**Situationsbeschreibung:**

Wenn Sie sich die verfügbaren Waren im SHK-Bereich ansehen, fällt Ihnen auf, dass die Preisgestaltung des Zwischenhandels (B2B) anders ist als beim Endkundenhandel (B2C) - repräsentiert durch Baumärkte oder andere Anbieter - wie zum Beispiel Reuter.  
Bei Reuter kostet der Vaillant Durchlauferhitzer 21/8, 293,13 Euro inkl. MwSt.  
Bei Bauhaus kostet das Vorgängermodell zur Zeit 236,00 Euro inkl. MwSt.; Das neue Gerät ist dort nicht erhältlich. Bei Obi gibt es Geräte der Firma Vaillant gar nicht. (komisch, oder?) Dort wird nur Stiebel Eltron verkauft!  
Beim Großhändler wird das Gerät an den SHK-Betrieb zurzeit für 257,94 zzgl. MwSt. verkauft. Der Endkundenpreis beläuft sich beim SHK-Dienstleister dann auf ca. 368,00 Euro inkl. MwSt. Im Übrigen liegt der UVP des Herstellers aktuell bei 391,00 Euro zzgl. MwSt.

Aber mal ganz abgesehen von den Business- und Endkundentarifen: Wie kommen denn diese Preise zustande??? Welche Grundbestandteile und Überlegungen sind in die Preisgestaltung mit einbezogen worden?

**Zielperspektive**

* Die Schülerinnen und Schüler erlernen die Strukturen der Preisentstehung.
* Sie klären die grundlegenden Fragen der Bepreisung von Gütern und Dienstleistungen.

**Arbeitsaufträge:**

1. **Erstellen Sie eine Liste der Faktoren, die für die Erstellung eines Produkt- oder Dienstleistungspreises unerlässlich sind.**
2. **Welche weiteren Überlegungen könnten bei der Preisgestaltung eine Rolle spielen? Nehmen Sie sich Zeit und benennen Sie die unterschiedlichen Motive, die für die Preisgestaltung - nach der betriebswirtschaftlichen Erstellung eines Preises eine Rolle spielen könnten.**
3. **Und jetzt noch mal zu dem o.g. Durchlauferhitzer: Warum verkauft Reuter das Gerät nicht für 249,00 Euro oder für 299 Euro? Darüber dürfen Sie jetzt mal umfassend nachdenken, diskutieren und eine Lösung erstellen!!**

**Arbeitsform:**

1. Gruppenarbeit mit vier Mitgliedern   
   (Teilen Sie Aufgaben auf.)