

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b> .....	<b>I</b>
<b>Verzeichnis der Tabellen</b> .....	<b>VII</b>
<b>Verzeichnis der Abbildungen</b> .....	<b>VIII</b>
<b>Verzeichnis der Abkürzungen</b> .....	<b>XI</b>
<b>1 Einleitung</b> .....	<b>1</b>
1.1 Motivation .....	1
1.2 Problemstellung .....	3
1.3 Zielsetzung .....	8
1.4 Konzeption des Forschungsprozesses .....	10
1.5 Aufbau der Arbeit .....	17
<b>2 Charakterisierung der Preisfindung im Maschinenbau</b> .....	<b>21</b>
2.1 Allgemeines Begriffsverständnis .....	21
2.1.1 Preisfindung .....	21
2.1.2 Prozess .....	28
2.1.3 Preisfindungsprozess .....	29
2.1.4 Produktentwicklung .....	35
2.1.5 Produktentwicklungsprozess .....	38

2.2	Aktuelle Herausforderungen der Maschinenbaubranche .....	42
2.2.1	Gegenwärtige Stellung des Maschinenbaus.....	42
2.2.2	Struktur der Maschinenbaubranche .....	44
2.2.3	Trends in der Maschinenbaubranche .....	46
2.2.4	Wettbewerbsfähigkeit durch Innovation .....	49
2.2.5	Defizite trotz Innovationspotenzial .....	53
<b>3</b>	<b>Preisfindung in der Wissenschaft .....</b>	<b>59</b>
3.1	Design-to-Value: Leitmotiv zukünftiger Produktentwicklungen.....	59
3.1.1	Der Wert eines Produktes im Maschinenbau.....	60
3.1.2	Beschreibung des Design-to-Value in der Produktentwicklung.....	67
3.1.3	Abgrenzung des Design-to-Value zu bestehenden Ansätzen .....	73
3.2	Nutzenpotenziale eines integrierten Preisfindungsprozesses.....	78
3.2.1	Nutzenpotenziale aufgrund der Prozessabbildung.....	78
3.2.2	Nutzenpotenziale aufgrund der Definition eines Preisfindungsprozesses .....	80
3.2.3	Nutzenpotenziale aufgrund der Integration von Preisfindung und Produktentwicklung .....	82
3.3	Anforderungen an den konzipierten Lösungsansatz .....	85
3.3.1	Anforderungen aus der Zielsetzung.....	86
3.3.2	Anforderungen aus dem Objektbereich .....	87
3.3.3	Anforderungen aus den Nutzenpotenzialen.....	88
3.3.4	Allgemeine Anforderungen.....	89
3.4	Darstellung bestehender Ansätze .....	91
3.4.1	Betrachtungsschwerpunkt marktorientierte Produktentwicklung.....	92

3.4.2	Betrachtungsschwerpunkt Preisfindung .....	100
3.5	Konkretisierung des Handlungsbedarfs .....	109
<b>4</b>	<b>Konzeption eines Preisfindungsprozesses.....</b>	<b>113</b>
4.1	Konzeption des Lösungsansatzes .....	113
4.2	Eingrenzung des Objektbereichs.....	116
4.2.1	Produkt- und Systemgeschäft als sinnvoller Fokus.....	116
4.2.2	Potenziale bei Serienfertigern mit variantenreichen Produkten .....	119
4.2.3	Weitere Eingrenzungen .....	121
<b>5</b>	<b>Gestaltung eines integrierten Preisfindungsprozesses .....</b>	<b>123</b>
5.1	Aktivitäten der marktorientierten Entwicklung variantenreicher Produkte .....	123
5.1.1	Produkt planen .....	125
5.1.2	Produkt konzipieren, bewerten und festlegen.....	133
5.1.3	Produkt entwerfen, testen und ausarbeiten .....	142
5.2	Schnittstellen der Preisfindung zur Produktentwicklung .....	144
5.3	Gestaltung produktwertrelevanter Schnittstellenbeziehungen.....	151
5.3.1	Bestimmung von Preisbereitschaften für Produktfunktionen .....	152
5.3.2	Wirtschaftliche Bewertung von Produktprogrammoptionen .....	163
5.3.3	Mikrozyklus der durchgehenden Preiskontrolle .....	167
5.3.4	Durchsetzung von Preisforderungen am Markt.....	173
5.4	Modellierung des integrativen Prozessmodells .....	176
<b>6</b>	<b>Validierung des Preisfindungsprozesses .....</b>	<b>183</b>
6.1	Fallbeispiele zur Integration des konzipierten Preisfindungsprozesses.....	183

6.1.1	Wirtschaftlichkeitsbewertung von innovativen Nahverkehrszügen.....	184
6.1.2	Ceiling Prices für Leitschaufeln eines Turbinentriebwerkes.....	189
6.2	Kritische Reflexion.....	192
6.2.1	Reflexion des Preisfindungsprozesses.....	193
6.2.2	Fazit der Validierung.....	194
6.2.3	Geltungsbereich der Methodik und Ausblick.....	195
<b>7</b>	<b>Zusammenfassung.....</b>	<b>199</b>
	<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>203</b>
<b>A</b>	<b>Anhang.....</b>	<b>223</b>
A.1	Instrumente des Marketing-Mix.....	223
A.2	Preiselastizitäten.....	224
A.3	Gestaltungsrichtlinien der Produktentwicklung.....	225
A.4	Vorgehensweise zur Plattformgestaltung nach SCHUH.....	226
A.5	Prozessmodellierungsansatz nach KRAH.....	227
A.6	Gesamtprozessmodell: Integrativer Referenzprozess der Preisfindung.....	231
A.7	Teilprozessmodell: Bestimmung von Preisbereitschaften für Produktfunktionen (BPB).....	233
A.8	Teilprozessmodell: Wirtschaftlichkeitsbewertung (WB).....	233
A.9	Teilprozessmodell: Preismonitoring (PMO).....	234
A.10	Teilprozessmodell: Kontinuierliche Preiskontrolle (KPK).....	235
	<b>Lebenslauf.....</b>	<b>237</b>