

## startup

# Mal hoch, mal runter

**Pricenow** Das Startup optimiert die Preisgestaltung für Bergbahnen und Logistiker.

SIRA HUWILER-FLAMM

## ► Die Business-Idee

In der Hauptsaison höhere Preise, in der Nebensaison auch mal Schnäppchen – dieses Preismodell kennen viele. Das Startup Pricenow will Unternehmen dabei unterstützen, ihr Pricing von Dienstleistungen und Produkten künftig dynamischer zu gestalten: «Auf Basis von Kundendaten-Analysen und Algorithmen erfassen wir auch mehrdimensionale Zusammenhänge zwischen Preis und Kaufentscheidung und berechnen den optimalen Preis», erklärt Mitgründer und CEO Reto Trachsel. Neben der Datenanalyse, Beratung und dem Pricing bietet das Jungunternehmen auch eine White-Label-Buchungsplattform, die Businesskunden in ihre Website integrieren können. «Dadurch stellen wir ein ganzheitliches Paket zur Preisoptimierung zur Verfügung», ist Trachsel überzeugt.

## ► Die Gründer

Auf die Idee kam er mit seinem Freund und Mitgründer Jonas Meuli bereits im Studium: «Wir sind beide aus dem Berner Oberland und passionierte Skifahrer – die starren Preise der Bergbahnen haben uns als Konsumenten immer verwundert», so Trachsel. Und beide sind sicher: «Die festen Preise sind nicht nur für Konsumenten schlecht, sondern auch für Betreiber.» Im August 2017 gründeten sie die Skinow GmbH, die damals noch als eine Art Tauschbörse funktioniert. «Konsumenten konnten Gebote für Bergbahntickets abgeben und Anbieter diese akzeptieren oder ablehnen», beschreibt Trachsel den Pilot des

heutigen Startups. «Wir haben schnell gemerkt, dass wir damit wertvolle Daten generieren, die uns zeigen, inwiefern etwa Wetter, Saison oder Wochentage die Zahlungsbereitschaft beeinflussen.» Sie entwickeln erste funktionierende Algorithmen, merken, dass Bergbahnen Interesse an Pricing-Unterstützung haben, und aus der GmbH wird im Oktober 2018 die Pricenow AG.



## ► Der Markt

Speziell der Online-Handel ermöglicht kurzfristige und individuell auf Kunden zugeschnittene Preise. Laut einer Studie der deutschen Verbraucherzentrale Brandenburg ist dynamische Preisgestaltung im E-Commerce mittlerweile sogar eine Grundvoraussetzung für langfristigen Erfolg, etwa durch Frühbu-

cher- und Familienangebote sowie der aktuellen Nachfrage, dem Wetter, dem Wochentag und dem Konsumenten selbst angepasste Offerten. «Dynamisches Pricing soll die Kunden nicht verärgern, sondern die angebotenen Preispunkte erweitern, sodass die potenzielle Zielgruppe steigt und auch weniger hoch frequentierte Tage mehr genutzt werden», erklärt Reto Trachsel.

## ► Das Kapital

Das Startkapital kam von den Gründern. Neben zwei Finanzierungsrunden bekam das Jungunternehmen Unterstützung von der Standortförderung des Kantons Bern. Zehn Festangestellte kümmern sich um Analysen, Beratungen, Marketing und Sales. Geld kommt durch einen Mix aus Lizenzmodellen und Kommissionen nach Umsatz in die Kasse. Rund 50 Prozent der grössten Schweizer Bergbahnen sowie Skigebiete in Frankreich und Österreich nutzen Pricenow. Die Gewinnschwelle wurde 2019 erreicht.

## ► Die Chance

Neben Bergbahnen will Pricenow künftig auch Logistikern sowie Parking-, Wellness- und anderen Freizeitangebietern bei der Preisgestaltung unter die Arme greifen. Trachsel: «Unsere Zielgruppe liegt überall dort, wo eine schwierig zu prognostizierende Nachfrage sowie hohe Fixkosten und geringe Grenzkosten aufeinandertreffen.» Unternehmen würden nicht nur den Gesamtumsatz um 5 bis 15 Prozentpunkte steigern, sondern durch die zunehmende Verlagerung des Verkaufs vom Ticketschalter in den Online-Shop auch laufende Kosten sparen.

«Feste Preise sind schlecht für Konsumenten und für Anbieter.»

**Reto Trachsel**  
Pricenow