

 **PRICING &
REVENUE
MANAGEMENT**

Jochen Gönsch, Augsburg und Claudius Steinhardt, München

Am 14. Februar 2014 fand die 11. Sitzung der Arbeitsgruppe „Pricing und Revenue Management“ in Unterföhring bei München statt. Als Gastgeber konnte in diesem Jahr SevenOne Media – ProSiebenSat.1 gewonnen werden. An dieser Stelle sei Herrn Dr. Jens Mittnacht, Mitglied der Geschäftsführung von SevenOne Media, herzlich für die freundliche Unterstützung gedankt. Mit über 100 Anmeldungen konnte das Interesse an der Arbeitsgruppe gegenüber den Vorjahren noch weiter gesteigert werden. Besonders bemerkenswert ist, dass mehr als 70% der Teilnehmer aus der Industrie stammten, wodurch ein sehr lebendiger Austausch zwischen Wissenschaft und Praxis gewährleistet werden konnte.



Bei der Zusammenstellung des diesjährigen Veranstaltungsprogramms wurde ein besonderer Schwerpunkt auf Branchen gelegt, die (noch) nicht zu den langjährigen Anwendungsgebieten von quantitativen Methoden des Pricing und Revenue Management zählen. Gerade diese Bereiche, in die Revenue Management erst allmählich Einzug hält, warten häufig mit spannenden und neuartigen Problemstellungen auf.

Entsprechend dieser Ausrichtung wurde im ersten Vortrag, der traditionell dem Gastgeber vorbehalten ist, das *Media Revenue Management* aus der Perspektive der SevenOne Media vorgestellt. Dr. Jens Mittnacht und Elisabeth Jobst stellten die nach wie vor große Bedeutung klassischer Fernsehwerbung und den Weg hin zu neuen Werbeformen dar. Auf besonderes Interesse stieß bei den Teilnehmern die spezielle Rolle der Agenturen als Mittler zwischen Kunde und Vermarkter.

Anschließend referierte Dr. Klaus Weber (EnBW Trading) zum Thema *Revenue Management im Demand Side Management der Elektrizitätswirtschaft mit Smart Homes*. Er gab einen anschaulichen Überblick über die Entwicklungen im deutschen Strommarkt, die sich aus der Liberalisierung sowie der angestrebten Energiewende ergeben. Zentrale Herausforderung ist hier die Angleichung des Verbrauchs an eine zunehmend schwankende Erzeugung. Hierzu präsentierte Klaus Weber ein

detailliertes, anschauliches Konzept zur effizienten Nachfragesteuerung mit Hilfe des Revenue Managements.

Nach einer längeren Kaffeepause, die zu intensiven Diskussionen genutzt wurde, stellte Waldemar Grauberger (Universität Duisburg-Essen) seine Forschung zum *Revenue Management unter Konkurrenz* vor. In seinen Modellen berücksichtigt er insbesondere den Effekt des so genannten Spill und Recapture, welcher auftritt, wenn eine Fluggesellschaft eine Buchungsklasse schließt und die Nachfrage infolgedessen zu einem Konkurrenten abwandert.

Im letzten Vortrag des Vormittags sprach Dr. Mark Friesen (QUINTA Consulting) über *Revenue Management im Parken – Chancen und Herausforderungen für eine erfolgreiche Implementierung*. In seinem die Diskussion stark anregenden Vortrag hob er beispielsweise die Problematik hervor, dass im Parken eine leistungsbezogene Preisdifferenzierung kaum möglich ist, was die Umsetzung eines Revenue Management Ansatzes erschwert.



Nach einem hervorragenden Mittagessen, für das im Namen der gesamten Arbeitsgruppe an dieser Stelle dem Gastgeber nochmals recht herzlich gedankt sei, sprach Dr. Thomas Fiig (Amadeus) in seinem Vortrag zum Thema *Amadeus' O&D Revenue Management Solution – Design and Roadmap*. In seinem von vielen Teilnehmern mit Spannung erwarteten Vortrag schilderte er die Pläne des bekannten Anbieters von Computerreservierungssystemen zur Entwicklung eines eigenen Revenue Management Systems. Nachdem er zunächst allgemein die methodische Entwicklung des Airline Revenue Managements der vergangenen Jahrzehnte anschaulich nachzeichnete, ging er insbesondere auf Besonderheiten des künftigen Systems, vor allem im Bereich der Verfahren zur Nachfrageprognose, ein.

Im zweiten Vortrag des Nachmittags stellte Michael Hassler gemeinsam mit Dr. Jochen Gönsch (Universität Augsburg) erarbeitete Forschungsergebnisse zur *Berücksichtigung von Risikoaversion im Revenue Management* vor. Er präsentierte anschaulich numerische und analytische Ansätze zur Optimierung des Conditional Value-at-Risk im Dynamic Pricing.

Nach einer diskussionsreichen Kaffeepause fragte Hans Ehm (Infineon) *Kann man RM Gedankengut in die Halbleiter Supply Chain übertragen?* Er zeigte eindrucksvoll, welche unterschiedlichen Lieferketten für ein und dasselbe Produkt im Ablauf von nur wenigen Monaten auftreten können und ging insbesondere auf das Problem unzuverlässiger Prognosen und den entstehenden Bullwhip-Effekt ein.

Im achten und letzten Vortrag erläuterte Sebastian Vock (Freie Universität Berlin) gemeinsam mit Prof. Dr. Catherine Cleophas (RWTH Aachen) entwickelte Modelle und Steuerungsansätze zur Analyse von *Flexibilität und Customer Value im Airline Revenue Management*. Hierbei berücksichtigte er etwa, wie sich die Zuteilung von Käufern eines flexiblen Produktes auf mögliche Alternativen zur Leistungserbringung auf deren Kundenzufriedenheit und damit auf ihr Wiederkaufverhalten auswirkt.

Am Ende der Sitzung wurde Dr. Claudius Steinhardt, der seit mehr als 6 Jahren als Koordinator die Sitzungen der Arbeitsgruppe organisiert, einstimmig neben Dr. Henrik Imhof zum weiteren stellvertretenden Vorsitzenden der Arbeitsgruppe gewählt.

Die Veranstalter freuen sich, dass die diesjährige Sitzung wieder so großen Zuspruch erfahren hat. Es ist sehr erfreulich, dass sich die Arbeitsgruppe zur zentralen Plattform für das Revenue Management in Deutschland sowohl für die Wissenschaft als auch für die Praxis entwickelt hat. So ist es für viele Teilnehmer in jedem Jahr ein freudiges Wiedersehen, das schon beim informellen Vorabendtreffen beginnt. Dieses fand in diesem Jahr im Franziskaner in der Au in München statt. Das Treffen wird genutzt, um Bekannte aus den Vorjahren wiederzutreffen, sich über die jeweiligen Entwicklungen im vergangenen Jahr auszutauschen, neue Ideen zu diskutieren etc. Trotz der mittlerweile sehr großen Teilnehmerzahl auf Tagungsniveau bleibt somit viel Raum für die Pflege bestehender und die Knüpfung neuer Kontakte. Manche Mitglieder der Gruppe nehmen dabei bereits seit über 10 Jahren regelmäßig an den Sitzungen teil.

Die nächste Sitzung wird Anfang 2015 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 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 Terminankündigungen lassen sich außerdem auf der Website der Arbeitsgruppe unter www.revenue-management.info abrufen.