

Checkliste

Wie finde ich den richtigen Verkaufspreis für meine Gästezimmer/Ferienwohnungen?



DER GESAMTPREIS

- Preis pro Nächtigung
- Zusatzleistungen
- Endreinigung
- Mehrwertsteuer
- „Gästekarten“
- Ortstaxe
- Belegung
- Kinderermäßigung



UNTERGRENZE

- Absolute Kostendeckung
- Entlohnung eigene Arbeitszeit
- Psychologische Preisuntergrenzen
- Schnäppchen ziehen die passenden Gäste an.



KOSTEN

- Variable Kosten
- Fixe Kosten
- Entlohnung eigene Arbeitszeit
- Buchungsprovisionen
- Inflation – jährliche Preisanpassung
- Kostenbewusstsein



KONKURRENZ

- Der Mitbewerber hat viele Gesichter!
- Verkaufspreise soll man kennen.
- Unterscheidungsmerkmale zum Mitbewerber.
- Achtung! Vergleiche sind nicht immer aussagekräftig!



MEIN BAUERNHOFANGEBOT

Leistung gegen Leistung = Preis
Angebot mit Mehrwert (auch kostenlos)
Mehrwert sachlich & emotional
Was ist mein Alleinstellungsmerkmal?
Problemlöser für Urlaubsgäste
Ausstattung, Zusatzangebote,
Dienstleistungen & Serviceleistungen
Stillstand heißt Rückschritt!



SAISON

Große Nachfrage – höherer Preis
Höhere Kosten – höherer Preis
Mit vielen Saisonzeiten verwirrt man den
Gast.



KOMMUNIKATION

Wer sind meine Gäste – Zielgruppe?
Beziehungsebene – ehrliche und
authentische Preiskommunikation
Kommunikation und Preiswahrnehmung
sind ein Team!
Wortwahl achten. Preisanpassung:
Preiserhöhung; Herbst : Nachsaison
Internet: Identische Leistungen mit identischen
Preisen
Preisanpassung mit Begründung
Über Preise sprechen.
Gästereklamationen
Buchungsplattform ist Preis ein
Filterkriterium.



PREISSTRATEGIEN

Basis ist der Durchschnittspreis.
Raumgrößen, Ausstattungs-
besonderheiten, Dienstleistungen und
Saisonzeiten beeinflussen Preise.
Langfristigkeit (mind. 12 Monate stabil) –
Zick-Zack-Kurse vermeiden
Bandbreite/Einheit niedrigster Preis zu
höchster Preis
Empfehlung Bandbreite: 20 %
Qualität siegt!
Mehr für mehr. Mehr Leistung für mehr
Preis.
Preis spricht meine Gäste an.
Gäste darf man belohnen.
Unterschiedliche Preise auf eigener
Website und Buchungsportalen
Lange Aufenthaltsdauer



PREISARGUMENTE

Produktnutzen und Wert des Produktes
Sicherheit und Orientierung durch die
Marke Urlaub am Bauernhof
Wertschätzung schafft Wertschöpfung.
Mehrwert
Bewertungsplattformen



TIPPS

Preisliste machen.
Preise immer aktuell halten.
Schnittstellenmanagement nutzen.
Preisverhandlungen umwandeln in aktive
Verkaufsgespräche.
Mindestaufenthaltsdauer überdenken.

Der Nächtigungspreis hat die größten Auswirkungen
auf das Betriebsergebnis!

Der Preis macht meinen Gewinn!