

Vorwort zur dritten Auflage

Das vorliegende Buch wurde völlig neu geschrieben. Seit der zweiten Auflage sind 17 Jahre vergangen. In dieser Zeit hat das Preismanagement revolutionäre Entwicklungen erlebt:

- eine massive Professionalisierung,
- das breite Vordringen innovativer Messmethoden wie das Conjoint Measurement,
- die Entstehung des Internet mit neuartigen Preissystemen,
- die Globalisierung, die nicht nur den Preiswettbewerb verschärft, sondern neue Niedrigstpreissegmente entstehen lässt,
- eine fundamentale Verbesserung der Datenlage durch Scannerkassen-, Kundenkarten- und ähnliche Informationssysteme,
- eine stärkere Aufmerksamkeit für Umsetzungsprobleme wie Organisation, Incentives und Preiscontrolling.

Neu an diesem Buch ist auch die konsequente Prozessperspektive. Preismanagement darf sich eben nicht auf die Preisentscheidung als solche beschränken, sondern muss den gesamten Prozess von der Strategie über die Analyse und die Entscheidung bis zur Umsetzung einbeziehen. Zudem unterscheiden sich Preisprobleme und -gewohnheiten nach Branchen. Deshalb ist jeweils ein Spezialkapitel dem Preismanagement in den Branchen Dienstleistungen, Industriegüter, Handel und Internet gewidmet.

Ein Autorenteam aus Wissenschaftler und Praktiker ist für ein Lehrbuch ungewöhnlich. Diese Kombination schlägt sich markant in Konzept und Inhalt des Buches nieder. Wir haben den Anspruch, sowohl theoretisch anspruchsvolles als auch praktisch relevantes Wissen zu vermitteln. Studium und Literatur zur unternehmerischen Preisbildung gelten traditionell als theorielastig. Wir halten ein tiefgehendes theoretisches Verständnis der Preisbildung für äußerst wertvoll und unverzichtbar. Genauso notwendig ist aber die Fähigkeit, die Theoriekonzepte auf die Praxis zu übertragen. Diese Übertragung gelang in einem Ausmaß, das wir nie erwartet hätten. Simon-Kucher & Partners ist heute 25-mal so groß wie zur Zeit der zweiten Auflage und im Zuge dieser Entwicklung zum Weltmarktführer für Preisberatung aufgestiegen. Die Grundlage dafür war und bleibt ein solides theoretisches Fundament verbunden mit der Fähigkeit, die Konzepte praktisch anzuwenden. Genau diese Kombination wollen wir dem Leser vermitteln.

Das Buch wendet sich insofern gleichermaßen an Studenten, Wissenschaftler und Manager. Im Studium nimmt Preismanagement einen zunehmenden Raum ein. In den Unternehmen ist es zum Anliegen der obersten Führungsebenen geworden. Dort gehört das Thema auch hin, denn der Preis ist ein Gewinntreiber von herausragender Bedeutung. Das gilt für alle Branchen.

Wir sind zahlreichen Personen zu Dank verpflichtet. Bei Simon-Kucher & Partners haben Dr. Bernhard Ebel, Dr. Andreas von der Gathen, Dr. Philip Grothe, Dr. Tobias Maria Günther, Dr. Frank Hälsig, Dr. Andrea Maessen, Dr. Stefan Neuhaus, René Schwindling, M.A., Dr. Karl-Heinz Sebastian, Dr. Ekkehard Stadie und Dr. Jochen Strube wichtige inhaltliche Anregungen gegeben und Verbesserungen vorgeschlagen. Aus dem Forschungsteam der WHU – Otto Beisheim School of Management am Lehrstuhl für BWL, insbesondere Marketing und Handel (Otto Beisheim-Stiftungslehrstuhl) gebührt unser Dank insbesondere Dipl.-Vw. Andreas Ettinger, Dipl.-Kfm. Jochen Mahadevan, Dipl.-Kfm. Henning Mohr, Dipl.-Kffr. Katia Rumpf, Dipl.-Kfm. Christian Stallkamp und Dipl.-Kffr. Rebecca Winkelmann sowie auch Dipl.-Kfm. Frank Breitschwerdt, Dipl.-Kffr. Evelyn Friedel, Dipl.-Kfm. Sven Heidenreich, Dipl.-Kffr. Rebecca Heuke, Dipl.-Kffr. Claudia Lerner, Prof. Dr. Sabine Möller, Dipl.-Kfm. Jürgen Pannek, Dipl.-Kfm. Daniel Ralf Schmitz, Dipl.-Kffr. Eva Schuckmann und Dipl.-Kfm. Christian Wiegner. Besonders sind wir Dipl.-Oec. Yorck Nelius zu Dank verpflichtet, der die Fertigstellung des Buches als Projektleiter stets perfekt im Griff hatte. Als technische Assistenten standen uns Silvia Häfner, Jan Josten und Stelios Kougras zur Seite. Im Sekretariat haben uns Sandra Bödeker, Stephanie Krause, Sebastian Kuhner und Ingo Lier unterstützt. Nicht zuletzt möchten wir uns bei Barbara Roscher und Jutta Hinrichsen vom Gabler Verlag bedanken.

Hermann Simon

Martin Fassnacht