

# Inhaltsverzeichnis

<i>Vorwort</i> .....	V
<i>Autorenverzeichnis</i> .....	XI

## **Erster Teil Grundlagen und Perspektiven des Preismanagements**

<i>Herrmann Diller</i> Aufgabenfelder, Ziele und Entwicklungstrends der Preispolitik .....	3
<i>Andreas Herrmann</i> Relevanz des Preismanagements für den Unternehmenserfolg .....	33

## **Zweiter Teil Strategien und Systeme im Preismanagement**

<i>Karl-Heinz Sebastian und Andrea Maessen</i> Optionen im strategischen Preismanagement .....	49
<i>Hans Pechtl</i> Logik von Preissystemen .....	69
<i>Uwe Schneider</i> Preisänderung und Repositionierung .....	93
<i>Heribert Gierl</i> Preislagenpolitik .....	115
<i>Friedhelm Bliemel und Kai Adolphs</i> Wertorientierte Preisstrategien .....	137
<i>Björn Sven Ivens</i> Internationales Preismanagement .....	155

<i>Thomas Rudolph - Tillmann Wagner</i> Preisimage-Politik im Handel .....	177
<i>Klaus Kobjoll</i> Premiumpreis-Strategie am Beispiel des Hotelleriemarktes .....	199
<i>Alexander Haas</i> Discounting als strategische Konzeption .....	213

## **Dritter Teil**

### **Preisverhalten**

<i>Hermann Diller</i> Preisinteresse und hybrider Kunde .....	241
<i>Hermann Diller</i> Preiswahrnehmung und Preisoptik .....	259
<i>Alfred Kuß</i> Subjektive Preiskalküle und Nutzenpreise .....	285
<i>Kurt Matzler</i> Preiszufriedenheit .....	303

## **Vierter Teil**

### **Preisbildung**

#### **1. Kapitel: Preisforschung, -planung und -controlling**

<i>Sven Reinecke - Steffen Hahn</i> Preisplanung .....	333
<i>Richard Köhler</i> Preis-Controlling .....	357
<i>Ingo Balderjahn</i> Erfassung der Preisbereitschaft .....	387

<i>Torsten Kronshage</i> Preistests .....	405
<i>Jörg Freiling - Helmut Wölting</i> Organisation des Preismanagements .....	419
<i>Werner Seidenschwarz</i> Target Costing .....	437
<i>Péter Horváth - Klaus Möller</i> Target Pricing und Profit Planning .....	455
 <b>2. Kapitel: Preisinstrumente</b>	
<i>Martin Fassnacht</i> Preisdifferenzierung .....	483
<i>Verena Priemer</i> Preisbündelung .....	503
<i>Joachim Büschken</i> Nicht-lineare Tarife .....	521
<i>Christian Tillmans</i> Revenue Management in der Airlinebranche .....	535
<i>Andreas Krämer - Robert Bongaerts - Armin Weber</i> Rabattsysteme und Bonusprogramme .....	551
<i>Hartwig Steffenhagen</i> Konditionensysteme .....	575
<i>Karen Gedenk</i> Preis-Promotions .....	597
<i>Bernd Skiera - Martin Spann</i> Auktionen .....	623
<i>Thomas Capune - Joachim Crones</i> Preisverhandlungen .....	643

<i>Georg Wübker - Hermann Simon</i>	
Mehr-Personen-Preisbildung .....	667

## **Fünfter Teil**

### **Ausgewählte Aspekte des Preismanagements**

<i>Kai-Ingo Voigt</i>	
Preisbildung für neue Produkte und Dienstleistungen .....	691

<i>Hans Herrmann</i>	
Preisbildung für Low-Involvement-Produkte .....	719

<i>Georg Wübker - Dirk Schmidt-Gallas</i>	
Pricing-Strategien für Banken .....	739

<i>Anna Brunotte - Andreas Krämer</i>	
Das neue Preissystem der Bahn .....	763

## **Sechster Teil**

### **Makroaspekte im Preismanagement**

<i>Hans-Otto Schenk</i>	
Preisvergleiche .....	791

<i>Alexander Lauer - Michael Lingenfelder</i>	
Preisagenten und Preisagenturen .....	811

Stichwortverzeichnis .....	829
----------------------------	-----