

Pressemitteilung

Universität Ulm

Peter Pietschmann

19.10.1999

<http://idw-online.de/de/news14794>

Forschungsergebnisse
Wirtschaft
überregional

Internationale Preiskorridore

Optimale Preiskorridore finden
Über Probleme der internationalen Preisdifferenzierung

Preise sind hoch oder tief, angemessen oder überzogen, kostendeckend und gewinnbringend oder nicht, national oder international, sie sind in jedem Fall ein sensibles Marketing-Element, von dessen Gestaltung und Durchsetzbarkeit Gedeih und Verderb des Unternehmens abhängen können. Als komplex erweisen sich die Fragen der Preisfindung, wenn mit den jeweiligen Produkten internationale Märkte bedient werden. Differierende Preise für ein und dasselbe Produkt auf unterschiedlichen Märkten lassen sich auf dem Hochpreisarm gegebenenfalls nur schwer durchsetzen oder führen zu Umgehungsmanövern der Kunden, die dem Produzenten erheblichen wirtschaftlichen Schaden zufügen können. Da die Globalisierung und Internationalisierung der Unternehmen weltweit voranschreitet und die Unternehmen auf immer mehr nationalen Märkten vertreten sind, können sie dort als Nachfrager Preisvergleiche anstellen. Sie sind in der Lage, den international günstigsten Preis zu erfahren und darauf zu bestehen, ihn auf allen nationalen Märkten eingeräumt zu bekommen. Gleichzeitig verstärkt sich die Tendenz zur Unternehmenskonzentration, womit die Marktmacht des einzelnen Unternehmens wächst und der Forderung nach einem international einheitlichen Tiefpreis mehr Nachdruck verliehen wird.

Die Realität des Europäischen Binnenmarktes (1993 vollendet) und die Europäische Währungsunion mit der Einführung des Euros als Buchgeld zum 1. Januar 1999 und seiner zum 1.1.2002 vorgesehenen Etablierung als gesetzliches Zahlungsmittel machen es künftig unmöglich, Preisdifferenzen durch unterschiedliche Währungen zu verschleiern oder mit Wechselkursrisiken zu begründen. Der Markt ist riesig: in der Europäischen Union leben 370 Millionen Menschen, und 1997 verfügte die EU über eine Wirtschaftskraft von 13 Billionen DM. Die Liste der Beitrittskandidaten zur EU und damit auch zur Währungsunion ist lang. Auch die Länder, die nicht von Anfang an der Währungsunion beitreten - und selbst solche, die keine Ambitionen auf eine EU-Mitgliedschaft haben - werden den Euro als Handelswährung verwenden.

Der für die Unternehmen als Verkäufer schlimmste denkbare Fall ist der, daß sich Einheitspreise auf dem niedrigsten Niveau aller aktuellen produktspezifischen Preise herausbilden. Daraus können erhebliche Ertragseinbrüche resultieren. Das Problem ist akut und fordert die Wissenschaft heraus. An der Universität Ulm hat sich Dipl.-Wirtsch.-Math. Marcus Burkert mit dem Thema eingehend auseinandergesetzt und dazu eine Arbeit über »Entwicklungstendenzen in der internationalen Preisdifferenzierung - mit einem vertiefenden Beispiel eines mittelständischen Unternehmens« vorgelegt. Darin werden die Gründe für Preistransparenzen untersucht und Unternehmensstrategien zum Umgang mit daraus folgenden Marktsituationen entwickelt.

Bei großen Preisunterschieden zwischen einzelnen nationalen Märkten entstehen sogenannte Graue Märkte, die auf die Preise drücken. Als Graue Märkte bezeichnet der Ökonom Warenflüsse außerhalb der vom Hersteller vorgesehenen Vertriebswege. Diese Parallel- oder Reimporte machen sich die Preisunterschiede zunutze: sie kaufen im Billigpreisland ein und transferieren die Ware ins Hochpreisland. Man nennt das Arbitragegeschäfte. Der Begriff kommt aus dem

Börsenwesen: eine Devisen wird am Platz der niedrigsten Notierung gekauft und dort, wo sie höher notiert ist, (gleichzeitig) verkauft. Die Literatur kennt verschiedene Ansätze zur Reaktion auf Waren-Arbitragebewegungen, so etwa den von Prof. Dr. Hermann Simon von Simon-Kucher & Partner in Bonn. Danach sind zwei Antworten denkbar: ein Standardpreis für ein Produkt über alle Länder hinweg oder länderspezifisch gewinnmaximale Preise ohne Berücksichtigung der Arbitragebewegungen.

Wenn man Preisdifferenzen zuläßt, entsteht ein bestimmtes Preisgefälle. Die entscheidende Frage ist nun, wie stark dieses Gefälle minimiert werden muß, damit absatzschädliche Arbitragebewegungen in Gestalt Grauer Importe uninteressant und infolgedessen ausgetrocknet werden. Da aber der Abbau des Gefälles von oben erfolgt, also die Hochpreiserträge gekappt werden, muß man zugleich herausfinden, was wirtschaftlich günstiger ist: die Arbitrage durch Preissenkungen auf den Hochpreismärkten zu unterbinden oder eine Absatzminderung durch Graumarktaktivitäten hinzunehmen, dafür aber einen Teil der Hochpreiserlöse zu erhalten. Das Ziel ist eine Optimierung: der Hochpreisabbau muß möglichst gering gehalten werden, aber doch so weit gehen, daß sich der verbleibende Anreiz zur Arbitrage unter dem Strich nicht ertragsschädigend auswirkt.

Marcus Burkert hat seine Analysen am Beispiel eines international operierenden mittelständischen Unternehmens auf die Bestimmung eines optimalen Preiskorridors gerichtet. In diesem Vorgehen besteht eine der effektivsten Strategien, den nivellierenden Tiefpreistrends entgegenzuwirken. Im September wurde der Ulmer Wirtschaftsmathematiker mit dem 1. Preis des Controlling Award 1999 ausgezeichnet. Der mit DM 3.000,-- dotierte Preis wird von der Unternehmensberatung Horváth & Partner GmbH, Stuttgart, jährlich für die beste deutsche Diplomarbeit auf dem Gebiet des Controllings verliehen, wobei die Bewertung besonderes Gewicht auf die Anwendungsorientierung legt.