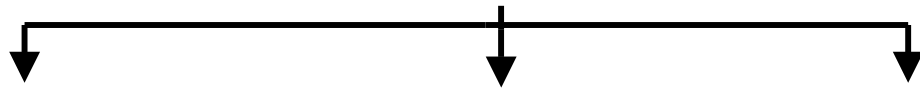


Preisdifferenzierung

= gleiches Gut wird bei gleichen Kosten zu unterschiedlichen Preisen angeboten



Formen	Gründe	Voraussetzungen
<p>Räumliche P. Bsp.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Benzinpreise 	<ul style="list-style-type: none"> • Unterschiedliche Kaufkraft • Verschieden starke Konkurrenz 	<ul style="list-style-type: none"> • Getrennte Märkte (große Entfernung, Landesgrenzen) • Geringe Markttransparenz
<p>Zeitliche P. Bsp.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Saisonpreise (Heizöl) • Nachttarif b. Strom • Telefentarife • Einführungspreise 	<ul style="list-style-type: none"> • Abschöpfen zusätzlicher Kaufkraft (z.B. Weihnachtsgeld) • Gleichmäßige Auslastung der Produktion/des Lagers 	<ul style="list-style-type: none"> • Kaufbereitschaft • Präferenzen f. Produkt
<p>Persönliche / personelle P. (nach Abnehmergruppen) Bsp.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mitarbeiterpreise • Schülertarife • Wiederverkäuferpreise 	<ul style="list-style-type: none"> • Gutes Betriebsklima fördern • Bindung an das Unternehmen stärken • Soziale Gründe • Leistungsübernahme des Handels 	<ul style="list-style-type: none"> • Genaue Abgrenzung der Abnehmergruppen
<p>Verdeckte / sachliche P. (gleiches Produkt mit anderer Aufmachung) Bsp.:</p> <p>ALDI</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Verschiedene Nachfragetypen (Konsumentenrente ausnutzen) 	<ul style="list-style-type: none"> • Unterschiedliche Käuferschichten • Geheimhaltung
<p>Mengenmäßige P. (geringerer Preis bei höheren Abnahmemengen) Bsp.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Staffelpreise 	<ul style="list-style-type: none"> • Absatz höherer Mengen • Kostendegression 	<ul style="list-style-type: none"> • Hohe Fixkosten