshalb wir den Auftrag nicht bekommen haben.“ – Wirklich? In der Tat sind Preise für Geschäftsführung und Vertrieb bei jedem Angebot Anlass zum Grübeln, eine Abwägung zwischen einerseits Lust am Risiko und andererseits Angst davor, den Kunden zu verlieren. Hinzu kommt die Sorge um den Deckungsbeitrag. An dieser Stelle wird es in den kommenden Wochen um verschiedene Facetten des Themas Preismanagement gehen, von den Grundlagen der Preissetzung über Strategie und Psychologie bis hin zur digitalen Zukunft des Pricings.

Weshalb sind Preise wichtig? Nehmen wir ein einfaches Produkt, das 50 Euro im Verkauf kostet. Der Hersteller hat zehn Euro Deckungsbeitrag. Das Produkt kostet in der Produktion 40 Euro. Nun fordert ein Einkäufer 15 Prozent Rabatt. Geht der Verkäufer darauf ein, dann verdient er nur

noch 2,50 Euro je Produkt. Um denselben Deckungsbeitrag zu erwirtschaften, müsste er folglich die vierfache Menge verkaufen.

Solche einfachen Rechnungen werden viel zu selten gemacht. Stattdessen geben viele Verkäufer und Unternehmer vorschnell Rabatte oder unterschätzen die positive Auswirkung einer Preiserhöhung auf den Deckungsbeitrag.

Preismanagement besteht freilich nicht nur aus trockenem Prozentrechnen und drögen Deckungsbeitragskalkulationen, sondern lebt von Fantasie und Kreativität, wie folgende Anekdote zeigt. Zwei Bauern verabredeten sich, die gemeinsam aufgezogene Ziege am Samstag auf dem Bauernmarkt für 500 Euro zu verkaufen. Als sie morgens in den Stall kamen, stellte sich heraus, dass das arme Tier über Nacht verstorben war. Der jüngere Bauer war entsetzt. Der ältere, lebenserfahrene Bauer indes machte sich nichtsdestotrotz auf den Weg in die Stadt zum Markt. Abends brachte er dann – zur großen Überraschung seines Bruders – 500 Euro mit nach Hause und teilte sie mit ihm.

„Ich habe 251 Lose zu je zwei Euro verkauft und unsere Ziege verlost.“ – „Aber die Ziege ist doch tot! Was hast du denn dann dem Gewinner gesagt?“ – „Die Wahrheit natürlich, dass die Ziege leider verstorben ist. Und dass er jetzt seine zwei Euro zurückerbekommt.“

MEHR ZUM THEMA

In der nächsten Folge lesen Sie, welche Möglichkeiten es gibt, Preise selbst zu setzen.