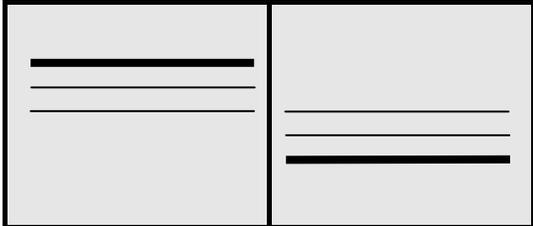


# Preisstrategien

## Festpreisstrategien

<b>Hochpreisstrategie</b>	<b>Niedrigpreisstrategie</b>
<b>(Premiumpolitik)</b>	<b>Promotionspolitik)</b>

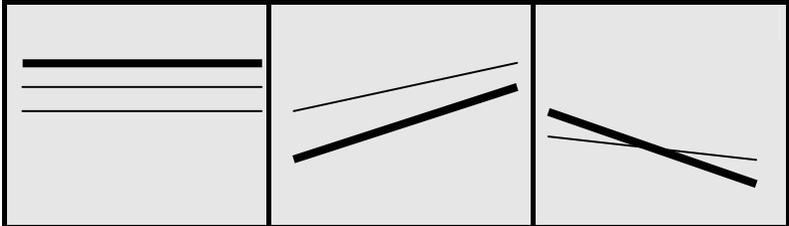


Der Preis wird im Vergleich zur Konkurrenz hoch festgelegt.	Der Preis wird im Vergleich zur Konkurrenz niedrig festgelegt.
---	--

Hochpreissegment  Bessere Qualität Markenprodukt	Niedrigpreissegment  Preisorientierte Kunden
--	--

## Preiswettbewerbsstrategien

<b>Preisführer</b>	<b>Preisfolger</b>	<b>Preiskämpfer</b>
		<b>Preisanzführer</b>

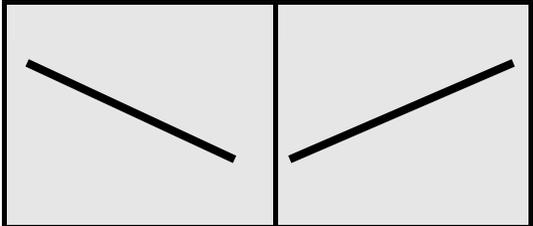


Der Preisführer verlangt den höchsten Preis.	Der Preisfolger passt den Preis seinem Preisführer laufend an. Der Preis bleibt aber etwas unterhalb des Preisführers.	Der Preiskämpfer unterbietet seine Konkurrenten, um die Preisanzführerschaft zu erreichen
--	--	---

Bessere Qualität Markenprodukt  Größtes Unternehmen	Kleineres Unternehmen	Unternehmen mit günstiger Kostenstruktur
---	-----------------------	--

## Preisabfolgestrategien

<b>Abschöpfungsstrategie</b>	<b>Marktdurchdringungsstrategie</b>
<b>(Skimmingpolitik)</b>	<b>(Penetrationspolitik)</b>



Der hohe Anfangspreis wird im Laufe der Zeit kontinuierlich gesenkt.	Der niedrige Einführungspreis wird später kontinuierlich angehoben.
--	---

Unternehmen mit innovativem Produkt	Unternehmen will in einen bestehenden Markt eintreten oder Konkurrenten abschrecken.
-------------------------------------	--