

# Behavioral Pricing: Briefgestaltung bei Preis- und Beitragsanstieg

**Empfehlungen für Unternehmen mit Vertragsbeziehungen  
z. B. Versicherungen und Energieunternehmen**

Einladung zur Online-Konferenz am 23. Feb. 2024

Jan. 2024

Bild: [Steve Buissinne](#) auf [Pixabay](#)

**sirius  
campus**

## Liebe Preis- und ProduktmanagerInnen,

trotz ähnlicher Kundenstrukturen verzeichnen **nach einer Preiserhöhung** bestimmte Unternehmen viele und andere Unternehmen nur wenige **Kündigungen**. Nicht selten liegt der Grund in der Kommunikation, ganz konkret in der Briefgestaltung.

Die **Kernerkenntnis von Behavioral Economics**, dass situative Informationen mit Abstand die größte Wirkung auf Entscheidungen haben, macht sich gerade auch in kritischen Phasen einer Kundenbeziehungen bemerkbar. Dabei haben anscheinend nebensächliche Informationen einen teilweise erheblichen Einfluss auf die mentale Aktivierung und kognitive Verarbeitung.

Die **Briefkommunikation kritischer Nachrichten**, wie eine Preissteigerung bzw. Beitragsanpassung, sind häufig der einzige Kontakt, den Kunden in ein langjährigen Vertragsbeziehung zu ihren Dienstleistern haben. Damit erhält die Briefkommunikation seitens der Kunden eine hohe Aufmerksamkeit.

Der Blick auf die Briefkommunikation ist demnach auf jeden Fall lohnenswert. Schon **kleine Verbesserungen können die Treuequote um einige Prozentpunkte steigern** und damit den Bestandsumsatz schützen.

In der Online-Konferenz „**Behavioral Pricing: Briefgestaltung bei Preis- und Beitragsanstieg**“ am **23. Feb. 2024** zeigt Sirius Campus die Handlungsfelder einer kundenorientierten Briefgestaltung, die anhand von empirischen Erkenntnissen aus dem Kfz-Versicherungsmarkt ermittelt worden sind. TeilnehmerInnen können mit konkreten Empfehlungen rechnen.

*Dr. Oliver Gaedeke*

*Rena Kloppers*

# Online-Konferenz am Freitag, 23. Februar 2024, 9:30 bis 11:30 Uhr

## Behavioral Pricing

### Briefgestaltung bei Preis- und Beitragsanstieg

#### Agenda

- 09:30 Uhr Warming-Up & Begrüßung
- 09:40 Uhr **Preiswahrnehmung und psychologische Wirkung**  
Kundenentscheidungen auf Basis von Behavioral Economics gestalten
- 10:30 Uhr **Empfehlungen für die Briefgestaltung bei Preis- und Beitragsstiege**  
aktuelle Erkenntnisse aus der Sirius Campus Preisforschung
- 11:15 Uhr **Fazit und Diskussion**

Ort **MS Teams**

Gebühr **950 Euro zzgl. MwSt. je Unternehmen**  
Bezieher der Sirius Campus Untersuchung „Wechselaktivität bei Kfz-Versicherungen im Jahresendgeschäft 2023 Market Potential“ (mit Highlights) kostenfrei



**Dr. Oliver Gaedeke**

Geschäftsführer

[Oliver.Gaedeke@siriuscampus.de](mailto:Oliver.Gaedeke@siriuscampus.de)

Direkt: +49 152 38 246 640



**Rena Kloppers**

Consultant

[Rena.Kloppers@siriuscampus.de](mailto:Rena.Kloppers@siriuscampus.de)

Direkt: +49 152 38 246 498

Alle Teilnehmer erhalten ein Handout der Konferenz-Unterlagen

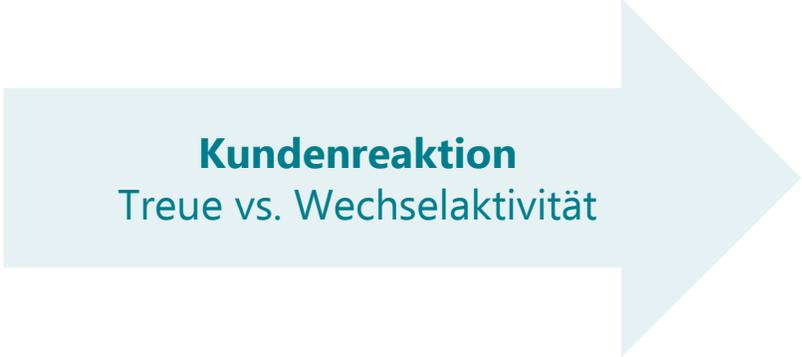
*Hinweis: Die Konferenz richtet sich nur an Versicherungsgesellschaften, Finanzdienstleister und Energieunternehmen.  
Bei Interesse außerhalb dieser Branchen sprechen Sie uns für eine Teilnahme gerne direkt an.*

# Auf Basis einer empirischen Untersuchung über 10 Briefvarianten lassen sich sehr konkrete Empfehlungen für die Briefkommunikation von Preissteigerungen geben

Varianten der Briefgestaltung und ihre psychologische Wirkung

## Informationen / Briefgestaltung

- Höhe der Preissteigerung
- Art der Begründung der Preissteigerung
- Darstellung von Produktleistungen
- Aufzeigen von Sparmöglichkeiten
- Umfang der Information / Textlänge
- Siegel und Auszeichnungen
- Darstellung von Rabatten



**Kundenreaktion**  
Treue vs. Wechselaktivität

## Wirkung

- mentale Aktivierung
- Fokussierung der Aufmerksamkeit
- Stärkung der Default-Haltung
- Framing
- Decoy Effekt: Vereinfachung einer möglichen Entscheidung
- ...

# Anmeldung zur Online-Konferenz „Behavioral Pricing - Briefgestaltung bei Preis- und Beitragsanstieg“ am 23.02.2024 von 9:30 bis 11:30 Uhr

## Anmeldung bitte über das Anmeldeformular

- Die Konferenz-TeilnehmerInnen erhalten einen Einblick in das Behavioral Pricing und in die Bedeutung der Briefkommunikation bei Beitragsanstieg im Versicherungsmarkt.
- Vorstellungen von Gestaltungsmöglichkeiten der Briefkommunikation von Preis- und Beitragsanpassungen, welche anhand von empirischen Erkenntnissen aus dem Kfz-Versicherungsmarkt ermittelt wurden.
- TeilnehmerInnen erhalten ein Handout mit empirischen Beispielen und praktischen Tipps mit Fokus auf den Versicherungsmarkt.
- Gerne können Sie sich auch mit einem weiteren TeilnehmerIn aus dem Unternehmen anmelden.



ODER

[Hier klicken](#)

zum Anmelden

*Hinweis: Die Konferenz richtet sich nur an Versicherungsgesellschaften, Finanzdienstleister und Energieunternehmen.  
Bei Interesse außerhalb dieser Branchen sprechen Sie uns für eine Teilnahme gerne direkt an.*

# Alternative zur Online-Anmeldung

## Anmeldung bitte als Scan an [info@siriuscampus.de](mailto:info@siriuscampus.de)

- Die Konferenz-TeilnehmerInnen erhalten einen Einblick in das Behavioral Pricing und in die Bedeutung und Gestaltung der Briefkommunikation bei Beitragsanstieg im Versicherungsmarkt.
- Teilnehmer erhalten ein Handout mit empirischen Beispielen und praktischen Tipps mit Fokus auf den Versicherungsmarkt.
- Die Gebühren betragen 950 Euro zzgl. MwSt. je Unternehmen. Die Anmeldung ist für Bezieher der Sirius Campus Untersuchung „Wechselaktivität bei Kfz-Versicherungen im Jahresendgeschäft 2023 Market Potential“ (+mit Highlights) kostenfrei.

Bei Rückfragen zu unserem Angebot sprechen Sie gerne Dr. Oliver Gaedeke oder Rena Kloppers an (Kontakt siehe Seite 3).

### 1. Teilnehmer

Name, Vorname:

E-Mail:

Abteilung / Position:

Tel.:

### 2. Teilnehmer

Name, Vorname:

E-Mail:

Abteilung / Position:

Tel.:

Unternehmen:

Datum:

Straße, Nr.:

PLZ Ort:

Kostenstelle bzw. Bestellnummer:

Stempel:

Unterschrift:



# Entscheidungsprozesse verstehen und wirksam gestalten

5. Über Sirius Campus

# Entscheidungsprozesse mit Behavioral Economics optimieren und Erfolge ernten

Über Sirius Campus

Wirksame Angebote entwickeln



Kunden entschieden machen



Aufmerksamkeitsstarke Ansprache gestalten



Kauf- und Preisbereitschaft steigern



Absatz und Ertrag steigern



[www.siriuscampus.de](http://www.siriuscampus.de) und [www.select-typen.de](http://www.select-typen.de)



sirius  
campus

Verkaufst du noch oder gestaltest du schon den Entscheidungsprozess deiner Kunden?

Sirius Campus GmbH | Im Klapperhof 33c | 50670 Köln

[info@siriuscampus.de](mailto:info@siriuscampus.de) | +49 221 42 330 200 | [www.siriuscampus.de](http://www.siriuscampus.de)

Geschäftsführer: Christoph Müller & Dr. Oliver Gaedeke | Sitz der Gesellschaft: Köln | Handelsregister: HRB 94315 | Amtsgericht Köln