

Pricing & Revenue Management

Jochen Gönsch und Claudius Steinhardt, Augsburg

Die 7. Sitzung der Arbeitsgruppe "Pricing und Revenue Management" fand am 29. Januar 2010 in Frankfurt am Main bei der Lufthansa AG statt. An dieser Stelle sei Herrn Martin Friedemann für das freundliche Angebot und die Unterstützung bei der Organisation recht herzlich gedankt. Der attraktive Tagungsort im Gebäude der LSG Sky Chefs hat sicherlich erheblich zum Gelingen der Veranstaltung beigetragen.

Dieses Jahr konnte mit fast 70 Sitzungsteilnehmern die bisher größte Sitzung seit Gründung der Arbeitsgruppe im Jahr 2004 ausgerichtet werden. Weiterhin erfreulich ist die Entwicklung, dass mehr als die Hälfte 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.

Eröffnet wurde die Veranstaltung durch einen Überblicksvortrag mit dem Titel *Airline Revenue Management – Quo Vadis?* von Dr. Stefan Pölt (Lufthansa AG), der zunächst auf eindrucksvoll präzise, aber gleichzeitig auch sehr unterhaltsame Weise die Entwicklung des Revenue Managements in den vergangenen Jahrzehnten nachzeichnete. Ferner diskutierte er aktuelle Probleme einschließlich möglicher Lösungsansätze und gab einen Ausblick auf künftige Weiterentwicklungen im Bereich des Airline Revenue Managements.

Anschließend referierte Arne Strauss über gemeinsam mit Dr. Jörn Meissner (Lancaster University) erarbeitete Forschungsergebnisse zum Thema *Improved Bid Prices for Choice-Based Network Revenue Management*. Dabei beschäftigte er sich mit der Problematik der Bestimmung additiver Bid-Preise bei Einsatz eines Optimierungsmodells mit Kundenwahlverhalten. Er schlug eine leicht umsetzbare Greedy-Heuristik zur Verbesserung der Ausgangs-Bid-Preise vor und präsentierte die Ergebnisse numerischer Studien.

In seinem Vortrag zur *Berücksichtigung von Preiselastizitäten in einem Revenue Opportunity Model* präsentierte Christian Temath (Universität Paderborn) aktuelle Ergebnisse seiner Forschung zur Bewertung von Revenue Management Prozessen. Während er sich in seiner Präsentation auf der Arbeitsgruppensitzung 2009 auf das Unconstraining konzentriert hatte, so stand nun die Integration abhängiger Nachfrage im Fokus seiner Simulationsstudie.

Dr. Jörn Schönberger stellte gemeinsam mit Prof. Dr. Herbert Kopfer (Universität Bremen) erarbeitete *Ansätze zur Kapazitätssteuerung mit Re-Allokationsmöglichkeiten in der Transportlogistik* vor. Eine Simulationsstudie zeigte das Potential verschiedener Re-Allokationsstrategien auf. In der aktuellen Marktsituation ist die Anwendung derartiger Revenue Management-Konzepte in dieser Branche besonders attraktiv.

In seinem Vortrag *Market Sensitive Revenue Optimization: Science and Practice* beschrieb Dr. Thomas Winter (Lufthansa Systems AG) Optimierungsansätze, die auf die verbreitete Annahme unabhängiger, produktbezogener Nachfrage verzichten, da diese nur durch ein perfektes Fencing gerechtfertigt werden kann. Zentrales Element der Modellierung ist die integrierte Darstellung der prognostizierten Nachfrage und des buy-down Verhaltens der Kunden mit Hilfe eines Graphen.

Nach einem reichhaltigen Mittagessen, für das im Namen der Arbeitsgruppenleitung an dieser Stelle der Lufthansa AG nochmals recht herzlich gedankt sei, sprach Jonas Rauch (Universität Heidelberg) zum Thema *Dynamic Pricing – Grenzen in der Airline Praxis*. Er lieferte einen Überblick zu verschiedenen Modellierungsansätzen, diskutierte die jeweiligen Anforderungen und erläuterte die bei einem praktischen Einsatz entstehenden Schwierigkeiten.

Dr. Tobias von Martens stellte gemeinsam mit Prof. Dr. Andreas Hilbert (TU Dresden) durchgeführte Forschung zur *unscharfen Kundenbewertung im Revenue Management* vor. Ihr Kerngedanke ist der Übergang von einer nur am kurzfristigen (Transaktions-) Erlös orientierten Optimierung zu einem kundenwertorientierten Revenue Management, um so letztlich knappe Kapazität den wertvollsten Kunden zur Verfügung stellen zu können.

In seinem Vortrag mit dem Titel *Flexible Produkte – flexible Preise* präsentierte Dr. Gerhard Fahrenbrück (SigmaZen GmbH) im Anschluss einen innovativen Ansatz der Produktgestaltung. Die Kernidee besteht darin, dass Kunden ihr Produkt individuell konfigurieren und dabei gegen Preisnachlass bewusst anbieterseitige Flexibilitäten in Kauf nehmen können, wie beispielsweise die nachträgliche Festlegung des konkreten Reisezeitraums oder der genauen Destination. Den Erfolg des Ansatzes zeigte er an Hand zweier bereits implementierter Praxislösungen auf.

Der neunte und letzte Vortrag der diesjährigen AG Sitzung zu *Herausforderungen der Kapazitätssteuerung bei Automobilvermietungen* wurde von Dr. Henrik Imhof (Sixt AG) gemeinsam mit Claudius Steinhardt und Jochen Gönsch (Universität Augsburg) gehalten. Sie berichteten über aktuelle Entwicklungen im Bereich Yield Management und Pricing bei Sixt und



stellten Ergebnisse eines gemeinsamen Forschungsprojektes zur Verfügbarkeitsoptimierung mit Upgrades vor.

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 bewährte informelle Treffen der Teilnehmer bereits am Vorabend, das überdies die Knüpfung zahlreicher neuer sowie die Festigung bestehender Kontakte ermöglichte.

Die nächste Sitzung wird Anfang 2011 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.