



Preisführer: Es kann nur einen geben

Sehr geehrter Erfolgsverhandler,

mit dem Preis ist das so eine Sache. Jahrelang war es Aldi vorbehalten, bei gleicher Qualität den jeweils billigsten Preis im Markt anzubieten. Statt wie früher den Mensch, stellt dm nun den Preis in den Vordergrund, auch bei Bio-Produkten. Sehr zum Ärger von Aldi.

Was manche selbst ernannten Experten als „lange Reaktionszeit von Aldi“ auf Preissenkungen der Konkurrenz bezeichnen, bewerten wir als besonnene Strategie zum langfristigen Werteerhalt. Weder Schüsse aus der Hüfte noch übertrieben harte Reaktionen sind von Aldi zu beobachten, wenn die Preise im Markt fallen – derzeit noch.

Wenn der neue selbsternannte Preisführer für Bio-Produkte wieder einmal seinen Anspruch umsetzt, dass „niemand günstiger verkaufen dürfe als dm“, dann wartet Aldi in der Regel erstmal ab – manchmal Monate – um dann exakt auf den Preis von dm zu gehen. So werden teure und am Ende sinnlose Preisschlachten vermieden.

Wir sagen: Aldi sei Dank!

Noch immer haben die Preise von Aldi eine erhebliche Signal- und Leitfunktion für die gesamte Branche. Senkt Aldi die Preise, ziehen die Konkurrenten mit. In die andere Richtung scheint das (noch) nicht immer so der Fall zu sein. Aus welchen Gründen auch immer, zieht der Markt bei von Aldi durchgeführten Preiserhöhungen nicht immer mit.

Aldi erhöht die Preise

Die gute Nachricht, auch Aldi erhöht seine Verkaufspreise. In der Regel immer dann, wenn die Einkaufspreise nach oben gegangen sind – und jetzt wird die Sache für die Industrie erst so richtig interessant. Für Lieferanten ist es also durchaus möglich, die eigenen Preise zu erhöhen, vorausgesetzt das ist interessant und mehr Geld in der Kasse ganz grundsätzlich Willkommen.

Lass mich nicht zu lange warten

Mit erfolgreichen Preiserhöhungen ist es wie mit interessanten Frauen. Wer sie zu lange warten lässt, der wird bestraft. Viele Unternehmen erhöhen die Preise erst, wenn es nicht mehr anders geht. Gestiegene Kosten drücken so stark auf die Marge bis das Unternehmen eine Preiserhöhung „braucht“. Dann ist es jedoch schon längst zu spät. „Brauchen“ ist immer auch Ausdruck von Abhängigkeit. Besser ist es, die Preiserhöhung zu wollen und durchzuführen solange sie noch nicht gebraucht wird. Ganz frei und unabhängig von Rohstoffkosten oder anderer Einflussgrößen. Einfach so, regelmäßig und unbegründet.

Make your own music

Statt also mit den eigenen Preisen auf gestiegene Kosten zu reagieren, lautet unsere ganz klare Empfehlung, die eigene Musik zu machen und die Preise unabhängig von Kosten und der eigenen Branche zu entwickeln. Das schafft Flexibilität und vor allem Raum und Gelassenheit bei Schwankungen auf der Kostenseite.

Wie genau das geht erfahren Sie in unseren Trainings und Workshops. Die genauen Inhalte und Termine unserer Events finden Sie hier <http://erfolgscampus.de/training/>

Machen Sie sich Ihr eigenes Bild. Melden Sie sich jetzt an und spielen Sie schon bald Ihre eigene Musik. 2019 gehört Ihnen.

In diesem Sinne wünschen wir Ihnen eine schöne Adventszeit und vor allem erfolgreiche Jahresgespräche.

Sonnige Grüße und bis bald in Stuttgart
Ihre
Kurt-Georg & Klaus Scheible

Unsere nächsten Termine in 2019:

12. - 13. Februar 2019 - **Im Kopf des Einkäufers®1** – Stuttgart
15. Februar 2019 - **Power-Workshop**
„Nach den Jahresgesprächen ist vor den Jahresgesprächen“ – Stuttgart

Alle Termine 2019...

Sie haben ein individuelles Projekt oder ein besonderes Anliegen wie zum Beispiel eine Preiserhöhung, ein Folding oder Sie wollen in den Jahresgesprächen mit Ihrem Kunden weniger investieren oder einfach mal bei Sonderforderungen des Handels nicht dabei sein, dann sollten wir uns einfach mal unterhalten. Es gibt immer mehr als nur eine Lösung! Rufen Sie uns doch einfach mal an: 0711-22254478.

DRUCKEN SIE

Sie können diesen Erfolgsletter auch grafisch aufbereitet ausdrucken und ganz in Ruhe lesen.

KOPIEREN SIE

Nutzen Sie Artikel für eigene Publikationen. Einzige Bedingung: Hinweis und Link auf www.erfolgscampus.de

EMPFEHLEN SIE

Empfehlen Sie diesen Erfolgsletter, indem Sie ihn einfach weiterleiten. Vielen Dank.

STÖBERN SIE

Stöbern Sie in unserem [Erfogsletter-Archiv](#).

Erfolgscampus GmbH • Königstraße 10c • 70173 Stuttgart

Tel: +49 (0)711 22254478 • Fax: +49 (0)700 33441111 • info@erfolgscampus.de • www.erfolgscampus.de
Sitz in Göppingen • AG Ulm HRB 533954 • Geschäftsführer: Kurt-Georg Scheible, Klaus Scheible



Twitter

Facebook