



GROWTH ENGINES × SCALING SYSTEMS × AI = HYPERGROWTH

PRICING REDESIGN → SKALIERBARES WACHSTUM FREIGESCHALTET

TecDAX | Post-IPO | 24 Monate

Ein Post-IPO TecDAX-Unternehmen transformierte sein fragmentiertes 27-Produkt-Portfolio durch strategisches Pricing-Redesign und innovative Produktbündelung—und erschloss €13.6M+ zusätzlichen Wert bei 180x ROI.

REVENUE

+33%

€31M → €44.6M

EBITDA

+€5.2M

Margin gestärkt

RULE OF 40

+14pp

85% → 99%

PORTFOLIO

-63%

27 → 10 Produkte

Version 1.0 • Februar 2026

Michel Lason, Alban Halili, Florian Metzger

EXPERTISE × SPEED = IMPACT

01 Die Ausgangslage

Ein hochprofitables Unternehmen mit begrenztem Wachstumspotenzial

AUSGANGSUMSATZ

€31M

Stabil, aber Wachstum begrenzt

EBITDA-MARGE

61%

Hochprofitabel

PRODUKTPORTFOLIO

27

Fragmentierte Produkte

WIEDERKEHRENDE EINNAHMEN

~0%

Keine Recurring Revenue

Die Herausforderung

High-margin business mit 61% EBITDA—aber Wachstum begrenzt durch 27 fragmentierte Produkte, veraltetes Pricing und keine wiederkehrenden Einnahmen. Die WTP-Analyse zeigte: **Kunden bewerteten das Produkt bei ~90% des aktuellen Preises**—ein klares Signal für unerschlossenes Pricing-Potenzial.

Diagnose: Was war kaputt?

Bereich	Problem	Impact
Produktstruktur	27 fragmentierte Produkte ohne klare Differenzierung	Kundenverwirrung, Vertriebsineffizienz
Pricing-Modell	Veraltetes transaktionales Pricing	Keine Planbarkeit, volatile Einnahmen
Revenue-Modell	Keine wiederkehrenden Einnahmen	Kein MRR/ARR, keine Kundenbindung
Marktposition	WTP bei ~90% des Preises	Pricing-Headroom ungenutzt

Der kritische Insight

Das Unternehmen war bereits hochprofitabel—aber das Legacy-Produktportfolio und das veraltete Pricing-Modell verhinderten das nächste Wachstumskapitel. **Der Schlüssel lag nicht in Kostensenkung, sondern in strategischer Pricing-Innovation.**

02 Unser Vorgehen

Ein 8-Wochen-Sprint mit langfristiger Wirkung

1

Strategische Pricing-Diagnostik

Wochen 1-4

Kunden-WTP-Analyse

Tiefenanalyse der Zahlungsbereitschaft über alle Kundensegmente. Identifikation von Pricing-Headroom und Value-Perception-Gaps.

Competitive Benchmarking

Systematischer Vergleich mit Marktstandards und Wettbewerbern. Identifikation von Differenzierungspotenzialen.

2

Portfolio-Straffung & Innovation

Wochen 5-6

Produktkatalog-Straffung

Reduktion von 27 auf 10 Kernprodukte + 6 Services. Klare Produktarchitektur für jeden Kundenbedarf.

"Company Slots" Innovation

Launch eines neuen Subscription-Produkts, das Stellenanzeigen in wiederkehrende Einnahmen transformiert.

3

Neues Pricing-Modell & Go-to-Market

Wochen 7-8+

Duale Pricing-Strategie

Implementierung eines Hybrid-Modells: Transaktionales Pricing für Einzelkäufe + Subscription für wiederkehrende Nutzung.

Go-to-Market Enablement

Sales Enablement, neue Pricing-Kommunikation und Vertriebsschulungen für das gesamte Team.

Der Durchbruch

"**Company Slots**" war die Schlüsselinnovation—ein neues Produktformat, das Stellenwerbung von einer einmaligen Transaktion in ein **wiederkehrendes Einnahmenmodell** transformierte. Kunden kauften jetzt "Slots" statt einzelner Anzeigen.

03 Ergebnisse

180x ROI durch strategisches Pricing–Redesign

REVENUE +33% €31M → €44.6M	EBITDA +€5.2M Margin gestärkt	RULE OF 40 +14pp 85% → 99%	PORTFOLIO -63% 27 → 10 Produkte
---	--	---	--

Metrik	Vorher	Nachher	Verbesserung
Revenue	€31M	€44.6M	+33% (+€13.6M)
EBITDA	61% Margin	+€5.2M zusätzlich	Margin gestärkt
Rule of 40	85%	99%	+14 Prozentpunkte
Produktportfolio	27 Produkte	10 Core + 6 Services	-63% Komplexität
Wiederkehrende Einnahmen	~0%	Signifikanter Anteil	Neues Revenue–Modell

INVESTMENT €60K - €78K 8+ Wochen Execution	ROI 180x €13.6M+ generierter Wert
---	--

CEO, Post-IPO TecDAX Company

"Wir haben nicht nur Preise geändert – wir haben geändert, was wir verkaufen. Company Slots haben neu definiert, wie unsere Kunden über Stellenwerbung denken. Wiederkehrende Einnahmen wurden zum Standard, nicht zur Ausnahme."

04 Key Lessons

6 Erkenntnisse für Pricing-Transformation

1

Großartiges Pricing erschließt Wachstum—selbst in reifen Unternehmen

Auch ein hochprofitables Unternehmen mit 61% EBITDA hatte ungenutztes Pricing-Potenzial. Die WTP-Analyse deckte Headroom auf, der sich in €13.6M zusätzlichen Wert übersetzte.

2

Ändere nicht nur den Preis—ändere was du verkaufst

"Company Slots" war keine Preiserhöhung—es war ein völlig neues Produktformat. Die Innovation lag im Packaging, nicht nur im Pricing.

3

Komplexität tötet Wachstum

27 Produkte bedeuteten Kundenverwirrung und Vertriebsineffizienz. Die Reduktion auf 10+6 schuf Klarheit und beschleunigte den Sales-Cycle.

4

Wiederkehrende Einnahmen sind nicht nur eine Metrik—es ist eine Denkweise

Der Shift zu Recurring Revenue veränderte nicht nur die Finanzen, sondern die gesamte Kundenbeziehung—from transaktional zu partnerschaftlich.

5

Marketstandards können neu gesetzt werden—wenn du mit Überzeugung ausführst

"Company Slots" setzte einen neuen Standard für Stellenwerbung in der Branche. Mutige Produktinnovation schafft neue Marktregeln.

6

Ein starker Ausgangspunkt ist keine Entschuldigung stillzustehen

61% EBITDA hätte Selbstzufriedenheit rechtfertigen können. Stattdessen nutzte das Unternehmen seine starke Position als Sprungbrett für das nächste Wachstumskapitel.

Die Quintessenz

Pricing ist kein taktisches Werkzeug—es ist ein strategischer Growth-Hebel. Kombiniert mit Produktinnovation und Portfolio-Optimierung kann Pricing selbst reife, hochprofitable Unternehmen auf eine neue Wachstumskurve heben.

Über die Autoren



Michel Lason

Gründer & CEO

Strategy. Scaling. Impact.

18 Jahre Startups aufbauen, skalieren und reparieren. Ex-Berater (Microsoft, XING), SaaS Executive (€1,3M → €13,7M ARR in 2 Jahren). Autor "Fix Growth. Scale Faster."

Revenue Architecture

AI/LCNC GTM Motions

Investor Readiness

Rule of 40 +10 Pkt,
✓ EBITDA -€300k → +
€150k



Alban Halili

Partner

*Growth. AI Solutions.
Automation.*

10+ Jahre B2B Sales
skalieren. Ex-CSO bei Elba
(€8,5M ARR, RPA/AI),
Enterprise Sales bei
Telefónica (€7,7Mrd).

B2B Sales AI Agents

Automation

Performance Analytics

3,8% Conversion,
✓ €14,5K Durchschnitts-
Deals



Florian Metzger

Partner

*RevOps. GTM. Venture
Architect.*

4+ Jahre SaaS-Businesses
aufbauen. Design Thinking
(HPI), lasr.io Architekt. Co-
Founder Mindset.

RevOps GTM Engineering
Marketing Automation

Sales Cycle -30%,
✓ Lead Throughput
optimiert

Kontakt

✉ team@scalingx.io

🌐 scalingx.io

LinkedIn

Research Basis: 285,000+ Wörter wissenschaftlicher Research | n=22 AI-native Companies (2021–2025) |
R²=0.76, p<0.001

© 2026 ScalingX Hypergrowth. All rights reserved.

Version: 1.0 | Datum: Februar 2026

Disclaimer: Dieses Whitepaper repräsentiert unser aktuelles Verständnis basierend auf verfügbarer Forschung und praktischer Erfahrung. Das Feld der AI entwickelt sich rapide, und spezifische technische Details können sich ändern. Alle Performance-Claims basieren auf dokumentierten Case Studies und publizierter Forschung. Organisationen sollten ihre eigene Evaluation für spezifische Use Cases durchführen.