

## 6. Preis und Konditionen

### 6.1 Begriffe und Abgrenzung zur Preispolitik

*Der Preis ist Tauschwert für eine Ware oder eine Dienstleistung die auf dem Markt angeboten wird*

Neben dem Produkt, seiner Haupt- und Zusatzleistung ist der Preis und die Konditionen ein weiterer wesentlicher Baustein um unsere Marktleistung zu vollenden. Sowohl die Festlegung einer generellen Preispolitik für das ganze Unternehmen, als auch die Durchsetzung des Verkaufspreises im Einzelfall, sind von entscheidender Wichtigkeit. Schliesslich soll der Preis ja nicht nur entstehende Kosten auffangen und decken, sondern vielmehr darüber hinaus noch einen Gewinn ermöglichen. Es ist der Preis für eine Ware oder Dienstleistung, der über die Höhe von Umsatzes und (bei gegebenen Kosten) Gewinn einer Unternehmung entscheidet.

*Konditionen: Das sind unsere Liefer- und die Zahlungsbedingungen*

Grundsätzlich stellt der Preis die in Geld ausgedrückte Zahlungsverpflichtung des Käufers für eine von ihm akzeptierte Leistung dar. Durch die Zahlung des Preises erfüllt der Käufer den Kaufvertrag.

Die eigentliche Preisbestimmung kann auf sehr unterschiedlichen Betrachtungsebenen angegangen werden:

- volkswirtschaftliche Betrachtungsebene
- kostenorientierte Betrachtungsebene
- nachfrageorientierte Betrachtungsebene
- konkurrenzorientierte Betrachtungsebene

*Der Preis ist immer eine der schärfsten Marketingwaffen!*

Im Folgenden werden die Aspekte der Preispolitik beschrieben, welche insbesondere aus der Sicht des Marketing relevant sind. Der Preis interessiert dabei insbesondere als ein gestaltbares Marketing-Instrument für das Unternehmen, um seine Ziele zu erreichen. In der Praxis wird nämlich die Preisbildung allzu sehr nach einer *einzig* Einflussgrösse ausgerichtet und die Gesamtheit aller Einflussfaktoren ungenügend berücksichtigt. Die häufigsten Fehler sind:

#### Kostenorientierung:

Der Preis richtet sich zu stark nach den Kosten. Nachfrageintensität und psychologische Aspekte werden zu wenig berücksichtigt.

#### Marktblindheit:

Trotz Veränderungen im Markt wird der Preis nicht angepasst.

#### Fehlende Harmonie:

Der Preis wird nicht als Teil des Marketing-Mix erkannt und demzufolge viel zu unabhängig von der Positionierung für das Produkt oder das Unternehmen, festgelegt.