

GETUP-Kongress

Gesundheit. Ernährung. Entspannung. Training
Unternehmensmanagement im Präventionsmarkt



Deutsche Hochschule
für Prävention und Gesundheitsmanagement
University of Applied Sciences

Forum Management

„Preisbildung – Dilemma der Fitness- und Gesundheitsbranche!“

Referent: Dipl.-Betriebswirt Ralf Capelan



Krise forciert ruinöse Preiskriege!

**Jede zweite Firma will durch Preisnachlässe
die sinkende Nachfrage wettmachen – doch sie
gefährden damit dauerhaft ihre Profite!**

Bedeutung der Preisbildung

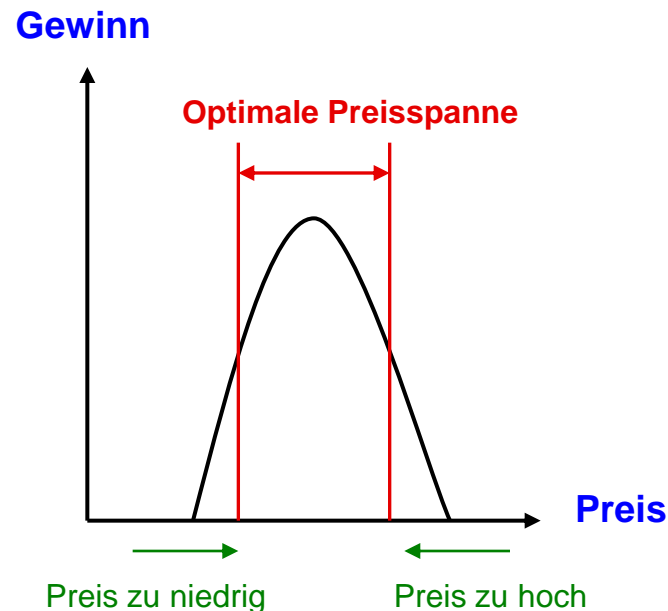
- Unternehmen müssen Preis für ihre Leistungen festlegen
- Preispolitik ist eines der klassischen marketingpolitischen Instrumente
- Enorme betriebswirtschaftliche Bedeutung



Fehler bei der Preisbildung können existenzielle Konsequenzen haben

Aufgabe der Preisbildung

- Findung des Preises, der den höchstmöglichen Gewinn garantiert!



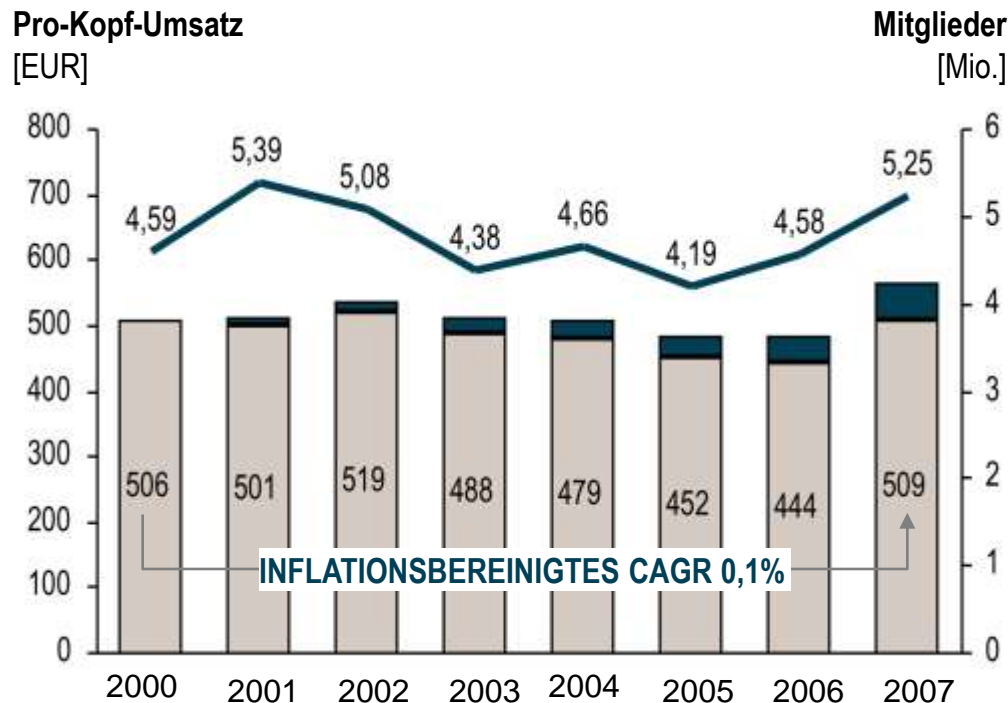
Einen optimalen Preis gibt es immer. Es ist nur schwierig ihn zu finden!

Dilemma

der Fitness- und Gesundheitsbranche!

Stagnierender Pro-Kopf-Umsatz und schwankende Mitgliederzahlen in Deutschland – Herausforderungen für die Industrie

Entwicklung Mitglieder und Pro-Kopf-Umsatz in Deutschland



Herausforderungen für Fitnessindustrie

- > Wie können bestehende Kunden an das Unternehmen gebunden werden?
- > Wie können neue Kundengruppen erschlossen werden?
- > Wie kann der Umsatz der Kunden erhöht werden?

■ Anteil Inflation auf Basis 2000 ■ Umsatz je Mitglied inflationsbereinigt auf Basis 2000 - Anzahl Mitglieder [Mio.]

Preiselastizität

- Relative Änderung der Angebots- bzw. Nachfragemenge, bei relativer Preisänderung
- Je höher die Preiselastizität, desto stärker reagiert die Menge auf den geänderten Preis

Preisbildungsverfahren

- **Kostenorientierte Verfahren**
- **Wertorientierte (nachfrageorientierte) Verfahren**
- **Konkurrenzorientierte Verfahren**

Preisentscheidung

- Preisbildungsverfahren bestimmen Preisbereich
- Endgültige Preisentscheidung wird zusätzlich noch beeinflusst durch:
 - Psychologische Auswirkungen
 - Andere Elemente des Marketingmix
 - Preispolitik des Unternehmens



Preis

GETUP-Kongress

Gesundheit. Ernährung. Entspannung. Training
Unternehmensmanagement im Präventionsmarkt



Deutsche Hochschule
für Prävention und Gesundheitsmanagement
University of Applied Sciences

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

