

Zusammenfassung aus Buch „Werbe- und Konsumentenpsychologie“

Kapitel 20 – Geld- und Preispsychologie

1. Unsere Sensibilität für Preise hängt stärker von Ankerwerten ab als von der tatsächlichen Preishöhe oder gar von unserer Präferenz für das Produkt.
2. Konsumenten bewerten bei einem Kauf nicht nur den Nutzen durch das Produkt, sondern auch den durch die Transaktion selbst. Dieser Nutzen ist z. B. dann hoch, wenn das Produkt günstig ist.
3. Konsumenten zahlen verhältnismäßig bereitwillig hohe Preise, wenn sie sich davon eine hohe Qualität versprechen, wenn sie mit einem hochpreisigen Produkt Prestige „erwerben“ oder wenn es um Geschenke geht. Ungewöhnliche niedrige Preise zahlen Konsumenten nur dann, wenn sie durch den Anbieter legitimiert werden (z. B. als Sonderangebot).
4. Wir sind in der Regel stärker motiviert, einen eigenen Verlust durch überhöhte Preise zu vermeiden, als durch günstige Preise einen Gewinn zu erzielen.
5. Die Kaufbereitschaft variiert stufenweise und nicht kontinuierlich mit der Höhe des Preises. Über das Kontinuum möglicher Preise verteilen sich gleich mehrere Schwellenpreise. Die Abstände zwischen verschiedenen Schwellenpreisen sind vermutlich unterschiedlich groß.
6. Preise, die auf 9 enden, werden als besonders günstig wahrgenommen. Dies gilt vor allem dann, wenn sich bei der Erhöhung um eine Einheit auch die äußerste linke Ziffer erhöht.
7. Einer der wichtigsten Faktoren für die subjektive Preiswahrnehmung ist die Preisstruktur. Damit ist die Aufteilung eines Gesamtpreises auf einzelne Elemente (z. B. Grundgebühr, Verbrauch, Einzelteile, Extras) sowie die Kommunikation des Preises nach außen (z. B. als „Ersparnis“ vs. „Gewinn“) gemeint.
8. Bei der Bewertung von Preisunterschieden berechnen Konsumenten in der Regel nicht den tatsächlichen Preis, sondern neigen vielmehr dazu, Einzelvergleiche für einzelne Elemente der Preisstruktur zu ziehen. Je häufiger ein Angebot bei diesen Vergleichen günstiger erscheint, desto besser. Dies gilt unabhängig davon, wie günstig das Angebot in der Gesamtsumme ist.