

Worauf Sie beim Thema Preisgestaltung achten sollten

Preisgestaltung ist eine Thematik, mit der wir in unserer täglichen Arbeit bei den unterschiedlichsten Kunden immer wieder konfrontiert werden. Wie teuer muss ein Produkt / eine Dienstleistung sein, um ein Optimum an Umsatz und Gewinn zu realisieren? Wie viel ist die Zielgruppe bereit, für ein Produkt / eine Dienstleistung auszugeben? Wie passt sich eine Preisgestaltung im allgemeinen Markt- und Wettbewerbsumfeld ein? Auf welche weiteren Faktoren muss Rücksicht genommen werden?

Im Folgenden wollen wir Ihnen die 8 wichtigsten Ratschläge aus unserer Sicht geben, die Sie für eine Preisgestaltung berücksichtigen sollten.

1. Gehen Sie bei der Preisgestaltung immer systematisch vor

Verlassen Sie sich nicht nur auf ein „Bauchgefühl“, sondern untermauern Sie Ihre Preisgestaltung immer durch eine detaillierte und umfangreiche Kostenkalkulation, die auch immer wieder unterschiedliche Varianten und Szenarien mit einbezieht. Je mehr Szenarien Sie in der Kalkulation durchspielen, umso realistischer wird Ihre Einschätzung für die Preisgestaltung. Das bedeutet natürlich auch, dass Sie über Ihre Kosten stets den Überblick haben sollten.

2. Setzen Sie auf realistische Erwartungen

Eines der Grundprobleme besteht nicht in der Preisgestaltung selbst, sondern in den Voraussetzungen, auf deren Basis Preise gestaltet werden. Will heißen: in der Praxis gehen viele Kunden von viel zu hohen Umsatz- und Gewinnerwartungen aus. Seien Sie daher lieber realistisch und planen Sie langfristig, anstatt auf den „großen Coup“ zu setzen.

3. Bei der Preisgestaltung nicht nur auf die Kosten schauen

Viele Kunden kalkulieren bei der Preisgestaltung ausschließlich auf der Grundlage ihres Rechnungswesens. Bei dieser Vorgehensweise werden jedoch Marktpreise gänzlich außer Betracht gelassen und die Preise können dementsprechend am Markt vorbei konzipiert sein, obwohl Sie aus der buchhalterischen Sichtweise her „richtig“ sind.

4. Berücksichtigen Sie, dass auch Zeit Geld ist

Besonders im Dienstleistungsbereich passiert es häufig, dass Kunden den Leistungsumfang nicht genau eingrenzen und damit mehr liefern, als sie bezahlt bekommen. Der Faktor „Zeit“ wird dabei häufig nicht richtig eingeschätzt, aber gerade der ist in Bezug auf die eigenen Personalkosten besonders wichtig!

5. Sichern Sie Ihre Preise immer ab

Kalkulieren Sie auch bei Ihren Preisen immer ein, dass es in Zukunft zu eventuellen Forderungsausfällen kommen kann. Wettbewerber können auf den Markt kommen und Ihre Preise aggressiv unterbieten. Vergessen Sie auch nicht, notwendige Rabatte mit einzukalkulieren. Ganz wichtig ist es in diesem Zusammenhang natürlich auch, betriebliche Belastungen zu berücksichtigen, die erst nach einem längeren Zeitraum anfallen, wie z.B. Steuern, Kreditrückzahlungen, Lohnkosten, etc.

6. Setzen Sie mit Ihren Preisen ein Zeichen zur Differenzierung im Markt

Der Wettbewerb ist nicht nur dazu da, um sich an seinen Preisen zu orientieren, bzw. diese blind nachzuahmen. Damit tun Sie sich und Ihrem Unternehmen in der Regel keinen Gefallen, da Sie aus Markt-Sicht ein „Nachahmer“ werden. Versuchen Sie daher bewusst eine differenzierte Preisstrategie in Bezug auf Ihre Wettbewerber zu etablieren, damit Sie sich auch wirklich aus dem Marktumfeld abheben.

7. Basieren Sie Hochpreisstrategien immer wieder auf ausreichende Argumentationsketten

Für hohe Preise brauchen Sie in erster Linie gute Argumente, die sich direkt aus dem Produkt oder der Dienstleistung heraus ableiten lassen müssen. Fehlen Ihnen diese Argumente in Bezug auf die Hochwertigkeit/Überlegenheit Ihrer Produkte, sind hohe Preise nicht mehr als ein gefährliches Wunschdenken.

8. Setzen Sie auf externe Marktinformationen und testen Sie Ihre Preise im Vorfeld

Letztendlich entscheidet der potenzielle Kunde darüber, welche Preise er akzeptiert und welche nicht! Daher sollten Sie dessen Meinung von vorne herein mit in die Preisgestaltung mit einbeziehen und Tests initiieren.