

Hermann Diller/Andreas Herrmann (Hrsg.)

Handbuch Preispolitik

Strategien - Planung - Organisation -
Umsetzung



GABLER

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

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 Baiderjahn
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>Peter Horväth - Klaus Möller</i> Target Pricing und Profit Planning.....	455

2. Kapitel: Preisinstrumente

<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

Georg Wübker - Hermann Simon
Mehr-Personen-Preisbildung.....667

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