

■ 10. Juni 2026 // Zürich Dolder Grand

SCHWEIZER

PRICING KONGRESS

KI ALS GAME CHANGER

STEUERUNG PROFITABLER PREISAKTIONEN

NUTZUNG VON BEHAVIORAL PRICING

DURCHSETZEN VON PREMIUMPREISEN

WERTSCHÖPFUNG KONSEQUENT MONETARISIEREN

Pricing Strategien in der KI-Ära: von digitalen Services bis Brick und Mortar

Veranstalter



Premium Partner



PRICING STRATEGIEN IN DER KI-ÄRA: VON DIGITALEN SERVICES BIS BRICK UND MORTAR

Sehr geehrte Damen und Herren,

Der Preis ist und bleibt der wirksamste Hebel für Profitabilität. Keine andere Managemententscheidung entfaltet bei vergleichbarem Aufwand eine so direkte Wirkung auf Ergebnis, Wachstum und Unternehmenswert. Und doch wird Pricing in vielen Organisationen noch immer unterschätzt – sei es als rein operative Aufgabe oder als kurzfristige Reaktion auf Marktbewegungen.

Gleichzeitig erleben wir einen tiefgreifenden Wandel: Künstliche Intelligenz verändert Geschäftsmodelle, Wertschöpfungslogiken und Kundenerwartungen grundlegend. Neue Leistungsversprechen entstehen, traditionelle Angebotsstrukturen werden infrage gestellt, und datenbasierte Entscheidungen gewinnen rasant an Bedeutung. Damit steigt auch die Komplexität im Pricing – und seine strategische Relevanz.

Der SCHWEIZER PRICING KONGRESS 2026 bietet Führungskräften und Entscheidungsträgerinnen und -trägern eine Plattform, um genau diese Entwicklungen zu reflektieren. Als Spin-off des renommierten SCHWEIZER MARKENKONGRESSES bringt er erneut Expertinnen und Experten aus unterschiedlichen Branchen zusammen – mit dem Ziel, wissenschaftliche Erkenntnisse, praktische Erfahrungen und innovative Perspektiven zu verbinden.

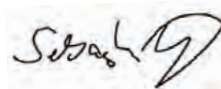
Im Zentrum stehen aktuelle Herausforderungen und Chancen des Pricings: von verhaltensökonomischen Grundlagen über wertbasierte Preislogiken und erfolgreiche Preisdurchsetzung bis hin zur Frage, wie KI Pricing-Prozesse, -Modelle und -Organisationen nachhaltig verändert. Wir diskutieren, wie Unternehmen Transparenz und Differenzierung schaffen, wie sie neue Leistungsdimensionen monetarisieren und wie sie Pricing als strategische Kernkompetenz verankern.

Nutzen Sie diese Gelegenheit zum branchenübergreifenden Austausch, zur kritischen Diskussion und zur Inspiration für Ihre eigene Praxis.

Wir freuen uns, Sie in Zürich begrüßen zu dürfen.



Dr. Stephan Feige
Geschäftsführer
htp St.Gallen



Dr. Sebastian Voigt
Partner & Co-CEO
hy

MARKEN AUF DER BÜHNE



14:00

Garden Salon 1

Begrüssung und Kongresseröffnung

Wenn KI das Produkt verändert – was passiert mit dem Preis?

KI verändert Produkte fundamental: Leistungsversprechen werden dynamischer, Grenzkosten volatiler und Wettbewerbsvorteile kurzfristiger. Klassische Pricing-Logiken – etwa Per-User oder Feature-basiert – geraten unter Druck. Wie lassen sich KI-Features, Copiloten oder autonome Agenten sinnvoll monetarisieren? Und braucht es künftig Usage-, Outcome- oder hybride Modelle?

Frank Gehrig, Partner, hy

Sebastian Voigt, Partner & Co-CEO, hy



14:40 Kaffeepause

Medien & Plattformen (Garden Salon 1)

15:00	AutoScout: Wege zu einer differenzierten Monetarisierungs-Strategie
15:30	AI und Pricing: Zwischen Ambition und Realität <i>(Implement Consulting Group)</i>

ÖV, Payment & Konsumgüter (Garden Salon 2)

Was kostet Bezahlen wirklich? TWINT und Digitale Innovation im Ökosystem
Implicit Price Meter: Intuitive Preisakzeptanz sichtbar machen <i>(YouGov)</i>

16:00 Kaffeepause

16:20	Upselling mit Premium-Angebot: die «Pro» Variante der NZZ
16:50	AI-gestützte Intelligence: Das Fundament für skalierbare Sales- und Pricing-Exzellenz

SBB: Strategisches Pricing im öffentlichen Verkehr der Schweiz
VIU: Die Marge liegt im Glas

GET-TOGETHER

ab 17:30

Terasse

Nach einem Tag voller Inputs und fachlichem Austausch aus der Pricingwelt ist die Zeit zum Geniessen gekommen. Vertiefen Sie ab 17:30 Uhr bei einem Happen Essen und leckerem Bier die Themen und Diskussionen des Tages. Tauschen Sie sich in besonderer Atmosphäre mit Ihren Geschäftspartnern und Freunden aus der Branche beim Apéro riche aus und knüpfen Sie neue Kontakte.

Moderation | **Dr. Sebastian Voigt**, Partner & Co-CEO, hy

AUTOSCOUT: WEGE ZU EINER DIFFERENZIIERTEN

MONETARISIERUNGS-STRATEGIE

 15:00

Von einer Einheitspreis-Logik zur differenzierten Monetarisierung-Strategie. Der führende europäische Online Marktplatz AutoScout entwickelt sich zunehmend vom klassischen Kleinanzeigenportal zu einem umfassenden Lösungsanbieter. Wie konnte dabei der Kundenwert in konkrete Zahlungsbereitschaft übersetzt werden?

Alberto Sanz de Lama, Managing Director Automotive, Swiss Marketplace Group



Auto Scout24

AI UND PRICING: ZWISCHEN AMBITION UND REALITÄT

 15:30

Presented by:

Implement Consulting Group ist eine schnell wachsende, global tätige Managementberatung, die Organisationen bei ihren wichtigsten Transformationen unterstützt. Mit über 1.800 Mitarbeitenden verbinden wir tiefes Branchenwissen mit konsequenter Umsetzung und erzielen messbare Ergebnisse. Wir arbeiten eng mit unseren Kunden an Pricing- und Monetarisierungsstrategien sowie am Aufbau digitaler und datengetriebener Umsetzungskraft. Implement zählt zu den am schnellsten wachsenden Beratungen seiner Vergleichsgruppe, getragen von Vertrauen und einem pragmatischen, ergebnisorientierten Ansatz.

implementconsultinggroup.com

Implement beleuchten das Spannungsfeld zwischen Ambition und Realität. Sie zeigen konkrete und aktuelle Use Cases für den Einsatz von AI im Pricing, diskutieren typische Herausforderungen aus der Praxis und teilen Erfahrungen aus realen Projekten. So entsteht ein realistisches Bild davon, was heute bereits funktioniert, wo die Grenzen liegen und welche pragmatischen Schritte Unternehmen gehen können, um AI im Pricing erfolgreich zu nutzen.

Patrick Witschi, Partner, Implement Consulting Group

Andree Radloff, Partner, Implement Consulting Group

Josua Diggelmann, Head of Data & AI Insights, Tamedia

IMPLEMENT

CONSULTING GROUP_



 16:00 Kaffeepause

UPSELLING MIT PREMIUM-ANGEBOT:

DIE «PRO» VARIANTE DER NZZ

 16:20

Mit der Lancierung von NZZ Pro hat die NZZ ihr „Good-Better-Best“ Angebotsmodell transformiert. Innerhalb zwei Jahren wurden zahlreiche Upsells erzielt und überraschend viele Neukunden gewonnen. Was waren die entscheidenden Erfolgsfaktoren für die Erschließung zahlungskräftiger Kundensegmente? Welche weiteren Entwicklungsmöglichkeiten ergeben sich hieraus? Wie kann eine scharfe Value Proposition den ARPU im Subscription Business nachhaltig steigern?

Johannes Boege, Co-CEO, NZZ



NZZ

AI-GESTÜTZTE INTELLIGENCE: DAS FUNDAMENT

FÜR SKALIERBARE SALES- UND PRICING-EXZELLENZ

 16:50

Wie können Sales-Organisationen über Marken und Länder hinweg schneller entscheiden, gezielt priorisieren und wirksamer verkaufen? Eine AI-gestützte Intelligence unterstützt Sales-Teams im Alltag, automatisiert Prozesse, steigert die Abschlussqualität und sorgt für eine konsistente, datenbasierte Preissteuerung.

Elena Kuonen, Head of Pricing, Ringier Marketplaces



 **Ringier**

 **Parallelprogramm im Garden Salon 2** siehe nächste Seite



Moderation | Frank Gehrig, Partner, hy

TWINT: PREISKOMMUNIKATION & DIGITALE INNOVATION

 15:00

Mit über 6 Millionen Nutzenden ist TWINT die beliebteste Bezahl-App der Schweiz und hat den digitalen Zahlungsverkehr nachhaltig geprägt. Neben technologischer Innovation spielt vor allem die Preisgestaltung eine zentrale Rolle – für Händler, Nutzende und Marktakzeptanz. Wie schafft klare Preiskommunikation Vertrauen bei Nutzenden und Handelspartnern? Welche Rolle spielen digitale Innovationen für den Erfolg von TWINT in der Schweiz und wie lässt sich Payment als Teil der Customer Experience denken?

Jens Plath, CMO, Twint



IMPLICIT PRICE METER: INTUITIVE PREISAKZEPTANZ

SICHTBAR MACHEN

 15:30

Presented by:

YouGov Schweiz (ehem. LINK) ist eines der grössten Full Service Markt- und Sozialforschungsinstitute im deutschsprachigen Raum und Schweizer Marktleader. YouGov ist ein internationales Unternehmen für Online-Marktforschung und Analysetechnologie. Als Innovatoren und Pioniere der Online-Marktforschung haben wir in den letzten zwanzig Jahren eine ständig wachsende Quelle von Verbraucherdaten aufgebaut, mit der wir ein umfassendes Verständnis für das komplexe Leben der Verbraucher ermöglichen.

yougov.com

Kaufentscheidungen sind nicht reine Kopfsache, sondern stark vom Bauchgefühl geprägt. Klassische Pricing-Studien messen jedoch nur bewusste Urteile. Der Implicit Price Meter erfasst intuitive Preisakzeptanz über Reaktionszeiten und zeigt: Die implizite Nachfrage ist stabiler, weniger preissensitiv und oft höher. Das eröffnet Umsatz- und Margenspielräume, die traditionelle Methoden übersehen.

Emmanuel Guizar Rosales, Data & Analytics Innovation Scientist, YouGov



 16:00 Kaffeepause

SBB: STRATEGISCHES PRICING IM

ÖFFENTLICHEN VERKEHR DER SCHWEIZ

 16:20

Den ÖV einfach, attraktiv und für alle zugänglich machen – das gelingt der SBB durch ein schlankes und kundenfreundliches Tarifsysteem. Dabei werden Preisdifferenzierung, dynamische und digitale Angebote gezielt in der Kundengewinnung eingesetzt. Wie lässt sich so der Modalsplit optimieren und gleichzeitig die langfristige Finanzierung des Schweizer ÖV sichern? Was waren Herausforderungen in diesem Kontext?

Jonas Glanzmann, Leiter Preis- und Ertragsmanagement, SBB



VIU: DIE MARGE LIEGT IM GLAS

 16:50

 Garden Salon 1

Warum liegt das wirtschaftliche Zentrum der Optikbranche mehr im Glas als im Rahmen? Wie sollen Preisarchitekturen für (Sonnen-)Brillen und Kontaktlinsen gestaltet werden, um Wert, Qualität und Profitabilität zu vereinen? VIU setzt auf transparente, stabile „Fair Prices“ statt auf dynamische Preisstrategien oder ständige Promotions. Welche Pricing-Aspekte sind für die Zielgruppe wirklich relevant? Und wie sichern klare Positionierung, Produktlogik und Wertvermittlung nachhaltiges Wachstum ohne kurzfristige Rabattaktionen?

Kilian Wagner, CEO & Co-Founder, VIU VENTURES



Veranstalter



Das ESB Marketing Netzwerk ist die führende Business-Plattform im deutschsprachigen Raum für Entscheider aus den Bereichen Sport, Entertainment und Marketing. Den ESB Partnern bieten wir auf Basis einer Jahresmitgliedschaft relevantes Know-how, hochwertige Kontakte und attraktive Kommunikationsleistungen. Wir sind der Überzeugung, dass die besten Ideen durch Austausch und Gespräche entstehen. Darum bieten wir seit 1994 Plattformen, auf denen sich die Branche trifft, austauscht und immer weiter professionalisiert. Aus der ursprünglichen „ESB Europäische Sponsoring-Börse“ ist damit im Laufe der Jahre das ESB Marketing Netzwerk mit heute über 650 Partnerunternehmen und über 50 Events pro Jahr gewachsen.
esb-online.com



Marketing Know How aus St.Gallen – htp St.Gallen ist der auf strategische Marketingberatung spezialisierte Spin-Off der Universität St.Gallen. Kompetenzfelder sind unter anderem: Markenstrategie und wettbewerbsorientierte Markenpositionierung von Konsumgüterherstellern und Dienstleistern, Wachstumsstrategien sowie Marketing mit der Herkunft (Swissness, Regional). Durch die enge Verbindung zur Universität und die Beratungserfahrung mit mehr als 300 Marketingprojekten verbindet die htp St.Gallen wissenschaftliche Erkenntnisse mit professionellen Beratungstools.
htp-sg.ch



hy Consulting ist eine partnergeführte Unternehmensberatung für Wachstumsstrategien, Pricing und Commercial Excellence mit Sitz in Berlin. Mit einem Team von mehr als 60 Beraterinnen und Beratern unterstützt die Unternehmensberatung Konzerne, Mittelständler, Private-Equity-Fonds sowie wachstumsstarke Technologie- und Digitalunternehmen bei Wachstum, Skalierung und der Monetarisierung ihrer Geschäftsmodelle. Unser „Redefine Consulting“-Ansatz wurde vielfach ausgezeichnet, so u.a. als Pricing-Berater #1 von BrandEins und Statista.
hy.co

Premium Partner



Seit über 30 Jahren steht Opera für Technik, die berührt, und Partnerschaften, die wachsen. Als unabhängiger, inhabergeführter Technologie-, Multimedia- und Veranstaltungsdienstleister verwandelt Opera Visionen in immersive, unvergessliche Erlebnisse. Mit Leidenschaft, Diskretion und Verlässlichkeit entstehen Momente, die Menschen verbinden und Geschichten lebendig werden lassen.
opera-ag.ch

Forum Partner

IMPLEMENT
CONSULTING GROUP_

YouGov®

Druck Partner



Medien Partner



persönlich



TICKET

PRICING-KONGRESS.CH



Kongressticket CHF 490 zzgl. MwSt.
Kongress inkl. Kaffeepause und Get-together



100+ Teilnehmende



10. Juni 2026, Nachmittags ½ Tag
The Dolder Grand, Zürich