

## Gefährden steigende Rohstoffpreise Ihre Wettbewerbsposition?

30.08.2010, 15:47 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Solidum*

---

Die Ernährungswirtschaft blickt dieser Tage gespannt auf die Rohstoffmärkte. In den vergangenen Tagen sind die Preise bereits dramatisch gestiegen. Zu präsent sind zudem die Erinnerungen an das Jahr 2008. Die Preise stiegen damals innerhalb kurzer Zeit rasant an und ein Ende der Entwicklung war lange nicht in Sicht. Auch wenn die Vorzeichen in diesem Jahr etwas günstiger stehen: Höhere Herstellkosten an die Kunden im Preis weiterzugeben gelingt in den seltensten Fällen vollständig. Dafür gibt es eine Reihe von Gründen:

- Wettbewerber sind möglicherweise bereit, die Preise nicht oder weniger stark zu erhöhen. Das wird zum Massstab Ihrer Möglichkeiten.

- Die Einkaufsposition Ihres Kunden ist so stark, dass Sie wenige bis keine Alternativen besitzen.

- Die Konkurrenz innerhalb des Handels erlaubt Ihrem Kunden keine weitere Preisanpassung.

- Die Preisposition Ihrer Produkte passt plötzlich nicht mehr ins Sortimentsumfeld

Letztere Möglichkeit klingt nach einem Vorwand, kann aber - abhängig von Ihrer Wettbewerbsposition ein entscheidender Faktor sein. Ein Beispiel: Im Herbst 2008 listete Lidl nach einer Preiserhöhung Bio-Möhren aus, obwohl rund 45% der Möhren als Bioware verkauft werden. Reine Machtdemonstration oder wirkliche Notwendigkeit? Wie stark der Absatz zurück gegangen wäre, lässt sich nicht mehr feststellen. Als Indiz sei hier lediglich festgestellt, dass etwas zwei Drittel des Bio-Möhrenabsatzes im Geschäftstyp Discount abgesetzt werden.

Dieses Beispiel zeigt, wie wichtig ein ganzheitlicher Ansatz in der Wettbewerbspositionierung ist. Eine zuvor durchgeführte Analyse bildet die Basis für die Entwicklung eines individuellen Positionierungskonzeptes. Dieses beantwortet alle relevanten Fragen der Vermarktung von der Produktrezeptur, der Verpackung, der Marke über geeignete Vertriebskanäle bis zu Einstellungen und Einkaufsverhalten der Konsumenten.

Ein erfahrener und spezialisierter Consultant kann Sie in allen Phasen unterstützen: in der Analyse, der Konzeption und besonders in der Umsetzung am Markt.

### Portrait

Über den Autor:

Michael Rainer Schmidt gründete 2008 Solidum Consult. Die ganzheitliche Unternehmensberatung ist auf Strategie, Marketing und Vertrieb für kleine und mittelständische Unternehmen spezialisiert. Die Klienten stammen aus der Konsumgüterbranche, der Nahrungsmittelindustrie und der Dienstleistungsbranche.

Für weitere Informationen: [www.solidum-consult.com](http://www.solidum-consult.com)

<https://www.openpr.de/news/461097/Gefaehrden-steigende-Rohstoffpreise-Ihre-Wettbewerbsposition.html>