

# Preisgestaltung: Wie Sie die richtigen Preise für Ihr Business festlegen

Präsentiert von Mireille van Reenen

# 19

**Ihre Preise  
bestimmen**

**Wofür genau  
sollen Ihre Kunden bezahlen?**

# Beispiele – Was bezahlen Sie?



**LUXS**

Hörgeräte für  
alle, die viel zu  
clever sind, um  
sie zu kaufen.

Jetzt entdecken: [WWW.LUXS.SWISS](http://WWW.LUXS.SWISS)

Statt viel Geld auf einmal ausgeben lieber das Hörgeräte-Abo  
von LUXS nutzen. Mit neuestem Hörgerät alle drei Jahre gratis!

Ryffligässchen 2, Bern

SCHÖNER HÖREN



5

**1 JAHR  
LIBERO**

Davon bis zu 2.5 Monate  
gratis pendeln

Jetzt profilieren:  
[myLibero.ch](http://myLibero.ch)

libero»

SWISS  
Pass

# Was bezahlen Sie?

€



%

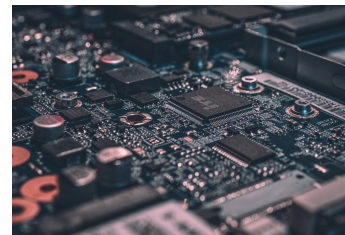


€ / ...



# Beispiele

- Verkauf von Vermögenswerten
- Nutzungsgebühr
- Abonnement
- Miete, Leasing
- Lizenzierung
- Maklergebühren / Provisionen
- Werbung



# Festpreis vs. Stundengebühr vs. Ergebnisgebühr



# Fester Preis oder...

fester Listenpreis

Versteigerung

volumenabhängig

marktabhängig

Ertragsmanagement





# Beispiel

secockpit Home Keywords Rankings Testimonials Gratis Training Preise Login

Wählen Sie das beste SE Cockpit Paket für Sie:

Monatlich  **Jährlich**  Sparen Sie bis zu 35%

Paket	Monatlich Preis	Jährlich Preis	Spargewinn
PERSONAL	€25 / Monat	€299 / Jahr	Spare €169 / Jahr
<b>BESTES ANGEBOT PRO</b>	€42 / Monat	€499 / Jahr	Spare €209 / Jahr

- ✓ Kompatibel mit jedem Web Browser
- ✓ 10 Keywordsuchen pro Tag
- ✓ 800 Suchergebnisse pro Keywordsuche

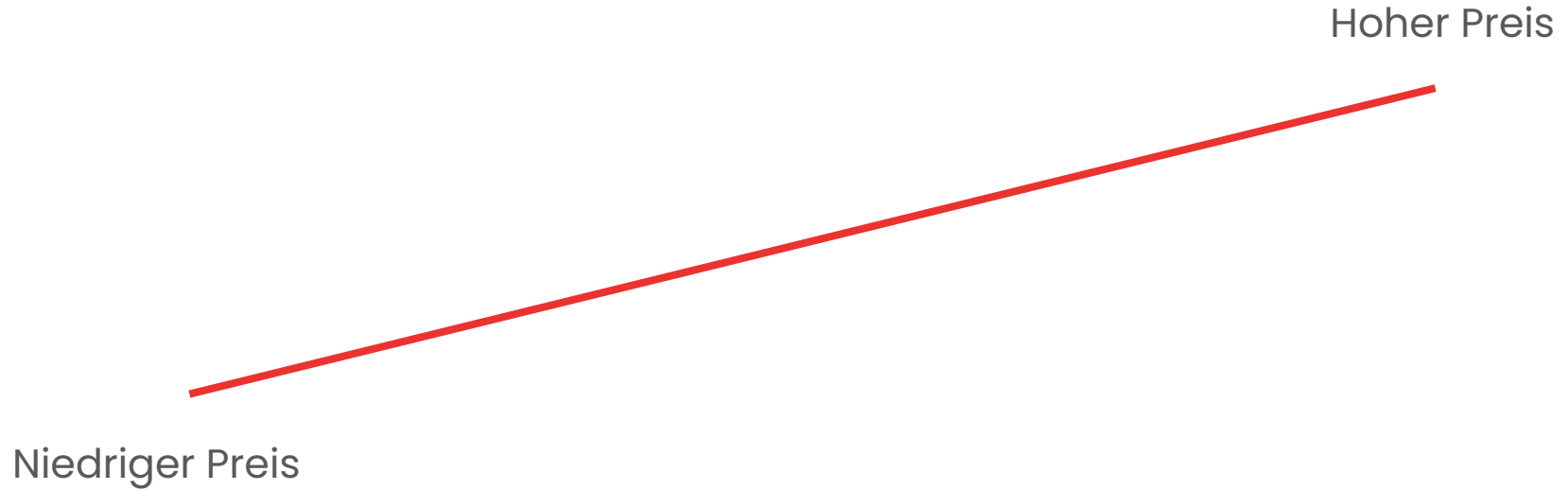
SwissMadeMarketing EN | DE | FR

ranktracker

Sie brauchen mehr RankTracker Keywords? Dann können Sie mit einem Upgrade-Abo einfach zusätzliche Keywords freischalten:

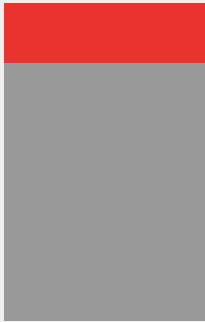
Option	Jetzt kaufen	Jetzt kaufen
+ 100 Keywords	€10 / Monat	€100 / Jahr (-17%)
+ 200 Keywords	€20 / Monat	€200 / Jahr (-17%)
+ 500 Keywords	€50 / Monat	€500 / Jahr (-17%)
+ 1000 Keywords	€90 / Monat	€900 / Jahr (-17%)
+ 2000 Keywords	€170 / Monat	€1700 / Jahr (-17%)
+ 3000 Keywords	€240 / Monat	€2400 / Jahr (-17%)

# Der "richtige" Preis?

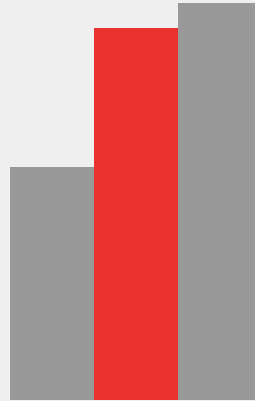


# Der "richtige" Preis?

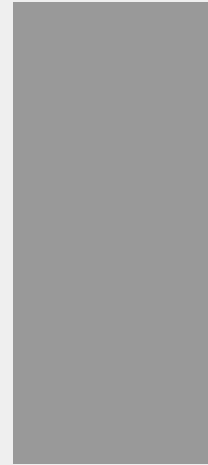
**Kosten +**



**Wettbewerb**



**Werte**



**Kosten +**

# Ihre Kosten kennen



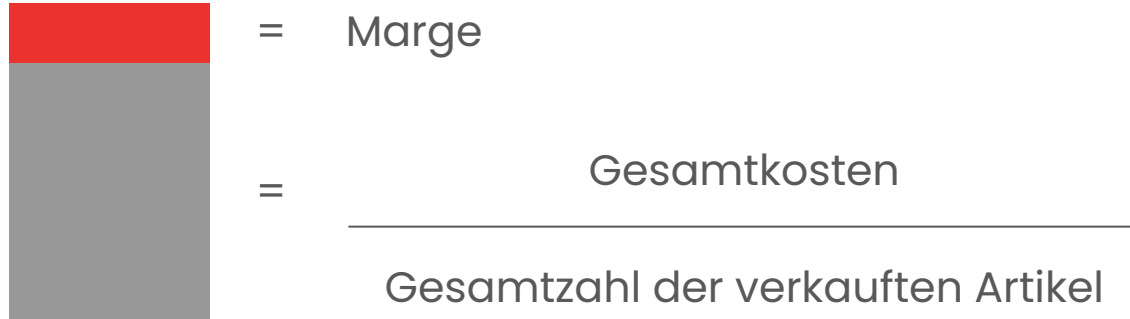
*Roman Wimmer*

“Mittlerweile weiß ich ziemlich genau, welchen Aufwand ich habe, was mich das Ganze kostet und was für einen Zeitaufwand ich habe.

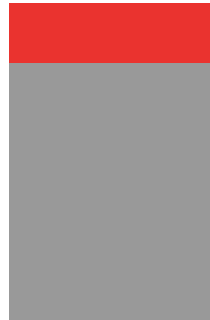
Und ich kann das schon relativ gut einschätzen.

Früher habe ich halt irgendeine Zahl gesagt, habe mich gefreut, wenn der Auftrag durchgegangen ist und war im Nachhinein traurig, dass es zu billig war.”

# Kosten +



# Kosten +



$$= \text{Marge} = 10\% = 5$$

$$= \frac{\text{Gesamtkosten}}{\text{Gesamtzahl der verkauften Artikel}} = \frac{1000}{20} = 50$$

$$\begin{array}{r} \text{---} \\ \text{---} \\ \hline 55 \end{array}$$

# Wettbewerb



# Wettbewerb, Werte und Preise



*Roman Wimmer*

“Wenn du dir darüber keine Gedanken machst, wirst du nicht wissen, was du verdienen kannst oder was deine Arbeit wert ist.

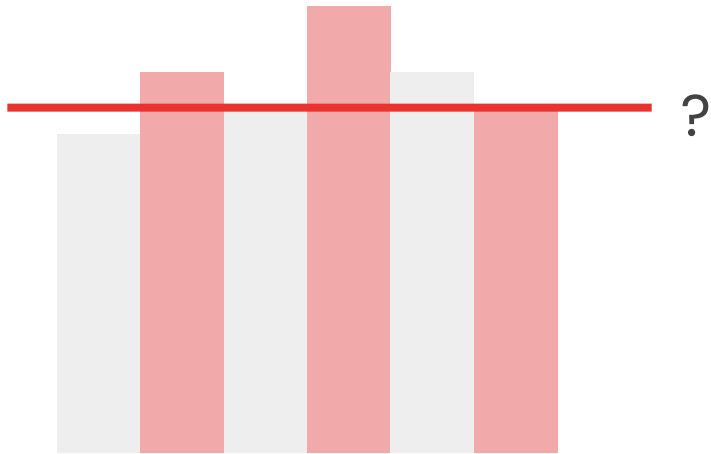
Beispiel: Webseite

Also, was ist besser?

Wenn du dir als Geschäftsmann nicht darüber Gedanken machst, wird es schwierig.

Es ist leider verdammt wichtig.”

# Wettbewerb



Weniger?

Durchschnittlich?

Mehr?

# Preis <> Nutzenversprechen



# Werte

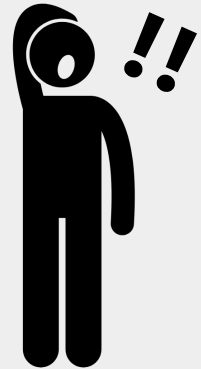
**Der Kunde hat  
ein Problem  
oder eine Frage**



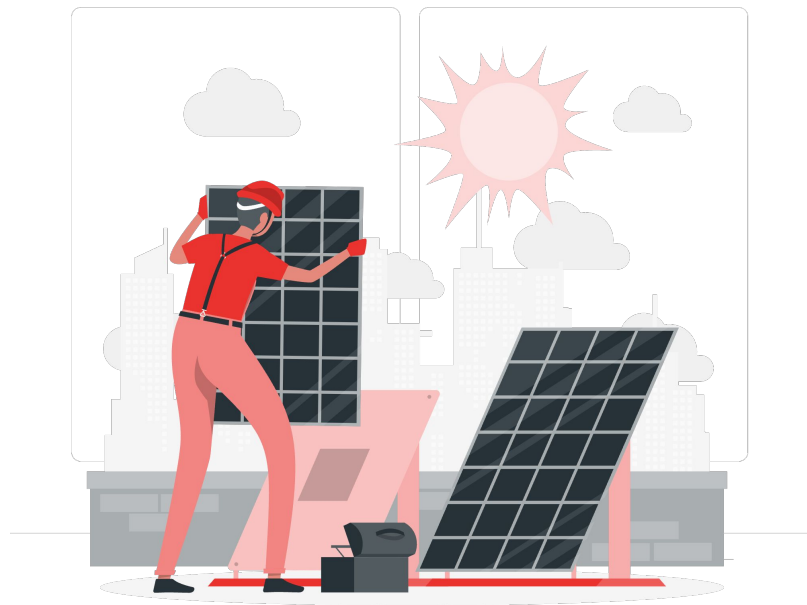
**Was braucht Ihr Kunde,  
um die Brücke zu  
überqueren?**



**Kundenproblem  
oder Frage  
wurde gelöst!**

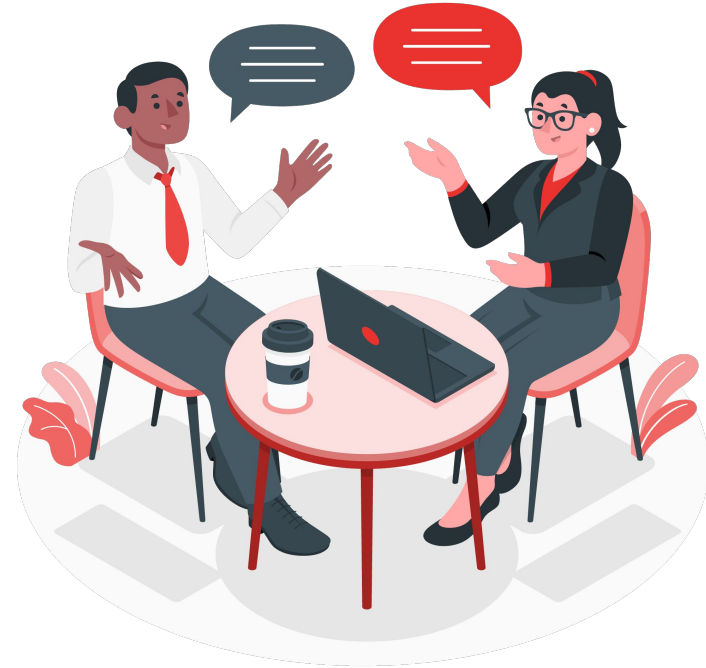


# Werte



# Werte

Für welchen Wert sind Ihre Kunden wirklich bereit zu zahlen?

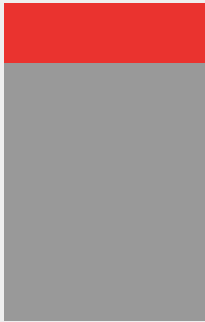


**Was ist der "richtige" Preis?**

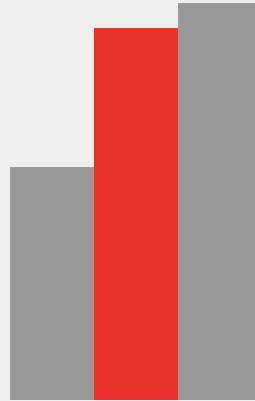


# Der "richtige" Preis?

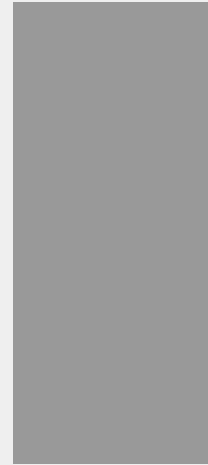
**Kosten +**



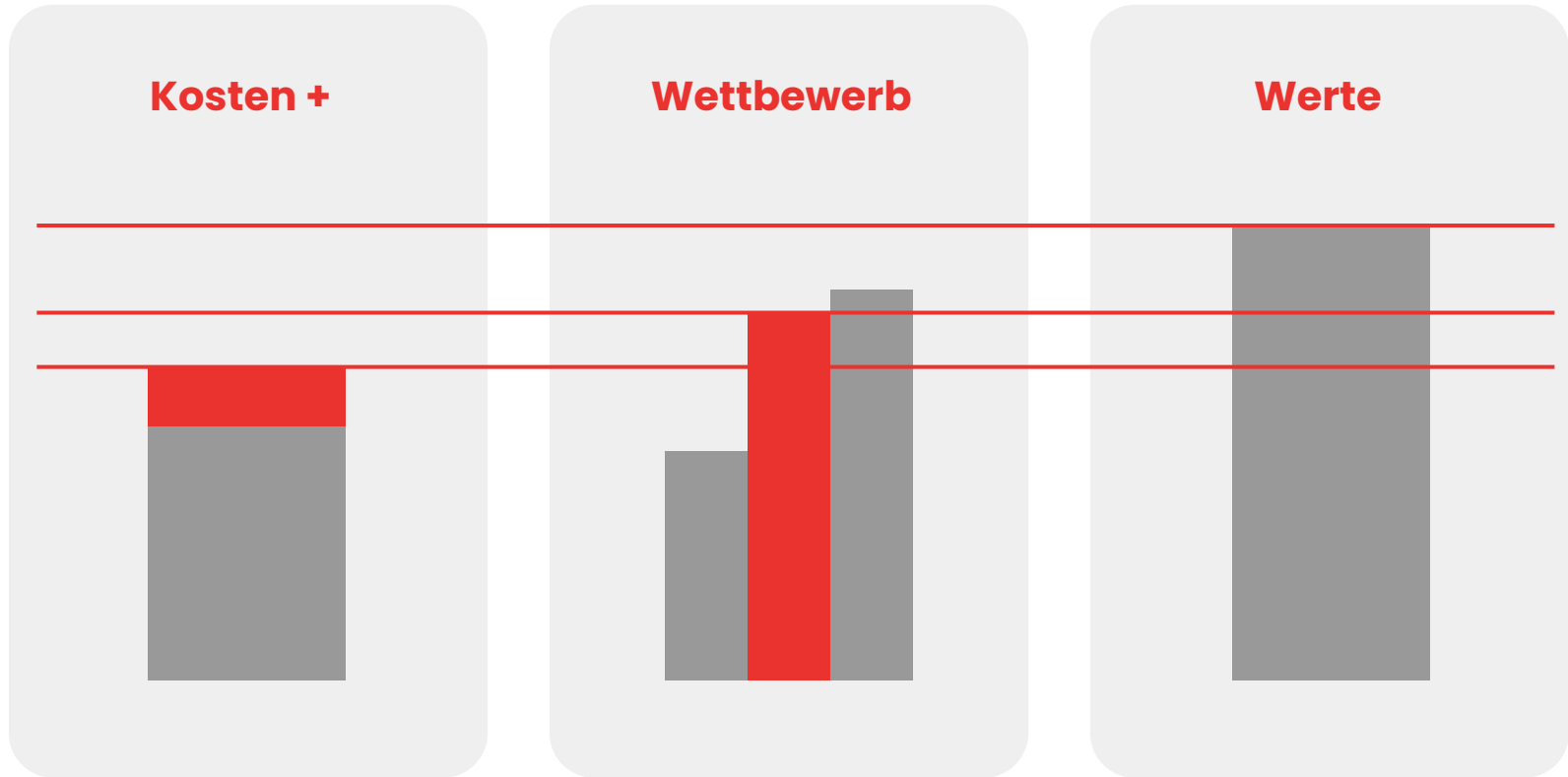
**Wettbewerb**



**Werte**



# Der "richtige" Preis?



# Fallbeispiel

# Fallbeispiel: Patricia Mösch



[HOME](#) [ÜBER MICH](#) [MEHR ZUM PROGRAMM](#) [FAQ](#) [KONTAKT](#) [zum Memberbereich](#)

28-Tage-Challenge

## DAS WUNSCHSTELLEN-PROGRAMM

Gemeinsam machen wir Dir  
Deinen Stellenwechsel einfach!

Willst Du das nötige Hintergrundwissen, damit Dir Dein  
Stellenwechsel, auch mit schwierigen Voraussetzungen,  
einfach gelingt?



[JA, ICH WILL!](#)

# Was macht Wunschstelle anders? "Selbstwert steigern", "Persönlichkeit erfassen", "Neugestaltung des Lebens"



*"Patricia hat eine sehr hohe Fachkompetenz. Mit einem kurzen Blick auf meine Unterlagen sah sie, was man verbessern kann. Am wichtigsten fand ich ihr Talent, meine Persönlichkeit zu erfassen."*

Max Grossenbacher



"Ich bin bei meinem Traumberuf gelandet! Die Tipps haben mir geholfen, meinen Selbstwert zu steigern.  
Kurz nach Beendigung des Programms habe ich meine Stelle gefunden! Mein Fazit: Was darauf steht, ist drin!"

Claudia Steinmann



"Über ein Jahr habe ich versucht einen Job zu finden. Nach zwei Wochen im Programm habe ich eine Stelle bekommen. Du hast mir gezeigt was in mir steckt und wie ich mich gut präsentiere."

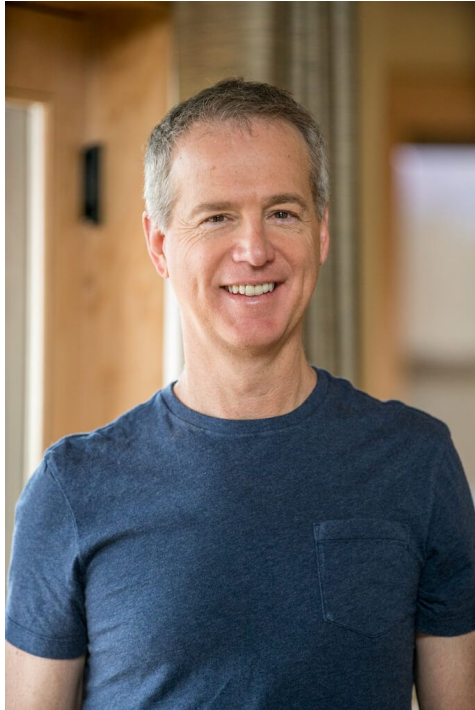
Natasa Radisavljevic



"Patricia Mösch, ein Profi!  
Phänomenal ist Ihre Stärke einem andere Sichtweisen klarzumachen und wertvolle Tipps bei der Neugestaltung des Lebens zu geben, um nicht wieder in die alten Denkmuster zu fallen."

Gaetano Paolucci

# Jeff Walker: Setzen Sie Ihren Preis am oberen Ende an



Viele Unternehmer neigen dazu, ihren Preis am unteren Ende anzusetzen: Sie setzen ihren Preis so niedrig an, dass sie sicher sind, dass die Leute kaufen werden.

Mein Rat: Gehen Sie ans obere Ende.

- Denken Sie an den **Wert**, den Sie für die Menschen schaffen
- Seien Sie bereit, aufzustehen und zu sagen: "Ja, ich liefere diesen Wert".
- Finden Sie Ihre wahren **Fans**
- Machen Sie keinen Wettlauf nach unten
- Lassen Sie sich zu **mehr Innovation** drängen
- Bieten Sie **auch kostenlose Inhalte** an, um den Leuten den Wert zu zeigen, den sie bekommen können

[jeffwalker.com](http://jeffwalker.com); [YouTube Video](#)

# Jay Clouse: Legen Sie Ihre Preise mit Bedacht fest

Überlegen Sie sich, wie Sie Ihre Preise gestalten:

1. Kennen Sie Ihr **Versprechen**
2. Bestimmen Sie die Gesamtzahl der gewünschten Verkäufe
3. Legen Sie Ihre Preise fest  
Passen Sie sie an Ihre Kunden an: Die Preisgestaltung ist ein **Hebel für die Kundenauswahl**
4. Entscheiden Sie, wie und wie oft Sie abrechnen
5. Erwägen Sie **Preisstufen**  
Mehrere Segmente Ihres Publikums ansprechen  
Eine niedrigere Stufe ist eine gute Testoption



[Jay Clouse](#)

Gründer von Creator Science  
2023 Content-Unternehmer des  
Jahres

# Welchen Ring würden Sie kaufen?

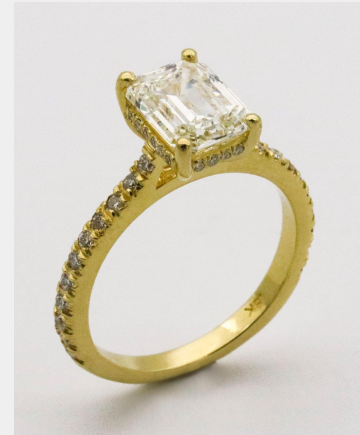
**EUR 10,-**



**EUR 100,-**



**EUR 1.000,-**





# Was die Preiswahrnehmung beeinflusst

- Prestige
- Qualitätsindikator
- "Magie der Mitte"
- verfügbare Alternativen
- Preisanker
- Preisschwellen (z.B. 99 statt 100)



[support@swissmademarketing.com](mailto:support@swissmademarketing.com)