



Arbeitsgruppe „Pricing & Revenue Management“
Leiter: Prof. Dr. Robert Klein

Lehrstuhl für Analytics & Optimization
Universität Augsburg
D-86135 Augsburg
Tel.: 0821/598-4150, Fax 0821/598-4226
E-Mail: ag@revenue-management.info

Augsburg, den 16.12.2013

**Einladung zur Sitzung der Arbeitsgruppe
„Pricing & Revenue Management“ am 14.02.2014 in München**

Sehr geehrte Damen und Herren,

hiermit möchte ich Sie herzlich zur kommenden Sitzung der Arbeitsgruppe „Pricing & Revenue Management“ einladen, die am Freitag, den 14.02.2014 bei SevenOne Media in München stattfinden wird.



Auch für die kommende Sitzung haben wir uns wieder das Ziel gesetzt, den Austausch zwischen Wissenschaft und Praxis zu fördern. Das vorgesehene Programm enthält dabei nicht nur Vorträge aus den klassischen „Revenue Management-Branchen“, sondern es wird auch der Einsatz des Revenue Managements in neuen innovativen Anwendungsbereichen diskutiert. Ein informelles Vorabendtreffen soll außerdem die Möglichkeit der Kontaktpflege und Diskussion in einer gemütlichen Atmosphäre ermöglichen.

Sponsor ist dieses Jahr das Unternehmen SevenOne Media (ProSiebenSat.1 Gruppe). Ich möchte mich bei Herrn Dr. Jens Mittnacht recht herzlich für die freundliche Unterstützung bedanken.

Weitere Informationen zum Programm, den Übernachtungsmöglichkeiten und dem Vorabendtreffen entnehmen Sie bitte den nachfolgenden Seiten. Bitte buchen Sie bei Bedarf insbesondere frühzeitig Ihre Hotelübernachtung, da die von uns vorgehaltenen Kontingente nur bis zum 10.01.2014 bzw. 16.01.2014 abrufbar sind.

Überdies möchte ich Sie informieren, dass Herr Dr. habil. Claudius Steinhardt (UniBw München), der seit 6 Jahren die Sitzungen der Arbeitsgruppe koordiniert, auf Vorschlag der aktuellen AG-Leitung als weiterer stellvertretender Vorsitzender kandidiert. Die Wahl soll im Rahmen der Sitzung stattfinden.

Ich freue mich auf Ihre Teilnahme und verbleibe mit herzlichen Grüßen

Robert Klein

**Programm der 11. Sitzung der
GOR Arbeitsgruppe „Pricing & Revenue Management“**

Donnerstag, 13.02.2014		
19:00	Informelles Vorabendtreffen im Franziskaner in der Au	
Freitag, 14.02.2014		
08:45-09:00	Begrüßung	<i>Prof. Dr. Robert Klein</i> Universität Augsburg
09:00-09:45	Media Revenue Management	<i>Dr. Jens Mittnacht,</i> <i>Elisabeth Jobst</i> SevenOne Media
09:45-10:30	Revenue Management im Demand Side Management mit Smart Homes	<i>Dr. Klaus Weber</i> EnBW Trading GmbH
10:30-11:00	Pause	
11:00-11:45	Revenue Management unter Konkurrenz	<i>Waldemar Grauberger</i> Universität Duisburg-Essen
11:45-12:30	Revenue Management im Parken – Chancen und Herausforderungen für eine erfolgreiche Implementierung	<i>Dr. Mark Friesen</i> QUINTA Consulting
12:30-13:30	Mittagessen	
13:30-14:15	Amadeus' O&D Revenue Management Solution – Design and Roadmap	<i>Dr. Thomas Fiig</i> Amadeus
14:15-15:00	Berücksichtigung von Risikoaversion im Revenue Management	<i>Dr. Jochen Gönsch,</i> <i>Michael Hassler</i> Universität Augsburg
15:00-15:30	Pause	
15:30-16:15	Kann man RM Gedankengut in die Halbleiter Supply Chain übertragen? Ideen, Hindernisse, Diskussion	<i>Hans Ehm</i> Infineon
16:15-17:00	Flexibilität und Customer Value im Airline Revenue Management	<i>Sebastian Vock</i> Freie Universität Berlin <i>Prof. Dr. Catherine Cleophas</i> RWTH Aachen
17:00-17:15	Abschlussdiskussion	

Organisatorisches

Tagungsort:

Die Sitzung findet bei SevenOne Media in München Unterföhring statt.

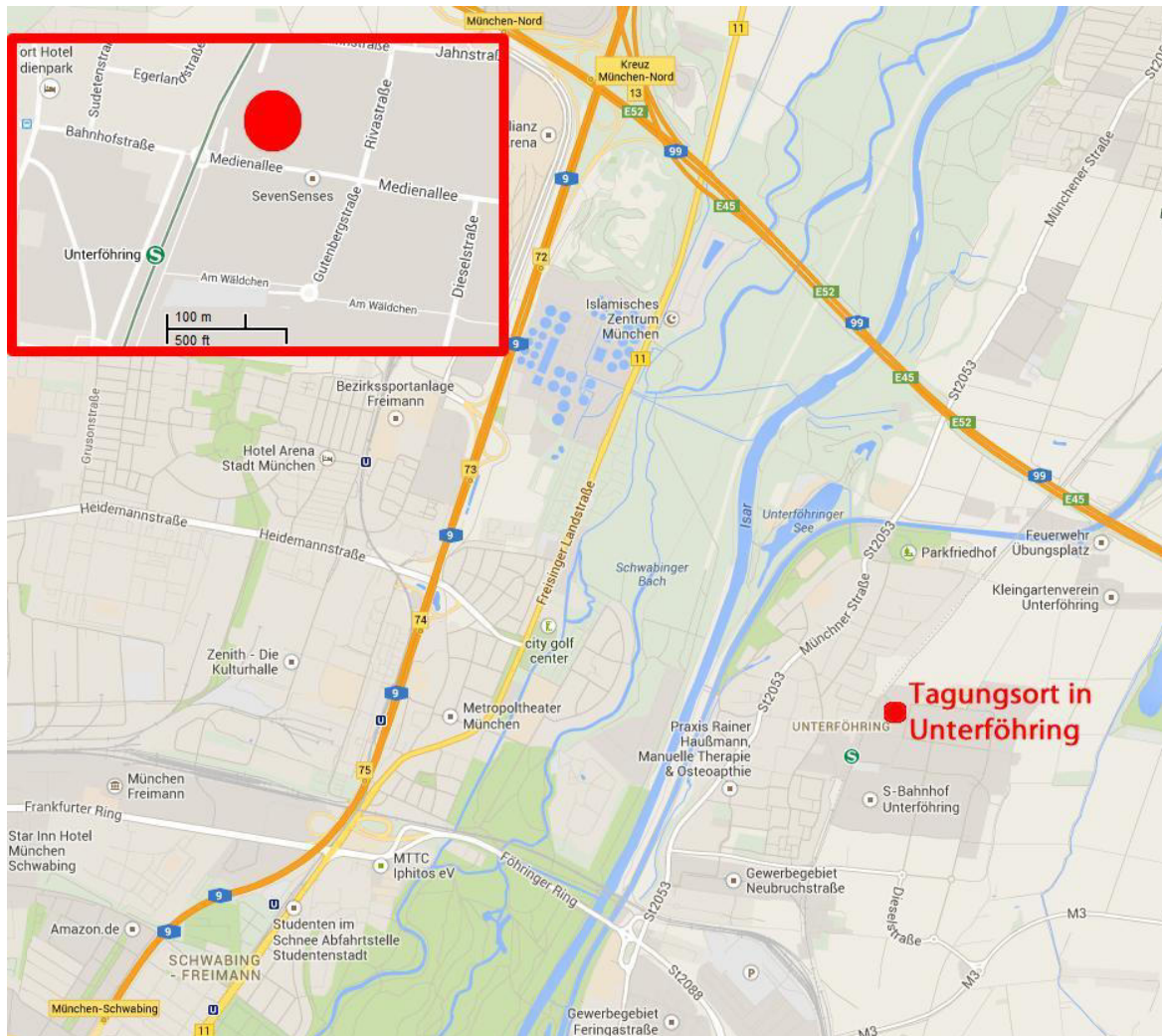
SevenOne Media GmbH

Medienallee 4

85774 Unterföhring

Tel.: +49 (0) 89/95 07 - 40

Wegbeschreibung:



Hinweis: Die allgemeine Parkplatzsituation in Unterföhring stellt sich problematisch dar, wir arbeiten jedoch aktuell noch daran, ein Kontingent der SevenOne Parkplätze für die Konferenz zu reservieren. Nähere Informationen würden hierzu noch per E-Mail folgen. Von der S-Bahn Haltestelle „Unterföhring“ aus sind es ca. 200 Meter Fußweg.

Vorabendtreffen:

Das Vorabendtreffen findet am Donnerstag, den 13.02.2014 ab 19 Uhr im „Franziskaner in der Au“ statt. Das Restaurant befindet sich in unmittelbarer Nähe zu den empfohlenen Übernachtungsmöglichkeiten.

Franziskaner in der Au (www.franziskanerinder-au.de)
Schornstrasse 2 in 81669 München

Übernachtungsmöglichkeiten:

Für die Übernachtung haben wir Kontingente in zwei Hotels reserviert. Da diese nur bis Mitte Januar zur Verfügung stehen, sollte so schnell wie möglich gebucht werden. Reservierungen sind in beiden Fällen unter dem Stichwort „**ProSieben**“ möglich. Der Tagungsort in Unterföhring kann von beiden Hotels aus über die Haltestelle Rosenheimer Platz innerhalb von 20 Minuten mit der S8 Richtung Flughafen München erreicht werden.



Das „Derag Livinghotel Max Emanuel“ (Rablstraße 10, 81669 München, Tel.: 089/458 300) hält ein Kontingent von 30 Einzelzimmern vor, die 66€ pro Nacht (inkl. Frühstück) kosten und bis zum **16.01.2014** verfügbar sind.

Im „MotelOne“ (Rablstraße 2, 81669 München, Tel.: 089/444 555 80) steht ein gemischtes Kontingent von 50 Einzel- und Doppelzimmern zur Verfügung, die bis **10.01.2014** buchbar sind. Einzelzimmer kosten 76,50€ (inkl. Frühstück) und Doppelzimmer 99€ (inkl. Frühstück).

Anmeldung:

Für die Anmeldung steht ein Online-Formular unter <http://www.wiwi.uni-augsburg.de/klein/arbeitsgruppe/anmeldung.php> zur Verfügung. Bitte melden Sie sich darüber bis spätestens 22.01.2014 an. Beachten Sie außerdem, dass die Teilnehmeranzahl begrenzt ist. Daher warten Sie bitte die automatisierte Anmeldebestätigung ab, bevor Sie Hotel und Anreise verbindlich buchen.

Für persönliche Mitglieder der GOR, Mitarbeiter korporativer Mitglieder, Mitarbeiter von SevenOne Media sowie Referenten ist die Teilnahme an der Arbeitsgruppensitzung kostenfrei. Für alle übrigen Teilnehmer sind die Teilnahmegebühren entsprechend den allgemeinen Regelungen der GOR auf dem Anmeldeformular spezifiziert. Es wird darauf hingewiesen, dass die Teilnahmegebühr für Nichtmitglieder genau einem Jahresbeitrag der GOR entspricht. Mitgliedsanträge können über die Geschäftsstelle der GOR oder über ihre Homepage <http://www.gor-online.de> bezogen werden.

Die ProSiebenSat.1 Group

Unternehmensporträt

Die ProSiebenSat.1 Group ist eines der führenden Medienhäuser in Europa. Wir erreichen mit unseren TV-Sendern in Deutschland, Österreich und der Schweiz über 41 Millionen TV-Haushalte. Werbefinanziertes Free-TV ist unser Kerngeschäft. Außerdem gehört neben einem starken Digital- und Ventures-Portfolio ein internationales Produktionsnetzwerk zu unserer Gruppe. Damit steht ProSiebenSat.1 auf einer breiten und stabilen Umsatz- und Ergebnisbasis.

Unsere Free-TV-Sender SAT.1, ProSieben, kabel eins, sixx, SAT.1 Gold und ProSieben MAXX sind komplementär aufgestellt und erreichen alle kommerziell relevanten Zielgruppen im deutschsprachigen Raum. Mit unseren erfolgreichen Sendern und reichweitenstarken digitalen Angeboten sind wir der führende Bewegtbild-Vermarkter in Deutschland.

Unsere digitalen Aktivitäten reichen von Deutschlands größter Online-Videothek maxdome, der Online-Plattform MyVideo über die Online-Spiele von ProSiebenSat.1 Games bis zur SevenVentures GmbH, die über Media-Investments ein attraktives Beteiligungsportfolio aufbaut. Außerdem besitzen wir mit Starwatch ein unabhängiges Musiklabel.

Über die Red Arrow Entertainment Group produzieren wir internationale TV-Programme und verkaufen sie an Fernsehsender weltweit. Red Arrow ist mit 18 Produktionsfirmen in neun Ländern vertreten. Unser Hauptsitz befindet sich in Unterföhring bei München. Die ProSiebenSat.1 Media AG wurde im Jahr 2000 gegründet. Der Konzern ist börsennotiert und beschäftigt über 3.000 Mitarbeiter in zwölf Ländern.

Unsere Strategie

Fernsehen ist unser Kerngeschäft. Wir begeistern viele Millionen Menschen mit erstklassiger Unterhaltung und aktuellen Informationen- jeden Tag, rund um die Uhr. Um diese Erfolgsgeschichte weiter fortzuschreiben, stärken wir unser Kerngeschäft und diversifizieren konsequent in zukunftsweisende Wachstumsfelder.

Unser Wachstumskurs basiert auf drei strategischen Säulen:

- **1. Säule: Broadcasting German-speaking**

Die TV-Aktivitäten in Deutschland, Österreich und der Schweiz sind dem Segment Broadcasting German-speaking zugeordnet. Deutschland ist mit über 80 Millionen Menschen Europas größter TV-Markt. In Deutschland ist ProSiebenSat.1 mit den Vermarktungstöchtern SevenOne Media und SevenOne AdFactory die Nummer 1 im Werbemarkt. Neben innovativen und maßgeschneiderten Vermarktungskonzepten ist die hohe Reichweite der ProSiebenSat.1-Sender ausschlaggebend für den Erfolg der Gruppe in ihrem wichtigsten Umsatzmarkt Deutschland. Die werbefinanzierten TV-Sender SAT.1, ProSieben, kabel eins, sixx und SAT.1 Gold decken aufgrund ihrer komplementären Programmierung eine breite Zielgruppe ab: Während SAT.1 ein Programm für die ganze Familie bietet, ist ProSieben Marktführer bei den jungen Zuschauern. Mit Blockbustern aus Hollywood, US-Serien wie "The Simpsons" oder Event-Shows wie "Schlag den Raab" spricht ProSieben vor allem männliche Zuschauer im Alter von 14 bis 29 Jahren an. kabel eins fokussiert sich auf Zuschauer

zwischen 25 und 45 Jahren. Der Frauensender sixx ergänzt die deutsche TV-Familie seit Mai 2010 und richtet sich vor allem an weibliche Zuschauer zwischen 20 und 39 Jahren. 2012 hat die ProSiebenSat.1 Group mit SAT.1 Gold einen weiteren TV-Kanal konzipiert, dessen Kernzielgruppe Zuschauerinnen zwischen 49 und 64 Jahren sind. Der Sender ging Anfang 2013 erfolgreich on air. Mit diesem Portfolio deckt die ProSiebenSat.1 Group in Deutschland alle kommerziell relevanten Zuschauersegmente ab und bietet sowohl Werbekunden als auch Zuschauern ein breites Senderspektrum.

Im Segment Broadcasting German-speaking gewinnt darüber hinaus die Refinanzierung über Distributionserlöse zunehmend an Bedeutung. Die ProSiebenSat.1 partizipiert an den technischen Freischaltentgelten, die Endkunden an die Kabel-, Satelliten- und IPTV-Anbieter entrichten.

- **2. Säule: Digital & Adjacent**

Wir nutzen die Kraft des Fernsehens, um in verwandten Märkten erfolgreiche Unternehmen und Geschäftsmodelle zu etablieren. Dazu zählen die Bereiche Online, Pay, Games, Commerce & Ventures sowie Music. Ziel ist es, uns in diesen Wachstumsmärkten so stark wie möglich zu positionieren und unsere Unabhängigkeit von konjunkturellen Schwankungen des Werbemarkts auszubauen. Dafür sind wir hervorragend aufgestellt: Als Fernsehunternehmen besitzen wir einen umfangreichen Bestand an hochwertigem Video-Inventar, das wir über alle Plattformen von TV über Mobile bis zu Online und Video-on-Demand einsetzen können. Dies macht uns zu einem der führenden Anbieter: Wir sind die Nummer 1 bei der Vermarktung von Bewegtbild-Inhalten im Internet. Über unser Online-Netzwerk erreichen wir in Deutschland jeden Monat über 25 Mio Unique User. Mit rund 45.000 Titeln ist maxdome Europas größte Online-Videothek. Auch in unserem Wachstumsbereich Games haben wir eine starke Marktposition, die wir kontinuierlich ausbauen.

Bis 2015 schätzen wir das zusätzliche Umsatzpotenzial im Bereich "Digital & Adjacent" gegenüber dem Jahr 2010 auf mehr als 250 Mio Euro.

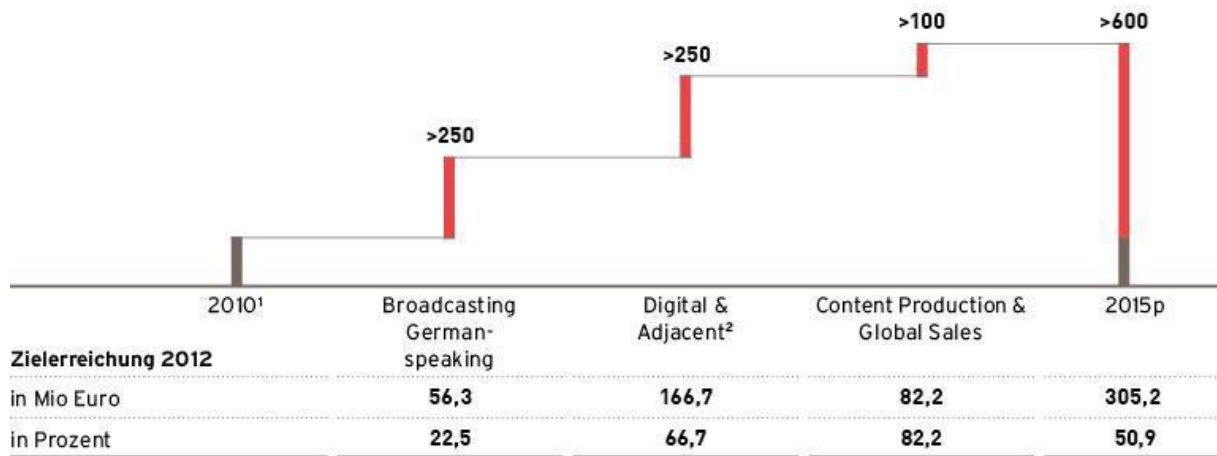
- **3. Säule: Content Production & Global Sales**

Mit der Red Arrow Entertainment Group entwickeln und produzieren wir Programme für den weltweiten Fernsehmarkt. Wir haben uns namhafte Talente wie den Formatentwickler Dick de Rijk ins Boot geholt und Produktionsunternehmen in vielen wichtigen TV-Märkten gegründet - darunter Großbritannien und der weltweit größte TV-Markt USA. Unser Ziel ist es, an den Erlösen der gesamten Wertschöpfungskette teilzuhaben: von der Entwicklung über den Vertrieb bis zur Produktion. Ein erfolgreiches Beispiel dafür ist die TV-Show "The Taste". Sie wurde 2012 von der US-amerikanischen Red-Arrow-Tochter Kinetic Content entwickelt und wird vor Ort auch von Kinetic für den US-Sender ABC produziert. In allen drei Bereichen - Entwicklung, Vertrieb, Produktion - wird Red Arrow weiter expandieren. So eröffnet der internationale Programmvertrieb im zweiten Halbjahr 2012 eine feste Dependence in Hongkong.

Bis 2015 wollen wir im Bereich "Content Production & Global Sales" insgesamt mehr als 100 Mio Euro zusätzlich Erlösen, bezogen auf das Jahr 2010.

WACHSTUMSZIELE 2015 UND ZIELERREICHUNG 2012

Umsatzwachstum in Mio Euro



¹ Wachstumsrate der externen Umsätze vs 2010 aus fortgeführten Aktivitäten.

² Umsätze ohne 9Live. Externe Umsätze.

SevenOne Media



Wir bewegen Marken

Unsere Geschäftstätigkeit

SevenOne Media ist das führende deutsche Vermarktungsunternehmen audiovisueller Medien für werbungstreibende Unternehmen und Agenturen. Als Tochterunternehmen der ProSiebenSat.1 Group vermarkten wir das gesamte Portfolio der deutschen Sendergruppe über alle Medienkanäle hinweg [TV, Online, Mobile, Games, Teletext, Pay-TV, Video-on-Demand]. Sowohl national als auch international. Neben klassischer Werbung und Sonderwerbformen setzen wir mit dem Schwesterunternehmen SevenOne AdFactory einen Schwerpunkt auf vernetzte Kommunikation. SevenOne Media bündelt mit den Bereichen Werbe- und Marktforschung zentrale Researchthemen der ProSiebenSat.1 Group. Am Hauptsitz in Unterföhring und in unseren regionalen Verkaufsbüros [Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg] sind rund 300 Mitarbeiter beschäftigt. In der Schweiz und in Österreich vermarkten die Tochterunternehmen SevenOne Media Austria und SevenOne Media CH die dortigen Programmfenster.

>> Adresse:

SevenOne Media GmbH
Medienallee 4
D-85774 Unterföhring

Tel. +49 (0) 89/95 07 – 40
Fax +49 (0) 89/95 07 - 43 99

www.sevenonemedia.de
info@sevenonemedia.de

>> Anfahrt mit öffentlichen Verkehrsmitteln:

S-Bahn vom Flughafen München:
- S8 Richtung Geltendorf,
- Haltestelle Unterföhring aussteigen

S-Bahn vom Hauptbahnhof München:
- S8 Richtung Flughafen
- Haltestelle Unterföhring aussteigen