

## Übersicht 6:

### Preisgestaltung -die meisten Fehler-

Fehler Nr. 1 Zu viele Preise werden weder vor- noch nachkalkuliert, sondern aus dem Bauch heraus festgesetzt nach dem Motto: "So haben wir es immer gemacht, so machen wir es weiter."

Fehler Nr. 2 Es fehlt ein genauer Kostenüberblick und somit auch wichtige Preis-Sollvorgaben,  
die ausreichende Roherträge bzw. Deckungsbeiträge ermöglichen.

Fehler Nr. 3 Eigene Personalkosten und die darauf basierenden Betriebsstundensätze für durchgeführte Dienstleistungen werden nicht ermittelt.

Fehler Nr. 4 Regelmäßige Preisbeobachtungen bei Mitbewerbern werden vernachlässigt bzw. unterbleiben ganz.

Fehler Nr. 5 Preise von markanten Eckartikeln werden vergleichsweise zu hoch, von weniger im Rampenlicht stehenden Artikeln zu niedrig angesetzt.

Fehler Nr. 6 Vorhandene Preisspielräume die bei Produktinnovationen gegeben sind und die Kunden prinzipiell akzeptieren, werden oft nicht konsequent genug ausgeschöpft.

Fehler Nr. 7 Auf psychologische Preisoptik, so z.B. das Spiel mit gebrochenen Preisen, Preisschwellen, große Ziffern vor dem Komma, kleine Ziffern hinter dem Komma, wird zu wenig Wert gelegt.

Fehler Nr. 8 Für Warenabschriften, Warenschwund, Verderb und Verschwendung, die den Warenaufschlagssatz für die Preisfestsetzung nach oben drücken, somit faktisch

zu Lasten des Kunden gehen, fehlen wirksame Gegenmaßnahmen.

Fehler Nr. 9 Auf werterhaltende bzw. werterhöhende Eigenschaften der Produkte so z.B.

"duftend", "winterhart", "neu", die als Zusatzinformation am Produkt bereits non

verbal die Preisakzeptanz fördern, wird kaum hingewiesen.

Fehler Nr. 10 Mitarbeiter sind oft zu wenig vorbereitet, um im Preisgespräch mit überzeugenden

Fakten aufzuwarten, die letztlich den Preis in den Hintergrund rücken.