

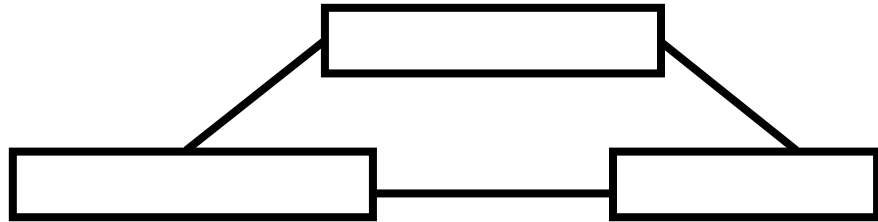
Kontrahierungspolitik:

umfasst alle marketingpolitischen Instrumente, die der Preispolitik und der Gestaltung der Lieferungsbedingungen zugerechnet werden.

Preispolitik:

umfasst alle Entscheidungen eines Unternehmens, die auf den Preis Einfluss nehmen, mit der Absicht den Absatz zu beeinflussen.

Magisches Dreieck der Preispolitik:



1) Kostenorientierte Preispolitik:

2) Nachfrageorientierte Preispolitik:

3) Konkurrenzorientierte Preispolitik:

Grundsätzliche Preisstrategien:

- Hochpreisstrategie
- Niedrigpreisstrategie
- Marktpreisstrategie

Übungsaufgaben Preispolitik:

- 1) Ein Hersteller von Handcreme senkt den Produktpreis in der Absicht, den Umsatz zu steigern. Unerwartete Kundenreaktion: Der Absatz geht noch weiter zurück. Erklären Sie diese Kundenreaktion.**

- 2) Ein Sportgeschäft hat einen größeren Posten Lammfellmäntel für 700,- EUR je Mantel ausgezeichnet und trotz des (günstigen) Preises verlief der Absatz schleppend. Die zahlreichen unverkauften Stücke wurden in der folgenden Wintersaison mit 1.150,- EUR ausgezeichnet, obwohl das Preisniveau in der Zwischenzeit bei diesem Artikel nur um 5 % gestiegen war. Der Absatz verbesserte sich schlagartig. Erklären Sie diese Kundenreaktion.**

- 3) „Junghans“-Uhren mit Ideen – haben die erste Carbon-Funkuhr der Welt als Armanduhr in einem ansprechenden Design herausgebracht – Preis 199,- EUR. In der Einführungsphase wird mit einem relativ hohen Preis voll auf die „Konsumpioniere“ gesetzt, die stets über Neuheiten verfügen wollen, auch wenn sie teuer sind. Dies kommt auch der Kostensituation in dieser Phase entgegen. Wie müsste Ihrer Meinung nach preispolitisch im fortschreitenden Produktlebenszyklus des Produkts verfahren werden, um die eigene Position möglichst lange zu halten?**

- 4) Welche Vor- und Nachteile sehen Sie in der Skimmingstrategie?**

5) Welche Vor- und Nachteile sehen Sie in der Penetrationsstrategie?

Ordnen Sie den verschiedenen Fällen aus der Handelskalkulation die richtige Art der Preispolitik zu und beurteilen Sie die Marktsituation:

❖ **Beispielsfall der Vorwärtskalkulation:**

❖ **Beispielsfall der Rückwärtskalkulation:**

❖ **Beispielsfall der Differenzkalkulation:**