

Pricing & Revenue Management

Jochen Gönsch und Claudius Steinhardt, Augsburg

Die 8. Sitzung der Arbeitsgruppe „Pricing und Revenue Management“ fand am 11. Februar 2011 in Ehningen bei Stuttgart statt. An dieser Stelle sei zunächst der IBM Deutschland GmbH recht herzlich gedankt. Der Gastgeber stellte mit dem IBM Forum Ehningen einen äußerst attraktiven Tagungsort zur Verfügung und sorgte darüber hinaus auch bereits während des Voraabendtreffens großzügig für das leibliche Wohl der Teilnehmer. Ein Dank gilt insbesondere Herrn Joachim Hennebach für die hervorragende Organisation von Seiten der IBM.

Mit mehr als 70 Teilnehmern konnte das kontinuierliche Wachstum der vergangenen Jahre fortgesetzt und erneut die bisher größte Arbeitsgruppensitzung ausgerichtet werden. Dass mehr als die Hälfte der Teilnehmer 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.

Frau Veronika Teufel, verantwortlich für die Bereiche Marketing und Kommunikation bei IBM, und der Vorsitzende der Arbeitsgruppe, Prof. Dr. Robert Klein, begrüßten die Teilnehmer und gaben einen kurzen Überblick über die Vielfalt der vertretenen Branchen: neben Repräsentanten der wichtigsten deutschen Fluggesellschaften und Automobilvermietungen waren unter anderem beispielsweise auch Beratungsfirmen sowie insbesondere Unternehmen aus den Bereichen Hotellerie und Touristik vertreten. Auch auf akademischer Seite ist die Arbeitsgruppe fest verwurzelt, hier nahmen Wissenschaftler von zehn deutschen Universitäten teil.

Im ersten Vortrag zeichnete Prof. Dr. Hansjörg Fromm die Geschichte des Bereiches *Business Analytics & Optimization bei IBM* nach. Während die ersten Projekte, etwa im Bereich der Wettervorhersage, hauptsächlich Einsatzmöglichkeiten für IBM-Hardware aufgezeigt haben, arbeiten heute weltweit über 4000 Beschäftigte an Anwendungen, die von Crowd Simulation über die Optimierung der Wasserversorgung bis hin zu Pricing und Ersatzteillogistik reichen.

Anschließend referierte Pieter Dorhout (Pieter Dorhout Consulting) zum Thema *Optimal pricing for tour operators – Relevance to Germany of insights gained in the UK*. Er begann mit einem spannenden Abriss des Marktes für Pauschalreisen im Vereinigten Königreich und insbesondere des Bereichs Revenue Management in den vergangenen zehn Jahren. Anschließend illustrierte er am Beispiel eines britischen Reiseveranstalters die spezifischen Herausforderungen bei der Auswahl und Implementierung eines Revenue Management-Systems in dieser Branche.

Nach einer kurzen Pause stellte Dr. Catherine Cleophas (FU Berlin) *Strategische Kundenmodelle für das Revenue Management* vor. Sie ging dabei insbesondere auf die Modellierung von Kunden, die aus vergangenen Preisentwicklungen lernen und miteinander kommunizieren, ein. Dabei gab sie zunächst einen Überblick zu bestehenden Ansätzen aus der wissenschaftlichen Literatur und präsentierte anschließend einen eigenen Ansatz zur Berücksichtigung strategischen Verhaltens für den praktischen Einsatz.

Benjamin Juds und Oliver Scheid (Germanwings GmbH) sprachen über *Herausforderungen des Revenue Managements einer Low-Cost Airline im sich verändernden Wettbewerbsumfeld*. Nach einer interessanten Vorstellung ihres Unternehmens und der sich im Low-Cost Bereich – in Abgrenzung zu einem traditionellen Netzwerk-Carrier – ergebenden spezifischen Anforderungen an das Revenue Management zeigten sie den Trend einer zunehmenden Angleichung beider Bereiche auf.

Nach dem Mittagessen, für das im Namen der gesamten Arbeitsgruppe an dieser Stelle dem Gastgeber nochmals recht herzlich gedankt sei, bestand Gelegenheit an drei Führungen teilzunehmen, bei denen ausgewählte Showcases vorgestellt wurden. Mit diesen veranschaulichte IBM seine Visionen zu den Themen Smarter Cities, Smart Grid und Customer Centric Pricing.



Im ersten Vortrag des Nachmittags referierte Prof. Dr. Catalina Stefanescu-Cuntze (European School of Management and Technology) über *Multivariate Demand: Modeling and Estimation from Censored Sales*. Neben der Schätzung eines entsprechenden Modells mit Hilfe eines angepassten Expectation Maximization-Algorithmus stellte sie mit der Nachfrageprognose für Theaterkarten und Flugtickets zwei Anwendungsbeispiele vor.

Dr. Karl Isler (Swiss International Air Lines AG) beschrieb anschließend *A Game Theoretic Approach to Revenue Manage-*

ment for Competing Airlines, wobei er sehr anschaulich das gegenseitige Unterbieten zweier Anbieter, die beide über ein automatisiertes Pricing verfügen, darstellte. Er führte damit den Teilnehmern die Notwendigkeit manueller Eingriffe, um einen derartigen Spiral-Down Effekt zu vermeiden, vor Augen.

Im siebten und letzten Vortrag der diesjährigen AG Sitzung stellte Michael Mohaupt gemeinsam mit Prof. Dr. Andreas Hilbert (beide TU Dresden) durchgeführte Forschung zur *Systematisierung und Berücksichtigung von Unsicherheiten im Revenue Management* auf Basis der sog. Rough-Set Theorie vor.

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 bereits am Vorabend, das überdies die Knüpfung zahlreicher neuer sowie die Festigung bestehender Kontakte ermöglichte.

Die nächste Sitzung wird Anfang 2012 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.