Matthias Müller | Re:Define Pricing

INTERIM MANAGER | PRICING, MARGIN OPTIMISATION & COMMERCIAL TRANSFORMATION (B2B)

INTERIM VP / HEAD OF PRICING · PRICING-TRANSFORMATION · COMMERCIAL EXCELLENCE

+49 (0)1525 5113355
info@redefine-pricing-mueller.de
Matthias U. Mueller
redefine-pricing-mueller.de

Strategisches Pricing für mehr Profit · B2B Margenoptimierung · Pricing Transformation · Commercial Excellence

Von der Pricing-Strategie zum operativen P&L Impact in komplexen internationalen B2B-Umfeldern.

Szenarien	Pricing-Hebel	Typische Ansatzpunkte	Business Impact
1. Profitabilität & Margendruck *„Wir verdienen zu wenig an unserem bestehenden Geschäft."*	**Preis- und Margen-Leakage:** Preisniveau, Rabatte, Konditionen und Mix werden nicht optimal monetarisiert.	**Pricing & Margin Diagnostic** · Preis-Wasserfall · Kunden-/Produktprofitabilität · Preis-, Rabatt- & Konditionsoptimierung, Cost-to-Serve · Quick Wins & Umsetzung	**Schneller EBIT-/Margenbeitrag,** weniger Price Leakage und Verbesserung der Profitabilität des bestehenden Geschäfts
2. Profitables Wachstum, Expansion & Commercial Performance *„Wir wollen wachsen – neue Märkte, Produkte oder Geschäftsmodelle – und den Wert dieses Wachstums besser monetarisieren."*	**Value statt 'nur' Volumen:** Kundenwert und Marktpotenzial werden nicht ausreichend monetarisiert. Expansion und Portfolio-erweiterung erfordern differenzierte Preisarchitekturen und Pricing-Logiken.	**Customer-/Market-Segmentation & Value Drivers** · Value-based & differentiated Pricing · Pricing für neue Märkte und Produkte · Preis Architektur & Packaging · Monetarisierung neuer Geschäftsmodelle	**Profitableres Wachstum & höhere Wertabschöpfung**, bessere Kunden-/Produktstruktur, erfolgreiche Expansion und höhere Umsatzqualität
3. Private Equity / Value-Creation / M&A *„Wir wollen EBITDA und Unternehmenswert gezielt steigern."*	**Pricing als zusätzlicher Value-Creation-Lever** neben Kostenoptimierung, Wachstum und M&A. Pricing wirkt direkt auf Umsatz und Ergebnis und ist häufig noch nicht systematisch erschlossen.	**Pricing Opportunity Assessment** · EBITDA-Potenzial & Quick Wins · Pricing Transformation im Value-Creation-Plan · Pricing-Synergien bei M&A · Exit Readiness	**EBITDA-Uplift, höhere Cash Generation, profitableres Wachstum, zusätzliche M&A-Synergien und potenziell höherer Unternehmenswert**
4. Kostensteigerungen & Marktveränderungen *„Unsere Kosten und Märkte verändern sich schneller, als wir unser Pricing anpassen können."*	**Kostenveränderungen & Preisanpassung:** Kostensteigerungen werden nicht oder zu langsam weitergegeben; Preisreaktionen sind zu wenig differenziert.	**Kostensteigerungen konsequent weitergeben**· Kunden-/Produkt-/Marktsegmentierung · differenzierte Preismaßnahmen · effiziente Pricing-Prozesse · ggf. dynamisches Pricing	**Margenschutz & Reaktionsfähigkeit:** bessere Kostenweitergabe, schnellere Reaktion auf Marktveränderungen und geringerer Margenverlust
5. Vertrieb & Kundenpreisverhandlungen *„Sales muss ständig über Preis, Discount und Rabatt verkaufen."*	**Preisdurchsetzung und Discount Disziplin:** Pricing-Strategie wird in der Kundeninteraktion nicht konsequent umgesetzt; Rabatte und Sonderkonditionen reduzieren die Preisdurchsetzung und -realisierung.	**Preis Wasserfall & Discount Transparenz** · Preis-Leitplanken / Commercial Policies · Deal Governance & Freigabeprozess · Value Selling · Pricing Excellence Maturity · Pricing-/Vertrieb-Alignment	**Höhere Preisdurchsetzung, weniger Discount & bessere Margen**
6. Pricing Transformation, Digitalisierung & Internationalisierung *„Unser Pricing ist historisch gewachsen, uneinheitlich, manuell, reaktiv oder nicht skalierbar."*	**Prozesse, Organisation, Daten und Systeme:** fehlende Standards, Datenqualität, Governance und professionelle Systeme verhindern Geschwindigkeit, Konsistenz und Skalierbarkeit.	**Pricing Operating Model & Prozesse** · Datenqualität & Datenanreicherung · Pricing Analytics & Dashboards · Pricing Tools / Automatisierung · KI-gestützte Pricing Insights	**Skalierbarkeit, Geschwindigkeit & Konsistenz,** bessere Transparenz und Kontrolle sowie nachhaltige Verbesserung von Preisen und Margen
7. Pricing strategisch verankern *„Wir wissen, dass Pricing wichtig ist und wollen uns weiterentwickeln - aber was ist der beste Weg für uns und wie setzen wir ihn um?"*	**Pricing als Werttreiber & unternehmens-weite Fähigkeit:** Pricing ist nicht ausreichend in Strategie, Organisation, Management-system und Unternehmenskultur verankert.	**Pricing Maturity Assessment & Roadmap** · Organisation, Rollen & Verantwortlichkeiten · Governance & Empowerment · KPIs & Performance Management · Cross-funktionale Verankerung & Capability Building	**Pricing wird im Unternehmen verankert:** höhere Pricing-Kompetenz, bessere Umsetzung und nachhaltige Verankerung des Profithebels

© 2026 Matthias Müller | Re:Define Pricing. All rights reserved. For intended recipients only.
No reproduction, distribution, modification or commercial use without prior written consent.

Matthias Müller | Re:Define Pricing

INTERIM MANAGER | PRICING, MARGIN OPTIMISATION & COMMERCIAL TRANSFORMATION (B2B)

INTERIM VP / HEAD OF PRICING · PRICING-TRANSFORMATION · COMMERCIAL EXCELLENCE

+49 (0)1525 5113355
info@redefine-pricing-mueller.de
Matthias U. Mueller
redefine-pricing-mueller.de

26+ Jahre B2B-Erfahrung in Pricing, Commercial Transformation und Leadership

Ich verbinde Pricing Expertise mit langjähriger Management- und Umsetzungserfahrung in internationalen B2B-Unternehmen. Dabei arbeite ich an der Schnittstelle von Strategie, Commercial, Vertrieb, Organisation und Technologie – mit dem **Anspruch, aus Pricing-Potenzialen messbare Ergebnisverbesserungen zu machen.**

70+ Kundenprojekte in internationalen Konzernen und mittelständischen Unternehmen sowie Erfahrung in unterschiedlichsten B2B-Geschäftsmodellen und Branchen. Diese Erfahrung hilft mir, Pricing-Hebel schnell zu erkennen, relevante Prioritäten zu setzen und bewährte Ansätze auf die konkrete Situation eines Unternehmens zu übertragen.

Brückenbauer zwischen Strategie & P&L Impact - Ich verbinde analytische Tiefe und strategisches Denken mit **Hands-on-Umsetzung**. Ich entwickle nicht nur Konzepte, sondern arbeite mit den Teams an den identifizierten Hebeln und übernehme Verantwortung dafür, dass Veränderungen Wirkung entfalten, messbar wirken und nachhaltig in der Organisation verankert werden.

Pricing ist Teamsport. Komplexe Strategien scheitern häufig nicht an der Theorie, sondern an der Umsetzung. Ich setze deshalb auf **cross-funktionale Zusammenarbeit und pragmatische Lösungen**, die zum Unternehmen passen, gemeinsam mit den relevanten Teams entwickelt und konsequent umgesetzt werden.

Branchenerfahrung:

- Technologie (High Tech) & Energie
- Wholesale Distribution
- Maschinenbau & Industrieausrüstung
- Automobil (After Market Parts) & Zulieferer
- Spezialchemie & Prozessindustrie
- Medizintechnik
- Bau, Agrar & Lebensmittel
- Transport & Logistik

Diese Vielfalt meiner Projekterfahrung erlaubt mir, bewährte Pricing-Ansätze aus unterschiedlichen Branchen zu übertragen, ohne die Besonderheiten des jeweiligen Geschäftsmodells aus dem Blick zu verlieren

Schnell verstehen. Klar priorisieren. Gemeinsam umsetzen - Ich verschaffe mir schnell ein klares Bild von Geschäftsmodell, Pricing, Markt, Kunden und Organisation und fokussiere auf die Hebel mit dem größten wirtschaftlichen Potenzial. **Komplexität ist dabei kein Selbstzweck** – entscheidend sind Lösungen, die im Unternehmen funktionieren und von den Teams getragen werden.

Qualifikation & Professionalität

Mitglied im **DDIM** + Akkreditierter Interim Manager bei **Interim-X**
Zertifiziert in Digital Leadership und Change Management (PROSCI)

Ich freue mich auf den Austausch zu Ihren aktuellen Pricing-Herausforderungen und darauf, **gemeinsam konkrete Hebel für mehr Profitabilität zu identifizieren.**

© 2026 Matthias Müller | Re:Define Pricing. All rights reserved. For intended recipients only.
No reproduction, distribution, modification or commercial use without prior written consent.