

Abstract

Titel: Preisfindung bei jungen Unternehmen – Eine Analyse relevanter Methoden und Rahmenbedingungen

Kurzzusammenfassung: In der vorliegenden Masterarbeit steht die Umsetzung von professionellem Preismanagement bei jungen Unternehmen im Zentrum des Interesses. Mittels einem quantitativen Forschungsansatz wird herausgearbeitet, in welchem Ausmass die kosten-, nachfrage- und wettbewerbsorientierten Preisfindungsmethoden von jungen Unternehmen angewendet werden und welche spezifischen Rahmenbedingungen, denen junge Unternehmen ausgesetzt sind, die Anwendbarkeit dieser Methoden beeinflussen. Die Resultate aus der statistischen Auswertung zeigen, dass es vor allem die nachfrageorientierten Preisfindungsmethoden sind, welche ein grosses Optimierungspotential aufweisen. Da die unternehmerische Orientierung und die akademische Ausbildung einen positiven Einfluss auf die Anwendung der nachfrageorientierten Preisfindungsmethoden haben, werden zum Schluss Handlungsempfehlungen zu diesen Rahmenbedingungen hergeleitet.

Keywords: Professionelles Preismanagement, junge Unternehmen, nachfrageorientierte Preisfindung, Rahmenbedingungen junger Unternehmen, Preisfindungsmethoden, akademische Ausbildung, unternehmerische Orientierung

Title: Pricing in New Companies – an Analysis of Relevant Methods and Framework Conditions

Brief Summary: The focus of interest in this master's thesis is the implementation of professional pricing management in young companies. Using a quantitative research approach, it is identified to what extent the cost, demand, and competitive pricing methods of young companies are applied and which specific framework conditions faced by young companies affect the applicability of these methods. The results of the statistical analysis show that demand-driven pricing methods in particular exhibit a great optimization potential. Since entrepreneurial orientation and academic education have a positive impact on the application of demand-driven pricing methods, in the end, recommendations for actions resulting from these framework conditions are derived.

Keywords: Professional pricing management, young companies, demand-driven pricing, framework conditions of young companies, pricing methods, academic education, entrepreneurial orientation

Verfasser: Benjamin Fust
Herausgeber: Prof. Dr. oec. HSG Benjamin von Walter
Veröffentlichung: 2017
Zitation: Benjamin Fust, 2017, Preisfindung bei jungen Unternehmen – Eine Analyse relevanter Methoden und Rahmenbedingungen.
FHS St.Gallen – Hochschule für Angewandte Wissenschaften:
Masterarbeit MSc in Business Administration

Ausführliche Abstract Version

In der vorliegenden Masterarbeit steht die Umsetzung von professionellem Preismanagement bei jungen Unternehmen in Zentrum des Interesses. So sind es in der Praxis vor allem junge Unternehmen, welche spezifischen Rahmenbedingungen ausgesetzt sind und sich dadurch mit grösseren Herausforderungen, wie z.B. der Ressourcenknappheit, konfrontiert sehen. Diese speziell für junge Unternehmer bestehenden Herausforderungen können sie daran hindern, sich intensiv mit dem Thema Preismanagement auseinanderzusetzen.

Da die Informationsbeschaffung zu den ökonomischen Bestimmungsgrössen des Preises, welche sich aus den Kosten, dem Kundennutzen und den Wettbewerbsangeboten zusammensetzen, als sehr ressourcenintensiv bezeichnet werden kann, fokussieren sich Unternehmen in der Praxis oftmals auf nur eine der drei Einflussgrössen. Zur Bestimmung eines möglichst optimalen Preises und der damit verbundenen professionellen Umsetzung des Preismanagements müssen Unternehmer sämtliche Einflussgrössen in den Preisfindungsprozess mit einbeziehen. Obwohl jungen Unternehmen erschwerten Bedingungen ausgesetzt sind, können sie sich durch den professionellen Umgang mit den Preisfindungsmethoden einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil erarbeiten.

Die Ziele dieser Arbeit und die Beantwortung der damit verbundenen Forschungsfragen können als erreicht betrachtet werden, wenn evaluiert werden kann, in welchem Ausmass die ökonomischen Preisfindungsmethoden in der Praxis von jungen Unternehmen umgesetzt werden. Zudem soll herausgefunden werden, welche spezifischen Rahmenbedingungen, denen junge Unternehmen ausgesetzt sind, einen Einfluss auf die Anwendbarkeit dieser Methoden haben. Die Herleitung von entsprechenden Massnahmen, die jungen Unternehmen helfen das Preismanagement zu optimieren, stellen ebenfalls einen Mehrwert der Arbeit dar.

Die empirische Untersuchung wurde in Form einer quantitativen Befragung mit Unternehmen, die jünger als 10 Jahre sind, durchgeführt. Die Daten wurden mittels einem Mittelwerttest und der einfachen linearen Regressionsanalyse statistisch ausgewertet und die besagten Handlungsempfehlungen abgeleitet.

Die Resultate der vorliegenden Untersuchung zeigen auf, dass junge Unternehmen alle drei ökonomischen Einflussfaktoren bis zu einem gewissen Grad anwenden. Das grösste Optimierungspotential liegt aber bei der Umsetzung der nachfrageorientierten Preisfindungsmethode. Die unternehmerische Orientierung, bestehend aus der Innovationstätigkeit und der Risikobereitschaft, sowie ein akademischer Abschluss sind diejenigen Rahmenbedingungen, die die Anwendung der nachfrageorientierten Preisfindung positiv beeinflussen. Demnach beinhalten die abgeleiteten Handlungsempfehlungen zum einen Empfehlung die unternehmerische Orientierung zu verbessern und in die Unternehmenskultur zu implementieren. Weiter werden auch Massnahmen für Hochschulen und Start-up Organisationen erläutert, durch deren Umsetzung das Preismanagement in der Praxis optimiert werden kann.