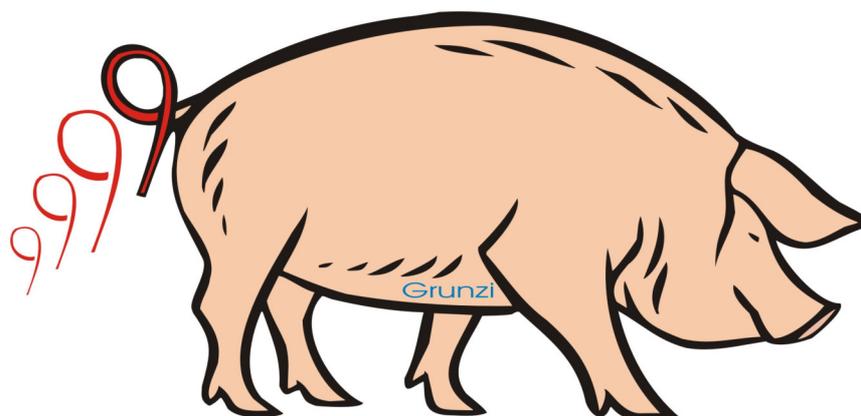


Die Marketingexperten sagen dazu „Charm-Preise“
und wir nennen sie „Schweinchenpreise“

Schweinchenpreise 9999



Es geht um Psychologie und Marketing und nicht um Mathematik:

- **Preise mit .99 am Ende sind psychologische Preise.** Sie sollen den Eindruck vermitteln, dass etwas günstiger ist als zB. 20€ - obwohl 19,99€ praktisch dasselbe ist.
- **Diese Preisstrategie nutzt aus, wie unser Gehirn Zahlen verarbeitet.** Viele Menschen lesen von links nach rechts und sehen zuerst 19 statt die 99 - das wirkt automatisch billiger.

Preisetikett	Gefühlter Preis	Echter Unterschied	Das macht deutlich, wie minimal der Unterschied ist - aber wie stark die Wirkung auf die Wahrnehmung sein kann.
9,99 €	„unter 10 €“	nur 0,01 €	
99,99 €	„unter 100 €“	nur 0,01 €	

Möglicherweise liegt der echte und kalkulierte Preis oft „darunter“

- **Solche Preisendungen verschleiern den wahren Wert.** Die Produkte sind durch psychologische Preistricks teurer gemacht, obwohl sie diesen Preis nicht objektiv rechtfertigen.

Wir möchten, dass wir echte, faire Preise bekommen und setzen daher auf:

- Klare und verlässliche Preisauszeichnung
- Ehrliche Kommunikation
- Vertrauen statt Marketingtricks

