

Gründerservice

Home > Gründen > Planung > Marketing und Wettbewerb > Absatzpolitische Instrumente > Preispolitik (Marketing-Mix)

Preispolitik (Marketing-Mix)

Der Preis ist ein flexibles Marketing-Instrument. Der optimale Wert ist beeinflusst von verschiedenen internen und externen Einflussgrößen.

Der Preis stellt das flexibelste Marketing-Instrument dar, da er kurzfristig verändert werden kann. Dabei bewegt sich der Preis zwischen einem minimalen und einem maximalen Wert. Die Produktkosten stellen den Minimalwert dar. Die Einschätzung des Wertes des Produkts durch die Kunden bildet dagegen den möglichen Maximalwert. Zwischen diesen beiden Extremen muss das Unternehmen den optimalen Preis ermitteln. Dabei müssen sowohl interne als auch externe Einflussgrößen berücksichtigt werden.

Intern wird die Preispolitik beispielsweise beeinflusst durch die Marketing-Ziele Ihres Unternehmens, die Strategie des Marketing-Mixes, die Kostenstruktur oder die Organisation Ihres Unternehmens. Externe Einflüsse sind dagegen die Nachfrage, die Konkurrenz und andere Umwelteinflüsse aus Wirtschaft und Politik.

Nehmen Sie sich für die Festlegung der Preise ausreichend Zeit. Setzen Sie sich mit den wichtigsten Eckdaten der Preisfestlegung auseinander. Wenn Sie einen Preis einmal kommunizieren, ist es nur sehr schwer, diesen wieder zu ändern. Allerdings sind Preisanpassungen kurzfristig möglich. Beispielsweise durch Rabatte und Preisnachlässe.