

## IMU Research Insights

# 091

# Die Delegation von Preisgestaltungsbefugnissen an Business-to-Business-Vertriebsteams

Eine Untersuchung praktikabler Hebel

Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Christian Homburg  
Sebastian Junker, M.Sc.  
Dr. Aline Lanzrath

2024

## Executive Summary

### Relevanz der Thematik

Die Delegation von Preisgestaltungsbefugnissen an Vertriebsmitarbeiter birgt viele Potenziale, da diese die **Bedürfnisse ihrer Kunden am besten kennen**. Sie birgt jedoch auch Risiken, etwa da sie die Informationsasymmetrie gegenüber Vertriebsleitern erhöht. Bisherige Forschung zeigt positive und negative Auswirkungen hoher Delegation. Woran können Vertriebsmanager die Entscheidung festmachen, *wann* und *unter welchen Umständen* die Delegation von Befugnissen effektiv ist?

### Branchen

**Branchenübergreifende** Studie (z. B. Maschinenbau und Automotive, IT, Chemikalien und Kunststoffe, Baumaterialien, sowie andere Bereiche)

### Studiencharakteristika

- (1) **Qualitative Daten:** Experteninterviews mit 52 Vertriebsleitern zur Identifikation praxisrelevanter Einflussgrößen für die Entscheidung über sowie zu den Auswirkungen von Preisgestaltungsbefugnisdelegation
- (2) **Quantitativer Survey:** Deutschlandweite Online-Datenerhebung von 306 Vertriebsleiter zur Validierung
- (3) **Objektive Daten:** Erhebung zugehöriger Leistungsdaten der Geschäftseinheiten aus Sekundärdatenbanken zur Effektivitätsmessung der Delegation von Preisgestaltungsbefugnissen

**Kombination  
verschiedener  
Methoden und  
Datenquellen**

### Zentrale Erkenntnisse / Implikationen

- Der **Grad** der Delegation von Preisgestaltungsbefugnissen hängt von **praktikablen Stellhebeln** ab:
  - a) Vertriebsmitarbeiter verfügen über **Hebel**, mit denen Sie ihren Bedarf und ihre Berechtigung zum **Erhalt von Preisgestaltungsbefugnissen selbst signalisieren können**: (1) die *Qualität ihrer Beziehung zu ihren Vertriebsleitern*, (2) ihre *technische Kompetenz* und (3) die *Anwendung wertorientierter Preisgestaltungsansätze*.
  - b) Vertriebsleiter besitzen **Hebel**, um ihre Ziele mit denen ihrer Vertriebsmitarbeiter in Einklang zu bringen, um so **Preisgestaltungsbefugnisse delegieren** zu können (1) *unterstützende IT-Infrastruktur für Preisentscheidungen*, (2) *Begrenzung der Preisgestaltungs Koordination mit anderen Funktionen* und (3) die *Komplexität des Vertriebssystems*.
- Die **Effektivität** der Delegation von Preisgestaltungsbefugnissen, d.h. *wann* und *wie stark* sich diese Entscheidung positiv auf die Unternehmensleistung auswirkt, hängt von **spezifischen Parametern** ab, die Organisationen **im eigenen Interesse aktiv verändern können**: (1) die *Individualisierung der Befugnisse je Vertriebsmitarbeiter* (**positiver** Einfluss), (2) die *organisationale Identifikation der Vertriebsmitarbeiter* (**negativer** Einfluss) und (3) die *Beteiligung des Topmanagements an Preisentscheidungen* (mehr Beteiligung **verringert** den Grad der Delegation, der für die optimale Leistung optimal ist).

## Kontakt und weiterführende Informationen

Das **Institut für Marktorientierte Unternehmensführung (IMU)** an der Universität Mannheim versteht sich als Forum des Dialogs zwischen Wissenschaft und Praxis. Der wissenschaftlich hohe Standard wird gewährleistet durch die enge Anbindung des IMU an die Lehrstühle für Marketing & Sales an der Universität Mannheim, die national wie auch weltweit hohes Ansehen genießen.

Die wissenschaftlichen Direktoren des IMU sind Professor Dr. Dr. h.c. mult. Christian Homburg, Professorin Dr. Sabine Kuester und Professor Dr. Florian Kraus.

Wenn Sie an weiterführenden Informationen interessiert sind, können Sie uns gerne jederzeit kontaktieren unter:

Institut für Marktorientierte Unternehmensführung

Universität Mannheim

Eric Klebeck, M.A.

L5, 1

68161 Mannheim

Telefon: 0621 / 181-2676

E-Mail: [eric.klebeck@uni-mannheim.de](mailto:eric.klebeck@uni-mannheim.de)

Besuchen Sie unsere Webseite: <https://www.bwl.uni-mannheim.de/imu/>

### Die Autoren:

**Professor Dr. Dr. h.c. mult. Christian Homburg** ist Inhaber des Lehrstuhls für Business to Business Marketing, Sales & Pricing an der Universität Mannheim. Zudem ist er Direktor des dortigen Instituts für Marktorientierte Unternehmensführung (IMU) sowie Gründer der Unternehmensberatung Homburg & Partner.

**Sebastian Junker, M.Sc.**, ist Doktorand am Lehrstuhl für für Business to Business Marketing, Sales & Pricing an der Universität Mannheim..

**Dr. Aline Lanzrath** ist Habilitandin am Lehrstuhl für für Business to Business Marketing, Sales & Pricing an der Universität Mannheim.