

# 10 typische Fehler bei der Preisgestaltung

Checkliste über die häufigsten Fehler, die bei der Preisgestaltung unterlaufen können

## 1. keine Kalkulation

Sie legen Ihre Preise unsystematisch „aus dem Bauch heraus“ fest, ohne detaillierte Kalkulation.

## 2. kein Kostenüberblick

Sie kennen ihre tatsächlichen Kosten nicht und schätzen diese bei der Preiskalkulation nur „über den Daumen“ ab. Sie legen Ihre Preise unsystematisch „aus dem Bauch heraus“ fest, ohne detaillierte Kalkulation.

## 3. ohne Personalkosten

Sie grenzen ihren Leistungsumfang nicht genau genug ab und liefern mehr, als sie bezahlt bekommen. Sie kalkulieren vor allem den Faktor „Zeit“ nicht oder nicht ausreichend ein. Er ist wichtig für die eigenen Personalkosten und die der Mitarbeiter.

## 4. nur Kostenpreis

Sie denken nur an die Kostenpreise und kalkulieren auf der Grundlage ihres Rechnungswesens. Dabei vernachlässigen sie aber die Marktpreise.

## 5. keine Marktinformationen

Sie haben zu wenig Informationen darüber, welche Preise im Wettbewerb auf dem Markt akzeptiert werden (Testkunden!).

## 6. Konkurrenz imitiert

Sie „fahren“ keine eigene Preisstrategie, mit der sie sich am Markt positionieren können. Sie ahmen „blind“ die Preisstrategien ihrer Konkurrenten nach.

## 7. falsche Erwartungen

Sie orientieren sich bei der Preisgestaltung an zu hohen Umsatz und Gewinnerwartungen.

## 8. ohne Sicherheit

Sie sichern ihre Preise nicht ab. Das heißt: Sie haben eventuelle Forderungsausfälle, auf den Markt kommende Nachahmer, Konkurrenten, die ihre Preise „aggressiv“ unterbieten oder auch notwendige Rabatte nicht einkalkuliert. Sie unterschätzen Belastungen, die erst nach einem gewissen Zeitraum anfallen wie z.B. Steuern, Kreditrückzahlungen, Lohnkosten, Verwaltungsaufwand etc.

## 9. Angebot vernachlässigt

Sie gestalten ihr Angebot allein „um den Preis herum“. Das heißt: Sie vernachlässigen die Kostensituation und/oder die Qualität von Produkt oder Dienstleistung.

## 10. fehlende Argumente

Bei hochpreisigen Angeboten fehlen überzeugende Argumente für die Hochwertigkeit von Produkt oder Leistung.

Quelle: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) in Bonn, GründerZeiten Nr. 28, [www.bmwi.de](http://www.bmwi.de)