

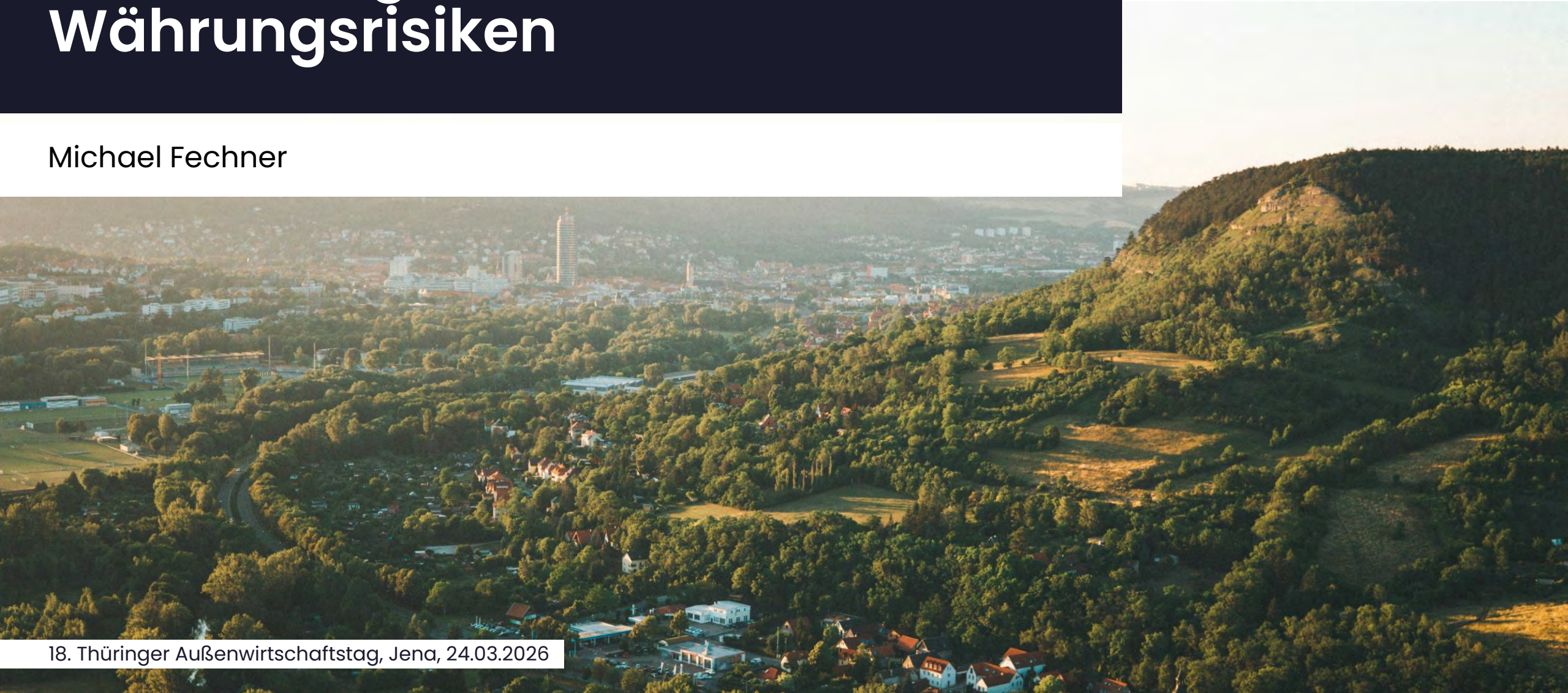
PRICING. VERTRIEB. STRATEGIE.

Preisstrategien & Währungsrisiken

Michael Fechner

& Prof. ROLL
PASTUCH

18. Thüringer Außenwirtschaftstag, Jena, 24.03.2026



Der Wert bestimmt den Preis – nicht die Kosten!



Ganzheitliches Pricing im internationalen Geschäft: Von strukturierten Prozessen zu wertorientierter Preissetzung



Drei Perspektiven auf Produktpricing – mit besonderem Fokus auf Wertorientierung



Preissetzung (Produkt)

Ist die Preissetzung für Produkte / Dienstleistungen systematisch und wertorientiert?
Wird international systematisch gesteuert?

01

02

Markt- und Preisstrategie

Ist eine klare Preisstrategie definiert – unterstützt diese die Unternehmensstrategie und -ziele?



A

Pricing-Methoden:
Die richtige Logik wählen

B

Value Pricing:
Den Kundennutzen in den Mittelpunkt stellen

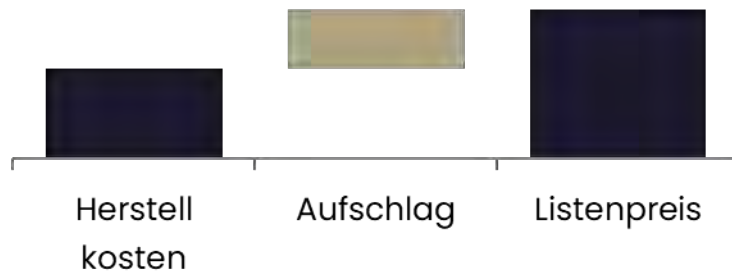
C

International Pricing:
Komplexität aktiv steuern

Viele Unternehmen orientieren sich noch stark an Kosten – und lassen Wertpotenziale ungenutzt

Cost-Plus-Pricing

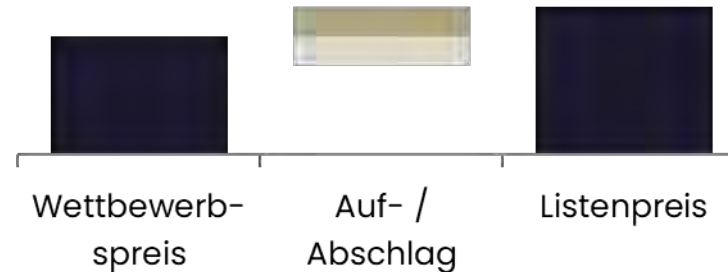
Preisbildung mit prozentualem Aufschlag gemäß Zielmarge



- + Einfache Anwendung
- Eher produktorientiert, geringe Marktorientierung
- Kundennutzen wird kaum berücksichtigt
- ...

Wettbewerbsorientiertes Pricing

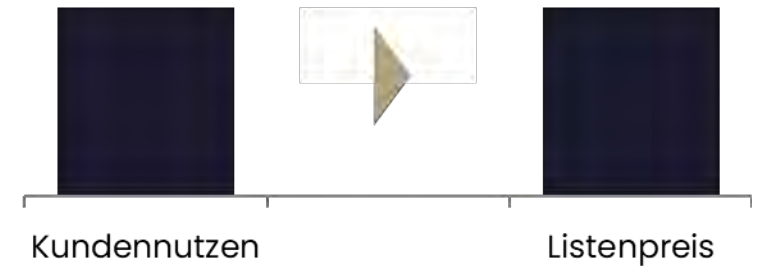
Preisbildung über Auf- oder Abschläge auf Wettbewerbspreise



- + Einfache Anwendung
- + Marktorientiert
- Keine eigenständige Preispositionierung
- Übernahme möglicher Fehlbewertungen im Markt
- Grade im B2B keine transparente Basis vorhanden

Wertorientiertes Pricing

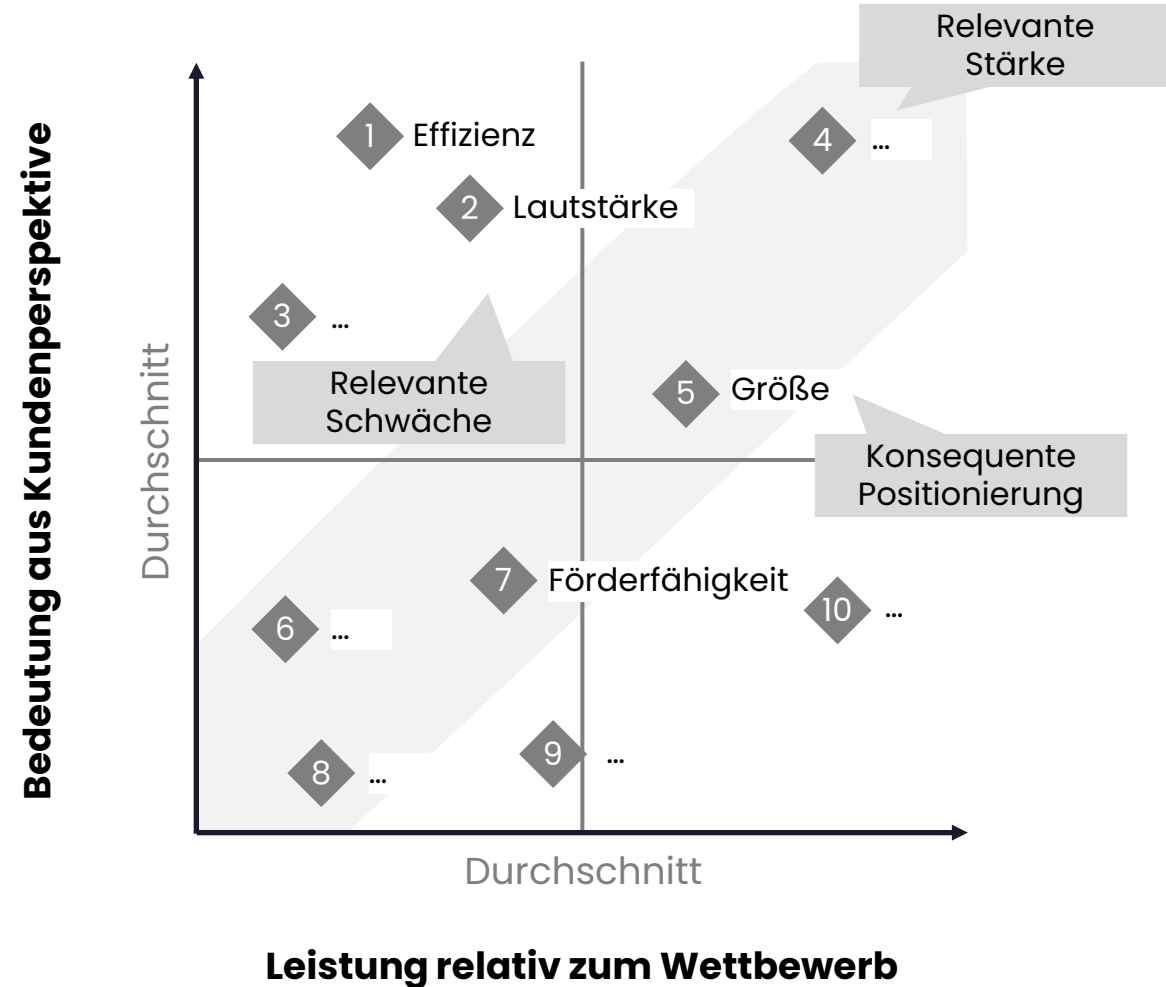
Preisbildung auf Basis des Produktmehrwertes aus Kundensicht



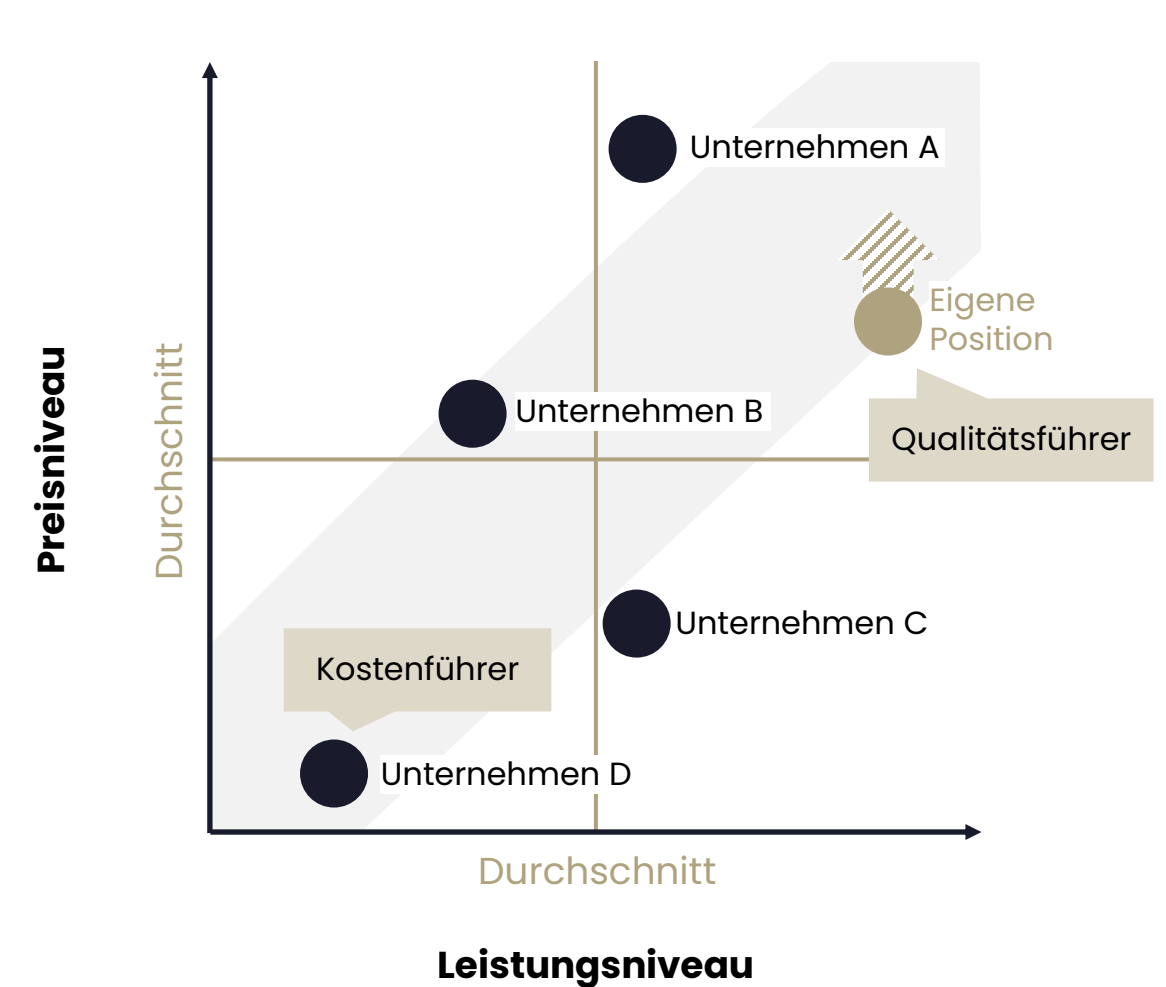
- + Adressiert den konkreten Produktmehrwert
- + Hohe Marktorientierung
- Aufwändig in der Anwendung
- ...

Um ein marktgerechtes Pricing zu gewährleisten, muss die Preis-Leistung gegenüber dem Wettbewerb definiert werden

Eigene Performancebewertung



Aggregierter Wettbewerbsvergleich



Value Pricing quantifiziert den Mehrwert von Anwendungsnutzen und -kosten und legt einen wertbasierten Preis fest

Referenzbasis:

- Nächstbeste Alternative
- Historische Verkaufsdaten
- ...

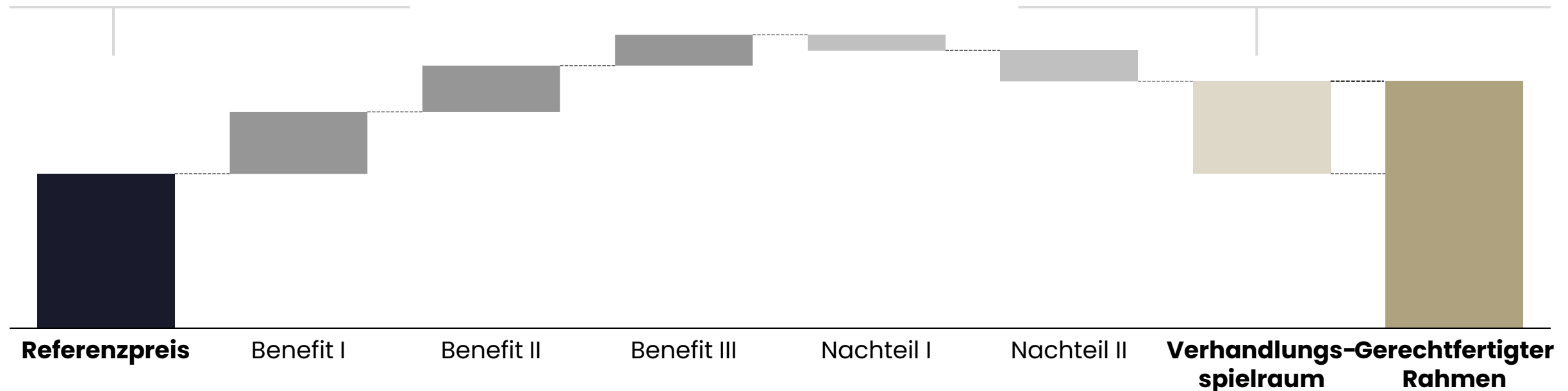
Optimal: Mehrere Methoden

Wertbasierte Preisberechnung:

Ausgehend von der Referenzbasis wird die optimale Positionierung mithilfe von wertbasierten Auf- und Abschlägen festgelegt

Markt-Check:

- Experten Schätzungen (intern & extern)
- Kundenstudie
- Pilotierung
- ...



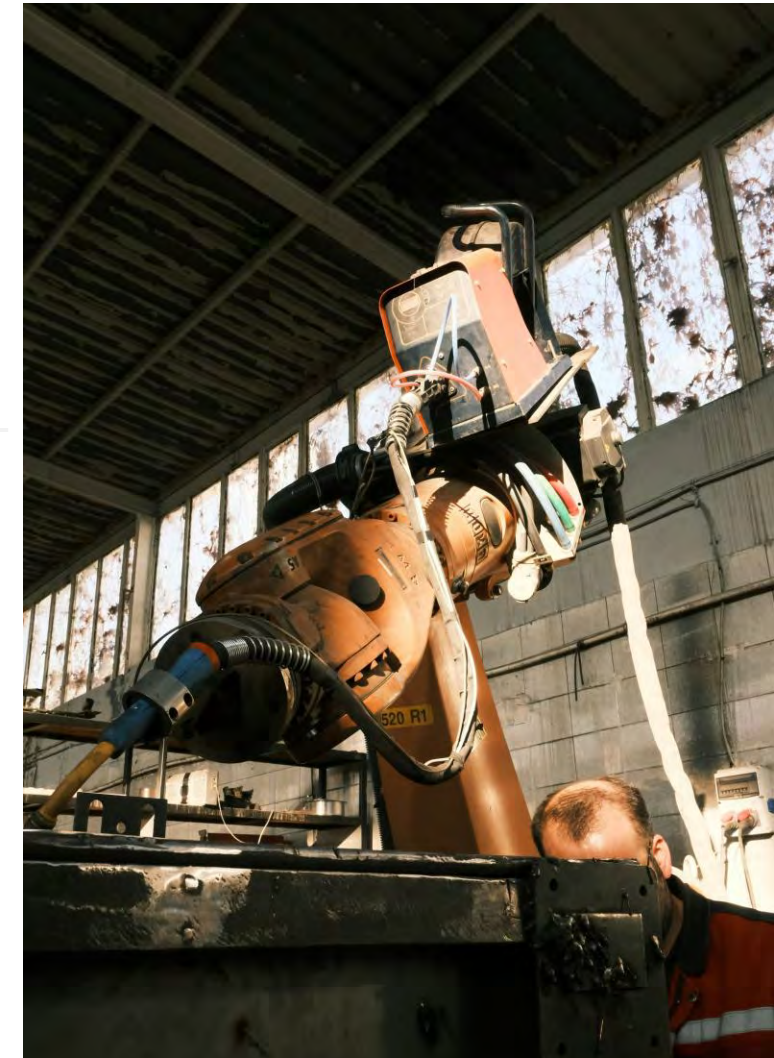
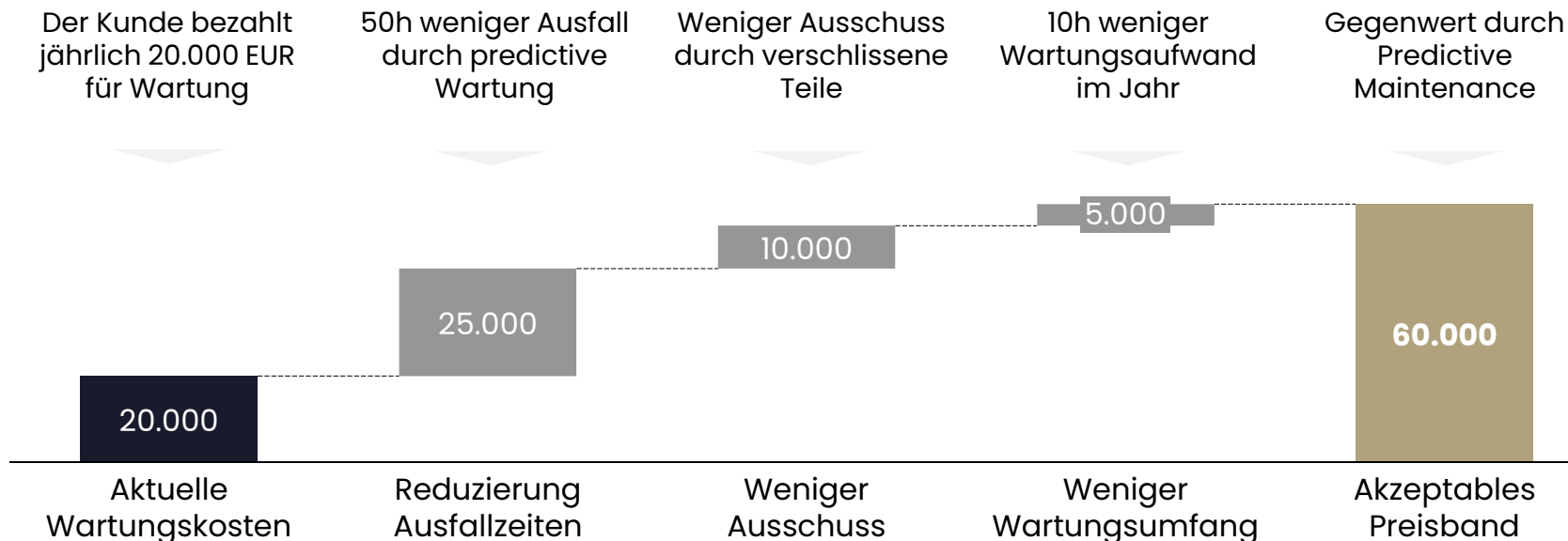
Die Quantifizierung der monetären Effekte hilft, Zahlungsbereitschaften einzuschätzen und erlaubt ein gezieltes Value Selling

Ausgangslage

Ein Kunde betreibt eine Produktionslinie mit mehreren Maschinen. Aktuell gibt es folgende Herausforderungen:

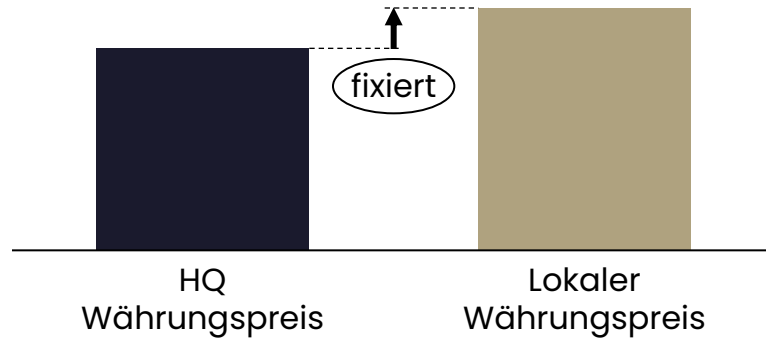
- **Ungeplante Ausfallzeiten:** Bei plötzlichem Ausfall steht die ganze Linie
- **Unnötige Wartungskosten:** Wartung wird nach festen Intervallen durchgeführt unabhängig vom Status der Maschinen
- **Verluste durch Ausschuss:** Manche Maschinen produzieren zum Ende ihres Wartungszyklus mehr fehlerhafte Teile

Gegenwert Ausfallstunde: 500 EUR



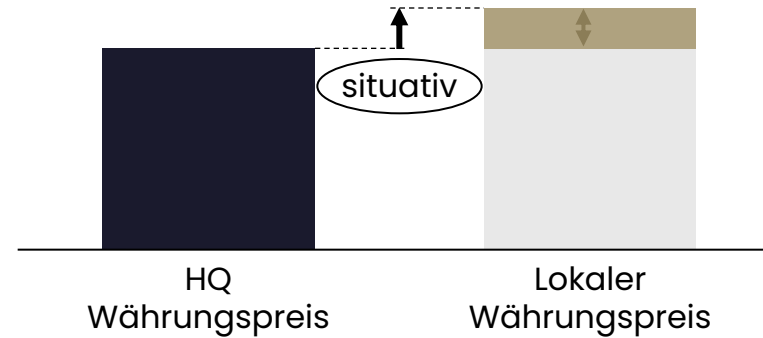
Wechselkurse aktiv managen – entscheidend ist die Flexibilität

Konstanter lokaler Preis



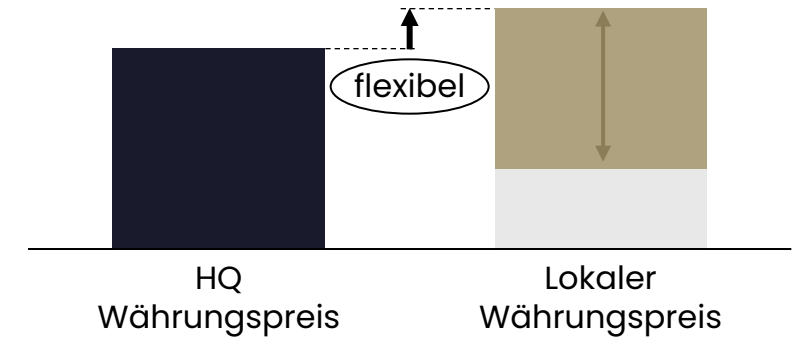
- Wechselkursänderungen werden bei unterjährigen lokalen Wechselkursschwankungen nicht berücksichtigt.
- Lokale Preise bleiben für einen definierten Zeitraum (z.B. 1 Jahr) konstant bzw. basieren auf einem festen Umrechnungsfaktor.

Differenzierter Ansatz



- Preisanpassungen in lokaler Währung folgen klaren (vordefinierten) Regeln.
- Negative Wechselkurseffekte werden durch Preisanpassungen gezielt gesteuert.
- Mindestflexibilität bei Preisanpassungen erforderlich.

Konstante Marge

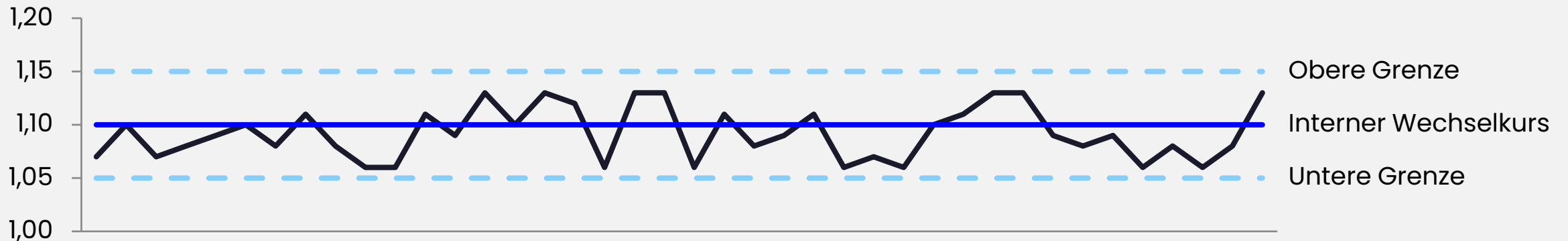


- Es wird eine klare Marge definiert in einer der relevanten Währungen
- Lokale Preise werden dynamisch angepasst je nach Wechselkursveränderung

DYNAMIK

Klare Regeln schaffen Sicherheit im Umgang mit Wechselkursen

- Regelmäßige Überprüfung und Anpassung der Wechselkurslogik
- Definition klarer Bandbreiten für stabile Preissteuerung
- Fokus auf Ergebnisstabilität trotz Wechselkursschwankungen
- Abstimmung von Preis- und Absicherungsstrategien bei Bedarf



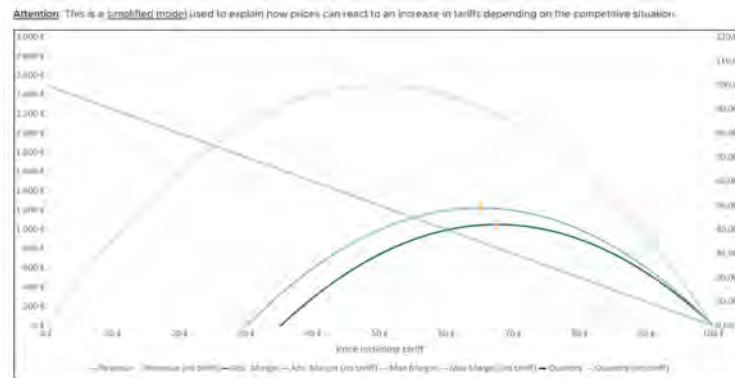
Internationale Preise werden nicht nur durch Wechselkurse bestimmt – sondern zunehmend durch Importzölle

Herausforderungen

- **Sinkende Margen**
Zölle drücken direkt auf die Gewinnspanne, wenn Preise nicht angepasst werden
- **Plötzliche Kostenveränderungen**
Unerwartete Zolländerungen machen bestehende Kalkulationen über Nacht obsolet
- **Wettbewerbsverzerrungen**
Lokal produzierende Anbieter gewinnen Preisvorteile gegenüber importabhängigen Firmen
- **Volatile Rahmenbedingungen**
Zölle können sich kurzfristig ändern und erfordern flexible Preisstrategien

Systematische Analyse

Zolleffekte und Preisanpassungen sollten vor Entscheidungen systematisch analysiert und simuliert werden

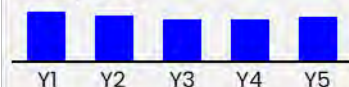


Zölle & Gegenmaßnahmen

Kostenentwicklung entlang der Lieferketten

Nachfragtentwicklung B2B / B2C

Wettbewerbsreaktion Lokal / international



...

Die richtigen Fragen bei jeder Zollanpassung

- **Dauerhafter oder temporärer Eingriff?**
- **Listen- und/oder Rabattanpassung?**
- **Wie werden Zwischenhändler gesteuert?**
- **Welche Ausnahmen gelten?**
- **Wie wird die Umsetzung im ERP sichergestellt?**
- **Wie reagiert der Markt?**

Simulieren Sie Ihre Anpassungen unter:

www.roll-pastuch.com/tariff-simulation/



Drei Prinzipien für erfolgreiches Produkt-Pricing im internationalen Geschäft



Preissetzung (Produkt)

Ist die Preissetzung für Produkte / Dienstleistungen systematisch und wertorientiert?
Wird international systematisch gesteuert?

01

02

Markt- und Preisstrategie

Ist eine klare Preisstrategie definiert – unterstützt diese die Unternehmensstrategie und -ziele?



A

Pricing-Methoden gezielt einsetzen

Kein Standardansatz – Methode je nach Produkt und Markt wählen
Unterschiedliche Ansätze bewusst kombinieren

B

Wertorientierung nutzen

Preise am Kundennutzen im Vergleich zur nächstbesten Alternative ausrichten
Kundensicht ehrlich bewerten (inkl. Nachteile)

C

Internationales Pricing steuern

Lokale Marktbedingungen berücksichtigen (z. B. lokal produzierender Wettbewerb)
Klare Regeln für den Umgang mit Zöllen und Wechselkursen etablieren

Wir beraten unsere Kunden auf der Umsatzseite durch intelligentes Pricing und Vertrieb

Schwerpunktthemen

Pricing	Strategie	Vertrieb
<ul style="list-style-type: none"> Value-Pricing Digital Pricing Internationales Pricing Service Pricing Ersatzteile ... 	<ul style="list-style-type: none"> Wachstumsstrategie Produktstrategie Go-to-Market ... 	<ul style="list-style-type: none"> Vale Selling Kunden-segmentierung Vertriebsorganisation ...

Publikationen & News



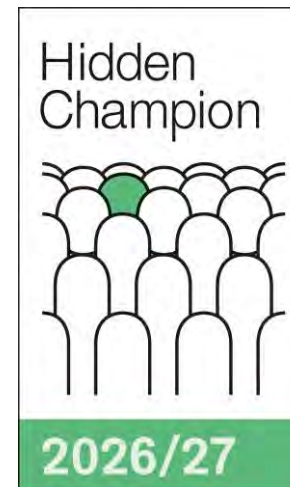
Auszeichnungen

Capital

WIRTSCHAFT IST GESELLSCHAFT

1. Prof. Roll & Pastuch 427
2. Simon Kucher & Partners 421
3. Boston Consulting Group 369
4. Roland Berger 327
5. McKinsey & Company 323

Erneut ausgezeichnet als Hidden Champion für Pricing und Vertrieb durch das Fachmagazin Capital



brandeins

1. Prof. Roll & Pastuch
2. Iskander Business Partners
3. Simon-Kucher & Partners
4. SMP Strategy Consulting
5. Boston Consulting Group

Ausgezeichnet vom Fachmagazin brandeins als „Beste Unternehmensberater“ in der Kategorie „Sales, After Sales, CRM“



Michael Fechner

Partner

+49 176 133 27 118

m.fechner@roll-pastuch.com

Stay connected with R&P



The contents of this presentation are confidential. Disclosure of the data and information to third parties is only permitted with the written consent of Prof. Roll & Pastuch.



An aerial photograph of a town and surrounding forest. The town is visible in the lower right, with several buildings and a church. The forest covers most of the landscape. In the background, there are rolling hills and a city skyline under a clear sky. A large white logo is overlaid on the center of the image. The logo consists of a stylized ampersand on the left and the text 'Prof. ROLL PASTUCH' on the right.

Prof. ROLL
PASTUCH