Hermann Diller/Andreas Herrmann (Hrsg.)

Handbuch Preispolitik

Strategien – Planung – Organisation – Umsetzung
Inhaltsverzeichnis

Vorwort ........................................................................................................................................ V
Autorenverzeichnis ....................................................................................................................... XI

Erster Teil
Grundlagen und Perspektiven des Preismanagements

Herrmann Diller
Aufgabenfelder, Ziele und Entwicklungstrends der Preispolitik .................................................. 3

Andreas Herrmann
Relevanz des Preismanagements für den Unternehmenserfolg ..................................................... 33

Zweiter Teil
Strategien und Systeme im Preismanagement

Karl-Heinz Sebastian und Andrea Maessen
Optionen im strategischen Preismanagement .............................................................................. 49

Hans Pechtl
Logik von Preisystemen .............................................................................................................. 69

Uwe Schneider
Preisänderung und Repositionierung .......................................................................................... 93

Heribert Gierl
Preislagenpolitik .......................................................................................................................... 115

Friedhelm Bliemel und Kai Adolphs
Wertorientierte Preisstrategien ..................................................................................................... 137

Björn Sven Ivens
Internationales Preismanagement ............................................................................................... 155
Inhaltsverzeichnis

Thomas Rudolph - Tillmann Wagner
Preisimage-Politik im Handel ................................................................. 177

Klaus Kobjoll
Premiumpreis-Strategie am Beispiel des Hotelleriemarktes .................. 199

Alexander Haas
Discounting als strategische Konzeption .............................................. 213

Dritter Teil
Preisverhalten

Hermann Diller
Preisinteresse und hybrider Kunde ....................................................... 241

Hermann Diller
Preiswahrnehmung und Preisoptik ...................................................... 259

Alfred Kuß
Subjektive Preiskalküle und Nutzenpreise ........................................... 285

Kurt Matzler
Preiszufriedenheit .................................................................................. 303

Vierter Teil
Preisbildung

1. Kapitel: Preisforschung, -planung und -controlling

Sven Reinecke - Steffen Hahn
Preisplanung ............................................................................................ 333

Richard Köhler
Preis-Controlling .................................................................................... 357

Ingo Balderjahn
Erfassung der Preisbereitschaft .............................................................. 387
Inhaltsverzeichnis

Torsten Kronshage
Preistests ................................................................. 405

Jörg Freiling - Helmut Wölting
Organisation des Preismanagements ......................... 419

Werner Seidenschwarz
Target Costing ......................................................... 437

Péter Horváth - Klaus Möller
Target Pricing und Profit Planning ............................. 455

2. Kapitel: Preisinstrumente

Martin Fassnacht
Preisdifferenzierung .................................................. 483

Verena Priemer
Preisbündelung .......................................................... 503

Joachim Büschken
Nicht-lineare Tarife .................................................... 521

Christian Tillmans
Revenue Management in der Airlinebranche ............... 535

Andreas Krämer - Robert Bongaerts - Armin Weber
Rabattsysteme und Bonusprogramme .......................... 551

Hartwig Steffenhagen
Konditionensysteme .................................................... 575

Karen Gedenk
Preis-Promotions ....................................................... 597

Bernd Skiera - Martin Spann
Auktionen .................................................................. 623

Thomas Capune - Joachim Crones
Preisverhandlungen .................................................... 643
Fünfter Teil
Ausgewählte Aspekte des Preismanagements

Kai-Ingo Voigt
Preisbildung für neue Produkte und Dienstleistungen ........................................... 691

Hans Herrmann
Preisbildung für Low-Involvement-Produkte ............................................................... 719

Georg Wübker - Dirk Schmidt-Gallas
Pricing-Strategien für Banken .................................................................................... 739

Anna Brunotte - Andreas Krämer
Das neue Preissystem der Bahn ............................................................................. 763

Sechster Teil
Makroaspekte im Preismanagement

Hans-Otto Schenk
Preisvergleiche ........................................................................................................ 791

Alexander Lauer - Michael Lingenfelder
Preisagenten und Preisagenturen ........................................................................... 811

Stichwortverzeichnis ................................................................................................. 829