

Die Unternehmung

Swiss Journal of Business Research and Practice

Themenheft «Aktives Preismanagement: Capturing Value»

Gastherausgeber: Sven Reinecke, Iris Schmutz

Herausgegeben im
Auftrag der
Schweizerischen
Gesellschaft für
Betriebswirtschaft (SGB)
*Société suisse de gestion
d'entreprise (SSG)*

Herausgegeben von
Frauke von Bieberstein
Manfred Bruhn
Pascal Gantenbein
Markus Gmür
Klaus Möller
Günter Müller-Stewens
Margit Osterloh
Dieter Pfaff
Martin Wallmeier

4 2020

74. Jahrgang
Seite 331–447
ISSN 0042-059X



Nomos

Aus dem Inhalt

Oliver Roll und Patrick Loh
**Der Einfluss der Digitalisierung auf
das Preismanagement – Ansatzpunkte,
Modelle und Methoden**

Iris Schmutz, Sven Reinecke and
Anne-Marie Manole
**Allocating resources in pricing – which
capabilities are worth fostering in
the face of AI?**

Karina Isaak, Robert Wilken, Florian Dost and
David Bürgin
**Improving pricing scope through consumers'
construal level – evidence based on
consumers' willingness-to-pay ranges**

Gianluca Scheidegger, Marc Linzmajer and
Thomas Rudolph
**Price discount strategies in times of
increasing price transparency: How price
consciousness and price comparison
moderate the effect of discount strategy
on store price image**

Mark Friesen
**A dynamic perspective on consumers' price
fairness perception: Empirical evidence
from the airline industry**

Timo Schöber and Georg Stadtmann
**Fortnite: The business model pattern
behind the scene**

Die Unternehmung

Swiss Journal of Business Research and Practice

4/2020

Organ der Schweizerischen Gesellschaft für Betriebswirtschaft (SGB)
L'organe de la Société suisse de gestion d'entreprise

74. Jahrgang
Seite 331–447

Herausgeber im Auftrag der SGB/SSG

Prof. Dr. **Frauke von Bieberstein**, Universität Bern
Prof. Dr. Dr. h.c. mult. **Manfred Bruhn**, Universität Basel
Prof. Dr. **Markus Gmür**, Universität Fribourg
Prof. Dr. **Klaus Möller**, Universität St. Gallen
Prof. em. Dr. **Günter Müller-Stewens**, Universität St. Gallen
Prof. Dr. Dr. h.c. **Margit Osterloh**, em., Universität Zürich
Prof. Dr. **Dieter Pfaff**, Universität Zürich
Prof. Dr. **Martin Wallmeier**, Universität Fribourg

Geschäftsführender Herausgeber

Prof. Dr. **Klaus Möller**, Lehrstuhl für Controlling / Performance Management, Universität St. Gallen

Redaktionsanschrift: Oliver Hegers, Lehrstuhl für Controlling / Performance Management, Universität St. Gallen, ACA-HSG, Tigerbergstrasse 9, CH-9000 St. Gallen, E-Mail: oliver.hegers@unisg.ch

Beirat: Prof. Dr. Dr. **Ann-Kristin Achleitner**, Technische Universität München | Prof. Dr. **Luzi Hail**, The Wharton School, University of Pennsylvania | Prof. Dr. **Christian Homburg**, Universität Mannheim | Prof. Dr. **Lutz Kruschwitz**, Freie Universität Berlin | Prof. Dr. **Andreas Pfingsten**, Westfälische Wilhelms-Universität Münster | Prof. Dr. **Gilbert Probst**, Université de Genève | Prof. Dr. **Stefan Reichelstein**, Stanford Graduate School of Business | Prof. Dr. **Ralf Reichwald**, Technische Universität München | Prof. Dr. **Bernd Schmitt**, Columbia University

Inhalt

Editorial zum Themenheft «Aktives Preismanagement: Capturing Value»	331
--	-----

Beiträge

<i>Oliver Roll und Patrick Loh</i> Der Einfluss der Digitalisierung auf das Preismanagement – Ansatzpunkte, Modelle und Methoden	334
---	-----

<i>Iris Schmutz, Sven Reinecke und Anne-Marie Manole</i> Allocating resources in pricing – which capabilities are worth fostering in the face of AI?	349
---	-----

<i>Karina Isaak, Robert Wilken, Florian Dost und David Bürgin</i> Improving pricing scope through consumers' construal level – evidence based on consumers' willingness-to-pay ranges	365
--	-----

<i>Gianluca Scheidegger, Marc Linzmajer und Thomas Rudolph</i> Price discount strategies in times of increasing price transparency: How price consciousness and price comparison moderate the effect of discount strategy on store price image	384
---	-----

<i>Mark Friesen</i>	
A dynamic perspective on consumers' price fairness perception: Empirical evidence from the airline industry	403
<i>Timo Schöber and Georg Stadtmann</i>	
Fortnite: The business model pattern behind the scene	426
Rezension	445

Impressum

Druck und Verlag:

Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG,
Waldseestraße 3-5, D-76530 Baden-Baden,
Telefon (07221) 2104-0/Fax (07221) 2104-27
E-Mail nomos@nomos.de

Anzeigen:

sales friendly, Verlagsdienstleistungen,
Pfaffenweg 15, 53227 Bonn,
Telefon 0228/978980, Telefax 0228/9789820,
E-Mail: roos@sales-friendly.de

Die Zeitschrift sowie alle in ihr enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Mit der Annahme zur Veröffentlichung überträgt der Autor dem Verlag das ausschließliche Verlagsrecht für die Zeit bis zum Ablauf des Urheberrechts. Eingeschlossen sind insbesondere auch das Recht zur Herstellung elektronischer Versionen und zur Einspeicherung in Datenbanken sowie das Recht zu deren Vervielfältigung und Verbreitung online oder offline ohne zusätzliche Vergütung. Nach Ablauf eines Jahres kann der Autor anderen Verlagen eine einfache Abdruckgenehmigung erteilen; das Recht an der elektronischen Version verbleibt beim Verlag. Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht in jedem Fall die Meinung der Herausgeber/Redaktion oder des Verlages wieder. Unverlangt eingesendete Manuskripte – für die keine Haftung übernommen wird – gelten als Veröffentlichungsvorschlag zu den Bedingungen des Verlages. Die Redaktion behält sich eine längere Prüfungsfrist vor. Eine Haftung bei Beschädigung oder Verlust wird nicht übernommen. Bei unverlangt zugesandten Rezensionsstücken keine Garantie für Besprechung oder Rückgabe. Es werden nur unveröffentlichte Originalarbeiten angenommen. Die Verfasser erklä-

ren sich mit einer nicht sinnentstellenden redaktionellen Bearbeitung einverstanden.

Erscheinungsweise: 4 Ausgaben pro Jahr

Bezugspreis 2020: Jahresabonnement incl. Onlinezugang (Privat) 116,- €, für Studierende (jährliche Vorlage einer Studienbescheinigung erforderlich) 64,- €; Institutionspreis incl. Onlinezugang 208,- €, Einzelheft 33,- €. Alle Preise verstehen sich incl. MwSt., zzgl. Vertriebskostenanteil 16,00 €, plus Direktbeorderungsgebühr Inland 1,65 € p.a.

Sonderbände, die zu diesem Titel erscheinen, werden den Abonnenten mit einem Vorzugspreis automatisch zugesandt und können bei Nichtgefallen zurückgegeben werden.

Bestellmöglichkeit: Bestellungen beim örtlichen Buchhandel oder direkt bei der Nomos Verlagsgesellschaft Baden-Baden

Kündigungsfrist: jeweils drei Monate vor Kalenderjahresende

Bankverbindung generell: Zahlungen jeweils im Voraus an Nomos Verlagsgesellschaft, Postbank Karlsruhe: BIC PBNKDEFF, IBAN DE07 6601 0075 0073 6367 51 oder Sparkasse Baden-Baden Gaggenau: BIC SOLADES1BAD, IBAN DE05 6625 0030 0005 0022 66

Internet: www.unternehmung.nomos.de

Der Nomos Verlag beachtet die Regeln des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels e.V. zur Verwendung von Buchrezensionen.

ISSN 0042-059X



Unterstützt durch die Schweizerische Akademie
der Geistes- und Sozialwissenschaften
www.sagw.ch