

Jochen Gönsch und Claudius Steinhardt, Augsburg

Die 9. Sitzung der Arbeitsgruppe „Pricing und Revenue Management“ fand am 27. Januar 2012 in Frankfurt am Main-Höchst statt. Unterstützt wurde die diesjährige Veranstaltung von der Firma FICO. An dieser Stelle sei Herrn Frank Häger und Herrn Dr. Oliver Bastert für das freundliche Angebot und die Unterstützung bei der Organisation recht herzlich gedankt. Der mit allen Verkehrsmitteln gut erreichbare und attraktive Tagungsort hat sicherlich erheblich zum Gelingen der Veranstaltung beigetragen.

Dieses Jahr konnte mit über 90 Sitzungsteilnehmern erneut die Teilnehmerzahl des Vorjahres deutlich übertroffen werden. Weiterhin erfreulich ist die Entwicklung, dass etwa zwei Drittel der Teilnehmer aus der Praxis stammten, was die Bedeutung der Arbeitsgruppe als zentrale Plattform zum Austausch von Ideen und Erfahrungen auf den Gebieten Pricing und Revenue Management in Deutschland unterstreicht. Dabei waren Firmenangehörige unterschiedlichster Branchen vertreten, neben Repräsentanten der wichtigsten deutschen Fluggesellschaften und Automobilvermietungen unter anderem beispielsweise auch Systemanbieter und Beratungsfirmen. Von akademischer Seite waren rund zehn deutsche und internationale Universitäten vertreten.



Eröffnet wurde die Veranstaltung durch den Sponsor FICO mit einem Vortrag zum Thema *Pricing Optimization in Finance*. Dr. Oliver Bastert erläuterte den Ansatz des Decision/Action-Modeling und zeigte den Weg von der Datenanalyse über Optimierungsmodelle bis zu verständlichen Geschäftsregeln auf. Hier stellt beispielsweise die Abbildung der Optimierungslösung als Entscheidungsbaum die Nachvollziehbarkeit sowie die Übereinstimmung mit strategischen und regulatorischen Vorgaben sicher.

Anschließend referierte Dr. Gerd Wilger (exeo Strategic Consulting AG) zum Thema *Preiscontrolling – an der Schnittstelle zwischen Pricing und Revenue Management*. Er gab einen anschaulichen Überblick über die aktuelle Entwicklung im deutschen und internationalen Schienenpersonenverkehr hin zu gesteuerten Tarifen (Stichwort Sparpreis) und erläuterte mit

vielen Hintergrundinformationen die Herausforderungen bei der Einführung neuer Preissysteme.

In seinem Vortrag *Dynamische Rabattierung – Relevanz vom Pricing im Onlinehandel* zeigte Alexander Börsch gemeinsam mit Jan Lippert (Prudsys AG), wie Rabatte zur Steigerung von Umsatz und Gewinn eingesetzt werden können. Er präsentierte ein iteratives Verfahren, mit dem sich die Preiselastizität der Nachfrage schätzen und darauf aufbauend der optimale Rabatt ermitteln lässt. Im Onlinehandel ermöglicht dieser Ansatz die tägliche Anpassung der Preise an veränderte Rahmenbedingungen.

Volker Ruff präsentierte gemeinsam mit Prof. Dr. Moritz Fleischmann (Universität Mannheim) erarbeitete Forschungsergebnisse zur Berücksichtigung der langfristigen Auswirkungen von Verfügbarkeitsentscheidungen auf die Kundenloyalität. Unter dem Titel *Coordinating Short-term and Long-term Performance of Revenue Management* zeigte er in einem Modell mit zwei Perioden, dass grundlegende Annahmen des Revenue Managements in einem solchen Szenario ihre Gültigkeit verlieren. Abschließend untersuchte er drei Strategien, mit denen Unternehmen auf das geänderte Kundenverhalten reagieren können.



Im ersten Vortrag des Nachmittages skizzierte Werner Tauss (Werner Tauss Consulting) unter der Überschrift *Pricing & Revenue Management – Erfahrungen aus praktischen Anwendungen quer durch die Branchen* eine Vielzahl von Herausforderungen bei der praktischen Anwendung des Revenue Managements. So müssen etwa für den Kunden nachvollziehbare und als fair empfundene Preisstrukturen geschaffen werden. Bei ihrer anschließenden Umsetzung kommt der Anpassung der Revenue Management-Ansätze an das jeweilige Geschäftsmodell eine zentrale Bedeutung zu. Für den täglichen Einsatz müssen die neuen Konzepte darüber hinaus von den betroffenen Mitarbeitern akzeptiert und verstanden werden. Meist spiegeln sich die neuen Strukturen auch in einer veränderten Aufbauorganisation wider, wie Herr Tauss am Beispiel des Übergangs von Leg- zu O&D-Steuerung in der Luftfahrt illustrierte.

Demet Çetiner stellte einen gemeinsam mit Prof. Dr. Alf Kimms (Universität Duisburg-Essen) erarbeiteten *Benchmark für faire Revenue-Aufteilungen in Strategischen Allianzen* vor.

Mit Hilfe spieltheoretischer Konzepte wie des Nukleolus konnten Erlösaufteilungen hergeleitet werden, die die Stabilität einer Allianz sichern, indem sie jeden Teilnehmer besser stellen als in allen anderen denkbaren Kooperationen.

Alwin Haensel (VU University Amsterdam) spannte in seinem Vortrag *Customer Choice-Sets: A Simple Approach for Modeling Choice in Revenue Management* den Bogen vom Unconstraining der historischen Nachfrage über die Prognose bis zur Optimierung. Die auf Präferenzlisten basierenden Ansätze illustrierte er mit Fallstudien aus der Passagierluftfahrt und der Hotellerie.

Im achten und letzten Vortrag sprachen Holger Klein und Nora Kasper (Lufthansa Flight Training GmbH) zum Thema *Ertragsoptimale Auslastung von Cockpit-Simulatoren – Erste Überlegungen von Lufthansa Flight Training und „wie würden Sie es angehen?“*. Die beiden Referenten gaben einen spannenden Überblick über das Unternehmen und den Markt. Dieser ist durch einen hohen Fixkostenanteil einerseits und langfristige Rahmenverträge mit individuellen Bedingungen der Kunden hinsichtlich möglicher Trainingszeiten andererseits gekennzeichnet, so dass der Erstellung effizienter und fairer Belegungspläne erhebliche Bedeutung zukommt.

Zum Abschluss der Veranstaltung wurde Herr Dr. Henrik Imhof, Leiter Yield Management und Pricing bei der Sixt GmbH & Co. Autovermietung KG, zum neuen stellvertretenden Leiter der Arbeitsgruppe bestellt. Herr Prof. Dr. Robert Klein dankte dem Amtsvorgänger Herrn Prof. Dr. Alf Kimms, der seit Gründung bis zum Jahre 2008 auch den Vorsitz der Arbeitsgruppenleitung innehatte, sehr herzlich.

Die Veranstalter freuen sich sehr, dass die diesjährige Arbeitsgruppensitzung wieder auf durchweg positive Resonanz gestoßen ist. Entsprechend des vorgesehenen Charakters der Sitzung konnten neben den eigentlichen Vorträgen viele spannende Diskussionen geführt werden. Dazu beigetragen hat auch das traditionell informelle Treffen der Teilnehmer am Vorabend, welches ebenfalls sehr gut besucht war. Auch hier sorgte unser Sponsor FICO großzügig für das leibliche Wohl der Teilnehmer.

Die nächste Sitzung wird Anfang 2013 stattfinden. Der genaue Termin wird in einer späteren OR News-Ausgabe noch bekannt gegeben. Wir möchten bereits heute alle Leser, die sich in Praxis oder Forschung für Themen des „Pricing & Revenue Management“ begeistern, recht herzlich einladen. Alle Interessenten, die noch nicht Mitglieder der AG sind, schicken bitte eine Mail mit ihren Kontaktdaten an die Adresse ag@revenue-management.info; sie erhalten dann in Zukunft stets die neuesten Nachrichten aus der AG. Neuigkeiten sowie aktuelle Termine werden ebenfalls unter www.revenue-management.info veröffentlicht.

