

# Prof Reichling's Digital Media Marketing

## DIE PREISABSATZFUNKTION

Dieser Fall soll Ihnen zeigen, wie sich die Absatzmenge in Abhängigkeit vom Preis verändert und mit welchen Modellen der Markt abgebildet werden kann.

### DER FALL

Die Firma Pussy-Love will ein neues Katzenfutter auf den Markt bringen. Das Produkt soll anspruchsvolle Kunden ansprechen und im oberen Preissegment angesiedelt sein.

Vor der Produkteinführung wird der Preis auf mehreren unterschiedlichen Verkaufsstätten getestet. Dabei sind die Verkaufsstätten in der Geschäftsausstattung, dem Einzugsbereich, der Kundenstruktur und der getätigten Werbung vollständig gleich und dadurch vergleichbar.

Das Katzenfutter wird in vier Verkaufsstätten zu jeweils unterschiedlichen Preisen angeboten. Nach der vierwöchigen Testphase werden die jeweiligen Absatzmengen erfasst und in Relation zu dem Preis in der Verkaufsstelle gesetzt. Dabei ergibt sich folgendes Bild:

Testpreise	Abgesetzte Menge
Verkaufsstelle A Preis 8 €	nichts verkauft
Verkaufsstelle B Preis 6 €	2.000 Einheiten
Verkaufsstelle C Preis 4 €	4.000 Einheiten
Verkaufsstelle D Preis 2 €	6.500 Einheiten



## ZUM SELBSTSTUDIUM:

### 'Preisabsatzfunktion

„Die Preisabsatzfunktion ist eine instrumentspezifische Responsefunktion. Die Preisabsatzfunktion ordnet jedem Preis die realisierbare Absatzmenge zu. Sie stellt damit zunächst den formellen Zusammenhang von Angebotspreis und Absatzmenge dar und kennzeichnet zugleich die Marktsituation des anbietenden Unternehmens.“

Zentes, J.: *Grundbegriffe des Marketing*, 5. Auflage, Poeschelverlag 2001, S.433 ff.

„Aus der Kenntnis der Preis-Absatzfunktion lässt sich der funktionale Zusammenhang zwischen der Absatzmenge und dem Umsatz durch Multiplikation der Preisabsatzfunktion mit der Absatzmenge ermitteln.“

„Die Elastizität der Nachfrage stellt das Verhältnis der relativen Änderung der Nachfrage bei vorausgegebener relativer Änderung des Preises dar und gibt somit die Reaktionen der Käufer auf eine Preisänderung wieder. Damit besitzt die Preiselastizität große Bedeutung um den Einfluss des Preises auf die Absatzmenge zu erklären.“

Freter, M.: *Marketing*, Pearsonverlag, 2004, S.107

## Hinweis

Dies ist ein frei erfundenes Fallbeispiel zum Unterricht an der Hochschule Kaiserslautern, Campus Zweibrücken. Ähnlichkeiten mit lebenden Personen oder real existierenden Organisationen und Produkten sind rein zufällig und nicht beabsichtigt. Normabweichungen bei der Rechtschreibung oder Kommasetzung sind beabsichtigt und dienen der graphischen Gestaltung.

Alle Rechte an dieser Fallstudie, insbesondere die Rechte auf Veröffentlichung und Verfilmung liegen beim Verfasser. Für Unterrichtszwecke an staatlichen Hochschulen, sowie an vergleichbaren Bildungseinrichtungen darf diese Fallstudie jederzeit kopiert und eingesetzt werden.

## Aufgabe

Lösen Sie diese Aufgabe als Gruppenarbeit.

Ermitteln sie das Verhältnis zwischen Preis und abgesetzter Menge und erarbeiten Sie eine „Preisabsatzfunktion“.

Stellen Sie diese Funktion graphisch und mathematisch dar.

Bestimmen Sie den Preis, den die Firma Pussy-Love wählen sollte, um den maximalen Umsatz zu erzielen.

Stellen Sie die Ergebnisse Ihrer Gruppenarbeit als Präsentation vor.

Prof. Dr. H. Reichling

Hochschule Kaiserslautern  
Campus Zweibrücken  
66482 Zweibrücken  
Amerikastr. 1

[reichling@mittelstand-marketing.de](mailto:reichling@mittelstand-marketing.de)  
[annalydia.Faust@fh-kl.de](mailto:annalydia.Faust@fh-kl.de)

