

Vorwort zur zweiten Auflage

Die erste Auflage des Lehrbuches „Preispolitik – Ein einführendes Lehr- und Übungsbuch“ hat nach recht kurzer Zeit eine positive Akzeptanz im Markt gefunden. Die Neuauflage des Buches haben wir zum Anlass genommen, nicht nur die erste Auflage zu überarbeiten und zu aktualisieren, sondern auch Erweiterungen vorzunehmen.

Die Grundkonzeption des Buches wurde in der zweiten Auflage beibehalten. Die Überarbeitungen und Erweiterungen beziehen sich hauptsächlich auf das zweite, fünfte und sechste Kapitel der vorliegenden Auflage. Die Absatzprogrammmentscheidungen auf der Basis von Deckungsbeiträgen und Preisabsatzfunktionen wurden neu aufgenommen (Abschnitt 2.2.4.). Weiterhin gibt der neue Abschnitt 6.3. einen Überblick über die rechtliche Regulierung der vertikalen Preispflege in Europa und geht auf die Ungleichbehandlung unterschiedlicher vertikaler Systeme in diesem Bereich ein.

Unser ganz besonderer Dank gilt Frau Dr. Gundula Grewe, Herrn Dr. Michael Hundt, Herrn Hans Christian Jansen (M.Sc.), Herrn Benedikt Lindenbeck (M.Sc.) und Frau Dipl.-Ök. Katrin Scheele, die uns durch Vorarbeiten, Recherchen und redaktionelle Bearbeitungen unterstützt haben. Darüber hinaus danken wir Frau Angela Pfeiffer vom Verlag Springer Gabler für das entgegengebrachte Verständnis im Rahmen des langwierigen Überarbeitungsprozesses.

Hagen und Alfter, im Januar 2014

Rainer Olbrich

Dirk Battenfeld

Vorwort zur ersten Auflage

Das vorliegende Lehrbuch soll – wie der Untertitel es ausdrückt – in das Fachgebiet ‚Preispolitik‘ einführen. Es setzt daher keine spezifischen Kenntnisse aus diesem Fachgebiet voraus. Ziel dieses Buches ist es vielmehr, dem Leser, der sich noch nicht mit der ‚Preispolitik‘ beschäftigt hat, einen komprimierten Einstieg in diese Materie zu ermöglichen.

Das Buch beansprucht entsprechend dieser Ausrichtung auf einführende Grundfragen nicht, einen vollständigen Überblick über alle Problembereiche der Preispolitik, respektive des Preismanagements zu geben. Dies würde letztlich den Umfang eines derartigen Werkes sprengen. Ganz bewusst wurde daher auf einige Ausführungen verzichtet (z. B. zu tiefer gehenden rechtlichen Fragen der praktischen Preispolitik und zu Fragen der Preispolitik im Internationalen Marketing). Zu Grundfragen des Marketing, die für den Einsatz der Preispolitik wichtig sind, sei auf das einführende Lehrbuch ‚Marketing‘ im Springer-Verlag verwiesen (ISBN 978-3-540-23577-4).

Das vorliegende Buch richtet sich als grundlegender Lehrtext insbesondere an Studierende betriebswirtschaftlicher Studiengänge an Hochschulen. Darüber hinaus richtet es sich aufgrund seiner Schwerpunktlegung auf die Grundfragen an Dozenten und Teilnehmer berufsbegleitender Weiterbildungsprogramme, aber auch an all diejenigen in der unternehmerischen Praxis, die ein systematisches Rüstzeug für die Strukturierung praktischer Planungsprobleme im Bereich der Preispolitik suchen.

Mit Blick auf diesen Leserkreis werden an vielen Stellen Hinweise auf ähnliche und auch abweichende Lehrmeinungen gegeben, um gerade hinsichtlich der elementaren Grundfragen das Spektrum unterschiedlicher Sichtweisen nicht zu verdecken. Darüber hinaus werden nach jedem Kapitel ausgewählte Hinweise auf empfehlenswerte Literatur zur Vertiefung gegeben. Einige Übungsaufgaben und ein Glossar runden den Charakter dieser Lektüre als Lehrbuch ab.

Unser besonderer Dank gilt Herrn Dipl.-Kfm. Michael Hundt, der uns durch Recherchen, Vorarbeiten und die redaktionelle Bearbeitung unterstützt hat. Darüber hinaus danken wir ganz besonders Herrn Dr. Werner A. Müller vom Springer-Verlag, Heidelberg, für die angenehme Zusammenarbeit und die unkomplizierte verlegerische Betreuung dieses Buches.

Hagen und Alfter, im April 2007

Rainer Olbrich

Dirk Battenfeld

Preispolitik

Ein einführendes Lehr- und Übungsbuch

Olbrich, R.; Battenfeld, D.

2014, XVIII, 261 S. 34 Abb., Hardcover

ISBN: 978-3-642-37946-8