

2.2 Einflussfaktoren auf die Preisgestaltung

In einer freien Marktwirtschaft kann ein Unternehmen seinen **Preis üblicherweise selbst bestimmen**. Folgende Faktoren beeinflussen die Preisgestaltung von Unternehmen:



2.3 Preisstrategien



DAS SOLLTEN SIE SPEICHERN

Bei der **Wahl der konkreten Preisstrategie** sollten die grundlegenden Einflussfaktoren (Kosten, Wettbewerb, Nachfrage) berücksichtigt werden.



2.3.1 Preispositionierungsstrategien

Ein Unternehmen muss sich überlegen, wie es seine Preise langfristig im Vergleich zu den Preisen der Konkurrenz positioniert. Folgende **Preispositionierungsstrategien** stehen zur Auswahl:



2.3.2 Preiseinführungsstrategien

Unternehmen müssen zudem entscheiden, zu welchem Preis das Produkt auf den Markt gebracht werden soll. Folgende **Preiseinführungsstrategien** stehen zur Auswahl:

- **Abschöpfungsstrategie:** Hier wird bei Markteintritt ein hoher Anfangspreis angesetzt. Der Markt wird auf diese Weise „abgeschöpft“. Mit zunehmender Erschließung des Marktes wird der Preis Schritt für Schritt gesenkt.



Beispiel

Neue Spielekonsolen wie die PlayStation 5 sind bei der Veröffentlichung sehr teuer. Mit der Zeit wird der Preis nach und nach gesenkt.

- **Marktdurchdringungsstrategie:** Hier wird bei Markteintritt ein niedriger Anfangspreis angesetzt und ein großer Kundenstock angelockt. Hat das Unternehmen einen bestimmten Marktanteil erreicht, wird der Preis Schritt für Schritt angehoben.

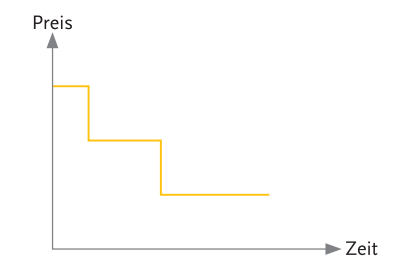


Beispiel

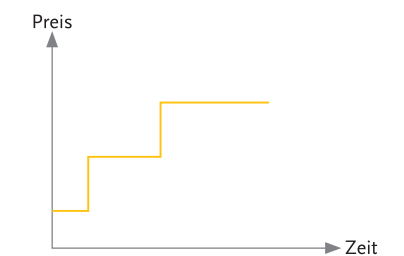
Streamingdienste wie Netflix waren bei der Markteinführung günstig. Mit der Zeit wurden die Preise angehoben.



Supermärkte bieten mit günstigen Eigenmarken (z. B. Clever, S-Budget) eine Alternative für preisorientierte Käufer.



„Abschöpfen“ durch einen hohen Einstiegspreis



Marktdurchdringung durch einen niedrigen Einstiegspreis