

Institut für  
Marktorientierte Unternehmensführung  
Universität Mannheim

Postfach 10 34 62

68131 Mannheim

Ü Reihe:  
Management Know-How  
Nr. M 76

## **Institut für Marktorientierte Unternehmensführung**

*Koschate, N./Lüers, T./Fuchs, M.*

**Shareholder value-orientiertes  
Preismanagement -**  
Durch effektives Preismanagement den  
Unternehmenswert steigern

Mannheim 2003

ISBN Nr. 3-89333-286-3

*Dr./Nicole Koschate* ist Habilitandin am Lehrstuhl für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Marketing I von Prof. Dr. Christian Homburg an der Universität Mannheim.

*Dipl.-Kfm. Thomas Lüers* ist Consultant bei Prof. Homburg & Partner, Mannheim.

*Dipl.-Kfm. Matthias Fuchs* war Diplomand am Lehrstuhl für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Marketing I von Prof. Dr. Christian Homburg an der Universität Mannheim.

## Inhaltsverzeichnis

|      |   |    |
|------|---|----|
| 1.   | Preis und Wertsteigerung.....   | 1  |
| 2.   | Auswirkungen der wertorientierten Unternehmensführung für das<br>Preismanagement..... | 2  |
| 2.1. | Wertsteigerung an Stelle von Gewinnmaximierung.....                                   | 2  |
| 2.2. | Werttreiber als neue Zielgrößen des Preismanagements.....                             | 5  |
| 3.   | Ansatzpunkte eines shareholder value-orientierten Preismanagements.....               | 10 |
| 3.1. | Die richtige Preisstrategie verfolgen.....  | 10 |
| 3.2. | Den richtigen Preis bestimmen.....  | 12 |
| 3.3. | Den Preis gezielt differenzieren.....   | 18 |
| 3.4. | Den geforderten Preis durchsetzen.....  | 22 |
| 4.   | Zusammenfassung.....  | 26 |
| 5.   | Literaturverzeichnis.....   | 28 |