

Preisdifferenzierung

Aufgabenset 2

Vertiefungsfragen

1. Beurteilen Sie, ob die folgenden Aussagen richtig oder falsch sind. Kreuzen Sie die korrekten Aussagen an. Erklären Sie bei den falschen Aussagen in einem vollständigen Satz, wieso diese nicht korrekt sind.

Preisdifferenzierung heisst, dass verschiedene Firmen die gleichen Produkte zu unterschiedlichen Preisen anbieten.

Preisdifferenzierung kommt vor, weil ein und dasselbe Produkt unterschiedliche Herstellungskosten haben kann.

Mit Preisdifferenzierung kann ein Unternehmen den Gewinn steigern.

Preisdifferenzierung führt zu höheren Preisen für alle Konsumenten.

2. Ein Mobilfunkanbieter führt ein Abo mit vergünstigtem Tarif für Jugendliche unter 27 Jahren ein. Um welche Form der Preisdifferenzierung handelt es sich hier? Begründen Sie.

3. Welche Form von Preisdifferenzierung wird bei folgendem Angebot angewendet? Begründen Sie.



4. Eine Firma verkauft T-Shirts an drei Kunden. Jeder Kunde kauft ein T-Shirt, wenn der Preis nicht höher ist als seine Zahlungsbereitschaft:

Zahlungsbereitschaft für ein T-Shirt

Kunde 1	21 Jahre, Student	15 Franken
Kunde 2	45 Jahre, Angestellter bei einer Versicherung	30 Franken
Kunde 3	55 Jahre, Chefarzt in einem Spital	45 Franken

Die Herstellungskosten betragen 5 Franken pro T-Shirt.

- a) Welchen Einheitspreis muss die Firma wählen, um den höchsten Gewinn zu erzielen? Wie viele T-Shirts soll die Firma am besten verkaufen?

- b) Berechnen Sie die Konsumentenrente der drei Kunden beim Einheitspreis.

- c) Die Firma möchte personelle Preisdifferenzierung anwenden und für jeden Kunden einen eigenen Preis bestimmen. Wie hoch müssen die drei Preise sein, damit der höchstmögliche Gewinn erreicht wird? Wie viele T-Shirts werden jetzt verkauft?

- d) Was bedeutet Preisdifferenzierung für die Kunden? Inwiefern können sie profitieren, inwiefern bringt Preisdifferenzierung Nachteile?

- e) Wie hat sich die Konsumentenrente der drei Kunden durch Preisdifferenzierung verändert?

5. Unterstreichen Sie im folgenden Text die richtige Lösung.

Je (grösser / vollkommener / unvollkommener) der Markt ist, desto eher kann ein Preis im Rahmen einer gewissen Grenze verändert werden, ohne dass die Kundschaft (zur Konkurrenz abwandert / die Zahlungsbereitschaft erhöht).

Wenn ein Unternehmen erfolgreich einen Absatzmarkt in mehrere Teilmärkte aufspaltet, so kann es durch Preisdifferenzierung seinen (Umsatz stabilisieren / Gewinn erhöhen / Ruf verbessern).