

Premiere in Zürich

Schweizer Pricing Kongress zeigt: Pricing ist Chefsache

- Premiere in Zürich: Entscheider aus Pricing, Marketing, Vertrieb und Finance kamen zum ersten Schweizer Pricing Kongress zusammen.
- Starke Stimmen aus der Praxis: Speaker von SWISS, Threema, redalpine, Quicklizard und hy zeigten, wie Pricing als Führungsaufgabe neu gedacht wird.
- Klares Signal: Preisgestaltung ist heute kein Rechenmodell, sondern strategischer Hebel für Wachstum, Differenzierung und wirtschaftlichen Erfolg.

Zürich, 25. Juni 2025 – Zum ersten Mal wurde Pricing in der Schweiz zum Mittelpunkt einer eigenen C-Level-Veranstaltung. Der Schweizer Pricing Kongress, organisiert von der htp St. Gallen Managementberatung, dem ESB Marketing Netzwerk und hy - the Axel Springer Consulting Group, feierte am 23. Juni 2025 parallel zum Schweizer Markenkongress, im Hotel Dolder Grand Premiere. In Keynotes, Panels und Praxisimpulsen diskutierten Führungskräfte aus Wirtschaft, Beratung und Wissenschaft, wie Preisstrategien in Zeiten von Inflation, Digitalisierung und Margendruck zum entscheidenden Hebel für Unternehmen werden.

Zu den Sprechern zählten Daniel Chocano Schuler, Director und Head of Pricing Europe bei SWISS, Robin Simon, CEO des Schweizer Messenger-Dienstes Threema, Dr. Oliver Pabst, General Partner des VCs redalpine und ehemaliger CEO von Mammut, Frank Gehrig, Partner für Pricing & Sales bei hy, Samy Liechti, Blacksocks-Gründer und E-Commerce-Pionier, sowie Dr. Fabian Uhrich, Chief Product Officer bei Quicklizard und Dozent an der ETH Zürich.

Gemeinsam machten die Referierenden deutlich, dass Preisgestaltung heute weit mehr ist als eine Frage der Kalkulation – sie ist Führungsaufgabe, Wettbewerbsfaktor und zentrales Wertversprechen. Dr. Sebastian Voigt, Partner & Co-CEO bei hy und Host des Podcasts „[Pricing Friends](#)“ moderierte den Kongress und verknüpfte operative Einblicke mit strategischen Perspektiven. „Die verschiedenen Vorträge zeigen, wie vielschichtig das Thema Pricing ist: Investoren schauen auf die Pricing-Intelligenz ihrer Gründer, Produktexperten auf das richtige Packaging, Marketer auf Promotionstrategien. Wer Strategie, Analytik und Psychologie meistert, erzielt optimale Pricingfolge am Markt.“

Auch die Veranstalter zogen ein klares Fazit. Stephan Feige, Geschäftsführer der htp St. Gallen und Mitorganisator des Schweizer Markenkongresses, betont: „Der Preis ist eines der Marketing-4P und der Hebel einer guten Preisstrategie ist gewaltig. Daher muss das Pricing strategisch gedacht werden. Mit diesem Format haben wir eine neue Plattform geschaffen, um die wachsende Pricing-Community in der Schweiz zusammenzubringen.“

Nach der erfolgreichen Premiere planen die Veranstalter, den Schweizer Pricing Kongress auch im Jahr 2026 wieder durchzuführen und mit interessanten Praxis-Cases, Inputs aus der Forschung und internationalem Austausch den Pricing-Verantwortlichen neue Anregungen für ihre tägliche Arbeit zu geben.

Über den Schweizer Pricing Kongress

Der Schweizer Pricing Kongress ist ein neues Format des [ESB Marketing Netzwerks](#) und der htp St. Gallen. 2025 erstmals veranstaltet, bietet er eine Austausch- und Inspirationsplattform für Entscheider, die Preisgestaltung als strategisches Instrument verstehen, mit Impulsen aus Unternehmen, Beratung und Wissenschaft.

www.pricing-kongress.ch