



Skript zur Vorlesung

Preispolitik

MA BWL (Modul Marketingmanagement)

Wirtschaftsjurist - Vertiefungsmodul

SBWL Marketing - Wahlmodul

Wintersemester 2026/2027



Gliederung der Veranstaltung Preispolitik

1. Grundlagen des Preismanagements
 - 1.1 Definition des Preises
 - 1.2 Rolle des Preises in Transaktionen
 - 1.3 Rolle des Preises im Marketing-Mix
 - 1.4 Inhalt des Preismanagements
2. Behavioral Pricing
 - 2.1 Modelle der Preiswahrnehmung und -verarbeitung
 - 2.2 Preisbewertung
 - 2.3 Preisimage
 - 2.4 Preis-/ Qualitätsinferenz
 - 2.5 Preiswissen
 - 2.6 Rechtliche Rahmenbedingungen der Preiswerbung
3. Grundmodelle der Preispolitik
 - 3.1 Übersicht
 - 3.2 Preiskalkulation als Anwendungsfall der „allgemeinen“ Entscheidungstheorie
 - 3.3 Kostenorientierte Preiskalkulation
 - 3.4 Nachfragerorientierte Preiskalkulation

4. Preissysteme
 - 4.1 Charakteristik von Preissystemen
 - 4.2 Preiskalkulation im Sortimentsverbund
 - 4.3 Zeitbezogen heterogene Preissysteme
 - 4.3.1 Preisänderungseffekte
 - 4.3.2 Gewinnmaximierung bei Carry-Over-Effekten in der Preissetzung
 - 4.3.3 Peak-Load-Pricing
 - 4.3.4 Yield-Management
 - 4.3.5 Dynamisches Preismanagement im Lebenszyklus eines Produkts
 - 4.4 Preisbündelung

Literatur:

Diller, H. Preispolitik, 4. Auflage, Stuttgart 2008

Pechtl, H., Preispolitik, 2. Auflage, Stuttgart 2014.

Simon, H. / Faßnacht, M., Preismanagement, 5. Auflage, Wiesbaden 2024.

Siems, F., Preismanagement, München 2009.

sowie in der Vorlesung angegebene Literatur



Inhaltliche Struktur Veranstaltung

Die Veranstaltung Preispolitik beschäftigt sich mit vier Schwerpunkten des Marketinginstruments „Preis“. Nach einigen einführenden Anmerkungen zum Konzept des Preises bzw. der Preispolitik stellt der erste Schwerpunkt der Vorlesung exemplarisch das weite Forschungsgebiet des „Behavioral Pricing“ vor. Damit werden verhaltensbezogene Phänomene bezogen auf den Stimulus „Preis“ erfasst. Der zweite Schwerpunkt reflektiert mit der kostenorientierten und nachfragerbezogenen (marktorientierten) Preiskalkulation zwei „klassische“ betriebswirtschaftliche Vorgehensweisen der Bestimmung eines Zielpreises. Der dritte Schwerpunkt beschäftigt sich mit dem Konzept und Ausprägungen von Preissystemen, denen das Prinzip der Preisdifferenzierung oder Preisbündelung zugrunde liegen. Abschließend behandelt die Veranstaltung einige rechtliche Aspekte der Preissetzung bzw. Preispräsentation,

