

PREISFINDUNG

Kostenorientierte Preisfindung: Tragt eure Kosten zusammen (Fixkosten + Variable Kosten). Trefft Annahmen, auch wenn sie noch vage sind. Ihr könnt eure Informationen jederzeit aktualisieren. Ermittelt und addiert übliche Gewinnmargen und geg. Händlerprovisionen in eurem Bereich und schlagt einen prozentualen Gewinn auf.

Kosten + X% = Preis	
Kosten	
+	
+	
+	
+	
+	
+	
+	
=	
+ ____% Gewinnzuschlag	
=	
+ ____% Händlerprovision (optional)	
=	
+ ____% Umsatzsteuer	
=	

Kostenorientierter Preis:
_____ €

PREISFINDUNG

Konkurrenzorientierte Preisfindung: Zu welchen Preisen bieten eure direkten Konkurrenten an? Wo liegen die Preisober- bzw. untergrenzen?

Diagram illustrating the competitive price finding process. A vertical bar represents the price range, with '€€€' at the top and '€' at the bottom. To the right, there are four horizontal arrows pointing left towards the bar, each with an empty box for a price value. The top arrow is the longest, and the three below it are shorter and of equal length.

Konkurrenzorientierter Preistrage:
_____ €

PREISFINDUNG

Nutzerorientierte Preisfindung: Führt Interviews mit potenziellen Kund*innen, um deren Zahlungsbereitschaft zu ermitteln!

Vier Leitfragen, die ihr stellen müsst, um die Zahlungsbereitschaft zu ermitteln:

1. Ab welchem Betrag empfinden Sie den Preis so niedrig, dass Sie Zweifel an der Qualität bekommen? _____ €
2. Welchen Preis finden Sie angemessen aber noch günstig? _____ €
3. Welchen Preis finden Sie hoch aber gerade noch vertretbar? _____ €
4. Ab welchem Betrag finden Sie den Preis zu hoch? _____ €

Tragt die Ergebnisse der jeweiligen Interviews in die Tabelle ein und wendet geg. die Van Westendorp-Methode an, um die Kurvenschnittpunkte der Ergebnisse optisch aus einem zweidimensionalen Diagramm abzulesen.

Interviewpartner*in	Zu niedrig	Günstig	Hoch	Zu hoch
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				

Nutzerorientierter Preis:
_____ €