

Jochen Gönsch und Claudius Steinhardt, Augsburg

Mit ihrer 10. Sitzung am 8. Februar 2013 in Berlin feierte die Arbeitsgruppe „Pricing & Revenue Management“ ihr zehnjähriges Bestehen. Dem Anlass entsprechend konnte eine Reihe hochkarätiger Vortragender aus Wissenschaft und Praxis gewonnen werden. So referierte etwa Kalyan Talluri, der als einer der bekanntesten und erfolgreichsten Forscher auf dem Gebiet des Revenue Managements gilt. Sein Tutorial zum Revenue Management auf der Jahrestagung der GOR in Heidelberg im Jahr 2003 war der Ausgangspunkt für die Gründung der Arbeitsgruppe. Die Rolle des Gastgebers übernahm Lufthansa Systems, die ebenfalls in der Geschichte der Arbeitsgruppe eine wichtige Rolle einnimmt und seit Beginn die Aktivitäten unterstützt. So wurde unter anderem bereits die erste Sitzung im Jahr 2004 in Kooperation mit der Lufthansa Systems in Berlin durchgeführt. Unser Dank gilt insbesondere Herrn Dirk Bracklow für die hervorragende Organisation der diesjährigen Sitzung von Seiten der Lufthansa Systems.



Mit knapp 100 Teilnehmenden konnte das kontinuierliche Wachstum der vergangenen Jahre fortgesetzt und erneut die bisher größte Arbeitsgruppensitzung ausgerichtet werden. Dass mehr als zwei Drittel der Anwesenden aus der Praxis stammte, unterstrich die Bedeutung der Arbeitsgruppe als zentrale Plattform zum Austausch von Ideen und Erfahrungen auf den Gebieten Pricing und Revenue Management in Deutschland.

Der Vorsitzende der Arbeitsgruppe, Prof. Dr. Robert Klein, begrüßte die Teilnehmer mit einem kurzen Rückblick auf die Geschichte der Arbeitsgruppe und dankte allen Unternehmen, die die Arbeitsgruppe in der Vergangenheit als Gastgeber unterstützten. Neben Lufthansa Systems sind dies (in chronologischer Reihenfolge) DB Systems, Sixt, Deutsche Lufthansa, IBM und FICO.

Im ersten Vortrag gaben Stephan Würll und Dr. habil. Ivo Nowak einen Einblick in *Airline Revenue Management from a Business Perspective* bei Lufthansa Systems. Nach einer knappen Vorstellung des Unternehmens erläuterten sie den Prozess des Ticketverkaufs in der Passagierluftfahrt sowie die aktuelle

Softwarearchitektur des Gastgebers. Anschließend gingen sie auf die Bereiche Prognose und Optimierung näher ein. Hier liegt aktuell der Fokus auf der Berücksichtigung von Kundenwahlverhalten (insbesondere Buy-down) sowie der effizienten Lösung und der Einbindung von Einflussmöglichkeiten für Analysten.

Anschließend referierte Prof. Kalyan Talluri, Ph.D. (Universität Pompeu Fabra, Barcelona) zu *Research Trends in Revenue Management*, wobei er besonderes Gewicht auf die mikroökonomischen Grundlagen, Kundenverhalten und neue Anwendungsgebiete legte. In seinem spannenden Vortrag verdeutlichte er etwa mit einem eindrucksvollen Beispiel die Wirkung von Vorausbuchungsfristen und Stornierungsmöglichkeiten zur Nachfragesegmentierung und Ausweitung des Marktes.

Nach einer kurzen Pause erläuterte Prof. Dr. Bernd Skiera (Goethe-Universität Frankfurt am Main) die Besonderheiten des Online-Werbemarktes und stellte einen Ansatz zum *Dynamic Pricing in Online Advertising* vor. Das Verfahren zur Optimierung der Gebote bei Suchmaschinen wie Google vereint in beeindruckender Weise theoretische Fundierung mit Praxistauglichkeit, was sich nicht zuletzt an seiner Nominierung für den Gary L. Lilien ISMS-MSI Practice Prize bestätigt zeigt.



Nach einem hervorragenden Mittagessen, für das im Namen der gesamten Arbeitsgruppe an dieser Stelle dem Gastgeber nochmals recht herzlich gedankt sei, sprach Prof. Dr. Arne Strauss (University of Warwick). In seinem Vortrag *A Tractable Consideration Set Structure for Network Revenue Management* stellte er ein Lösungsverfahren vor, das für in der Praxis häufige Präferenzstrukturen exakte Lösungen ermittelt und in den verbleibenden Fällen effizient gute Näherungen liefert.

Anschließend referierte Dr. Michael Nahler von DB Fernverkehr über *Besonderheiten in der Kontingenzierung beim Schienenverkehr*. Nach einer unterhaltsamen Vorstellung des aktuellen Preissystems der Deutschen Bahn ging er detailliert

auf die Bereiche Prognose und Revenue Management ein und erläuterte die praktische Umsetzung der Kontingentierung.

Fabian Schulz (Simon-Kucher & Partners) widmete seinen Vortrag dem Thema *Behavioral Pricing – Einflussmöglichkeiten auf die Preiswahrnehmung*. Untermauert von Studien zeigte er anhand zahlreicher Beispiele auf, dass Kunden sich häufig nicht rational verhalten, sondern sich vielmehr von der Präsentation des Preises leiten lassen. So bevorzugen Kunden etwa in vielen Bereichen Flatrates, auch wenn die Kosten eines anderen Tarifes bei unveränderter Nutzung geringer wären.

Im siebten und letzten Vortrag der diesjährigen AG Sitzung erläuterte Dr. Siegfried Numberger (Preisenergie) das *Umsatzpotential bei Critical Peak Price Stromtarifen*. Nach einer kurzen Vorstellung des Unternehmens und des deutschen Elektrizitätsmarktes ging er insbesondere auf die Frage des Marktpreisrisikos und die praktische Umsetzung einer derartigen Tarifstruktur für Industriekunden ein.

Die Veranstalter freuen sich sehr, dass die diesjährige Arbeitsgruppensitzung wieder auf ausgesprochen 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 bewährte informelle Treffen der Teilnehmer am Vorabend im Brauhaus Lemke, das überdies die Knüpfung zahlreicher neuer sowie die Festigung bestehender Kontakte ermöglichte.

Die nächste Sitzung wird Anfang 2014 stattfinden. 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 an einer Sitzung der Arbeitsgruppe teilgenommen haben, schicken bitte eine E-Mail mit ihren Kontaktdaten an die Adresse [ag@revenue-management.info](mailto:ag@revenue-management.info); sie erhalten dann in Zukunft stets die neuesten Nachrichten aus der AG. Neuigkeiten, Fotos und Berichte vergangener Sitzungen, Terminankündigungen etc. lassen sich außerdem auf der Website der Arbeitsgruppe unter [www.revenue-management.info](http://www.revenue-management.info) abrufen.