



Dynamic Pricing



Was ist Dynamic Pricing?

Mit Dynamic Pricing wird eine Preisstrategie bezeichnet, bei der Preise an die Marktnachfrage angepasst werden. Dabei beeinflussen nicht nur Angebot und Nachfrage den Preis, sondern auch Faktoren wie Uhrzeit, Ort des Verkaufs, Endgerät, mit dem auf den Onlineshop zugegriffen wird, und Preise der Konkurrenz.

Wer nutzt Dynamic Pricing?

Dynamic Pricing wird von vielen Unternehmen eingesetzt, die Produkte oder Dienstleistungen verkaufen. Das können zum Beispiel Onlineshops sein, oder auch Webseiten zur Urlaubsbuchung. Auch an der Tankstelle wird Dynamic Pricing eingesetzt: die Preise schwanken je nach Uhrzeit, Preise der benachbarten Tankstelle und Nachfrage.



Warum wird Dynamic Pricing genutzt?

Dynamic Pricing wird eingesetzt, um das eigene Produkt oder die Dienstleistung zum bestmöglichen Preis zu verkaufen. Hintergedanke ist dabei das Ziel jedes Unternehmens: Gewinnmaximierung. Die Entwicklung hin zu mehr Onlineshops und Verkäufen darüber, sorgt für große Datenmassen (Big Data). Diese werden eingesetzt, um für die jeweilige Verkaufssituation den besten Preis zu erzielen. Die großen Datenmassen fließen in die Preisfindung mit ein und sorgen so dafür, dass das Produkt oder die Dienstleistung tatsächlich verkauft wird, und das Unternehmen dabei den höchstmöglichen Preis (in der Verkaufssituation) erzielt. So kommt das Unternehmen dem Ziel der Gewinnmaximierung möglichst nahe.

Woran erkennt man Dynamic Pricing?

Dynamic Pricing ist häufig daran zu erkennen, dass sich Preise plötzlich, meist während des Einkaufs, ändern. Bei Flugbuchungen z.B. ist zu beobachten, dass ein Flugticket, das vier Wochen im Voraus gebucht wurde, vier Tage vor Abflug deutlich günstiger angeboten wird, weil beispielsweise noch Plätze frei sind und die Airline den Flieger füllen möchte. Aber auch bei Onlineshops ist Dynamic Pricing zu beobachten, z.B. wenn bei Zugriff auf eine Seite über verschiedene Endgeräte verschiedene Preise angezeigt werden. Das hängt damit zusammen, dass die Algorithmen, die die Dynamic Pricing-Strategie in den Onlineshops umsetzen, mit einbeziehen, von welchem Endgerät der Shop besucht wird. Die Algorithmen erkennen das und lassen diese und viele weitere Informationen in die Preisbildung einfließen.