

7 PREISTRICKS FÜR NACHHALTIGE UNERNEHMEN AMAZON & CO. NUTZEN DIESE TÄGLICH





1

DER PREISANKER

“DER ERSTE PREIS WIRD ZUM ANKER FÜR ALLE WEITEREN.”

So klappts:

- stelle Dein Premium-Produkt zuerst vor
- zeige drei Preis-Optionen: Premium, Standard, Basic
- die mittlere Option wird am häufigsten gewählt werden.

Oder: Nutze den höheren Preis um den Mehrwert Deiner nachhaltigen Produkte zu verdeutlichen!



2

DAS ENDE DES PREISES

“NICHT ALLES IST GLEICH
GUT.”

Achte auf folgendes:

- 9er-Endungen funktionieren immer noch, wenn es günstiger aussehen soll (29,99€)
- runde Preise wirken hochwertiger (30€)
- ungerade Zahlen wirken allgemein authentischer

Du willst, dass Dein Preis richtig groß aussieht?
Dann verwende 12.000,00 EURO statt 12000 €.



PREISE BÜNDELN

“DAS GANZE IST MEHR ALS DIE
SUMME DER TEILE.”

Tipps:

- biete Bundles an. Die einzelnen Produkte unterstützen sich gegenseitig (Cheerleader-Effekt)
- betone den Rabatt beim Kauf von mehreren Produkten
- “Spare 20%” wirkt besser als “Zahle nur 80%”

Bündle mehrere Produkte zu einer “Starter-Box” mit klarem Mehrwert.

4

NIMM DEN PREIS AUSEINANDER

“KLEIN WIRKT GÜNSTIGER ALS
GROSS.”

Wie gehts?

- brich den teuren Jahrespreis runter auf einen Monatspreis
- “Nur 9 € im Monat” statt “108 € pro Jahr”
- “weniger als 1 € am Tag” für hochpreisige Angebote

Ziehe Vergleiche: Nur soviel am Tag, wie eine Tasse Kaffee.



5

ZEIGE KONTRASTE

“IM VERGLEICH WIRKT ALLES
ANDERS.”

Wie geht das?

- Stelle einen Lockvogel neben Dein eigentliches Angebot
- vergleiche Deinen Preis mit dem Marktpreis
- zeige den langfristigen Wert gegenüber den kurzfristigen Alternativen

Qualität hat ihren Preis und Deine Produkte sind besser als Massenware.



6

PREISTRANS- PARENZ

“EHRlichkeit WÄHRT AM
LÄNGSTEN.”

Wirklich!

- erkläre, warum Dein Preis so hoch ist
- zeige, wofür das Geld verwendet wird (“Über mich”-Sektion oder “Hinter den Kulissen”)
- verstecke keine Kosten

Wenn Du faire Partner hast und in Umweltschutz investierst, dann zeige das auch.



DAS PREMIUM-PARADOXON

“TEUER KANN AUCH VERKAUFEN.”

Echt!

- füge eine ultra-premium Option hinzu und freue Dich, wenn diese gebucht wird
- die mittlere Option wird dadurch attraktiver, also Dein eigentliches Produkt
- betone den Wert, nicht den Preis



TO DO:

Check Deine Preise!

- stehen die Preise im richtigen Kontext oder isoliert?
- kommunizierst Du Werte oder Kosten?
- passt

DU BRAUCHST HILFE? DANN MELDE DICH UND WIR SEHEN UNS DEINE PREISSTRUKTUR GEMEINSAM AN.

