

Claudius Steinhardt, München

Die 14. Sitzung der GOR-Arbeitsgruppe „Pricing & Revenue Management“ fand am 17. Februar 2017 in Zürich statt. Als gemeinsame Gastgeber konnten diesmal Swiss International Air Lines und die ETH Zürich gewonnen werden. An dieser Stelle sei Dr. Karl Isler sowie Prof. Dr. Ulrich Weidmann herzlich für die sehr großzügige Unterstützung gedankt, die neben der Ausrichtung der Sitzung im wunderschönen Ambiente der ETH auch Vorabendtreffen und Campus-Führung betraf.

Lufthansa Group | Lufthansa | SWISS

ETH zürich | Institut für Verkehrsplanung und Transportsysteme
Institute for Transport Planning and Systems

Nach „Kafi & Gipfeli“ sowie der Begrüßung der rund 85 Teilnehmer durch die Arbeitsgruppenleitung stand die erste Sitzung des Tages im Zeichen des „klassischen“ Revenue Managements in Airline und Hotellerie. Dabei stellte zunächst Dr. Karl Isler (Swiss International Air Lines) in seinem Vortrag *A robust heuristic for capacity control with planned upgrades* eine neue Heuristik zur Verfügbarkeitssteuerung mit integrierter Berücksichtigung von Upgrades vor. Die dem Verfahren zugrunde liegende Idee lässt sich im Falle zweier Beförderungsklassen durch geometrische Überlegungen auf Basis des deterministischen Ersatzmodells (DLP) herleiten und anschaulich darstellen. Das Vorgehen wird dann heuristisch auf das ursprüngliche stochastische dynamische Programm übertragen. Die Rechenstudie zeigt eine im Vergleich sehr gute Performance.

Im zweiten Vortrag der Sitzung referierte Felix Dosdall (TUI AG – TUI Hotels & Resorts) über die *Einführung von Revenue Management in der Ferienhotellerie – ein Erfahrungsbericht*. Als Einstieg in den Vortrag führte er zunächst eine Smartphone-basierte, interaktive Umfrage unter den Teilnehmern durch, die eindrucksvoll das veränderte Buchungsverhalten hin zum Online-Kanal illustrierte. Anschließend erläuterte er verschiedene Ansätze für ein systematisches Revenue Management speziell für die TUI-eigenen Hotels, die über die vergangenen Jahre prototypisch an vier Hotels erprobt wurden.

Nach der ersten Kaffeepause, die von den Teilnehmern ausführlich zum „Netzwerken“ benutzt wurde, widmete sich die zweite Sitzung des Vormittags neuen Anwendungsgebieten des Revenue Managements, die sich aus der zunehmenden Urbanisierung und den daraus resultierenden Geschäftsfeldern ergeben.

Dazu berichtete Dr. Alexander Baur (car2go group) im ersten Vortrag dieser Sitzung über Möglichkeiten *Zwischen Surge und Fixed Price – Perspektiven im Car Sharing*. Nachdem er zunächst Marktdaten präsentierte und eine ausführliche Analyse des Kundenverhaltens auf Basis von Befragungsdaten vorstellte, diskutierte er insbesondere Möglichkeiten zur preisgesteuerten Einbeziehung der Kunden im Rahmen der Lösung des kostenintensiven Relokationsproblems, mit dem sich alle Car Sharing Anbieter konfrontiert sehen.

Im zweiten Vortrag der Sitzung widmete sich Prof. Dr. Catherine Cleophas (RWTH Aachen) dem Online-Lebensmitteleinzelhandel mit persönlichen Frei-Haus-Lieferungen. Unter dem Titel *Considering Equity in Retail Order Acceptance for Attended Deliveries* stellte sie dabei ein Konzept vor, das auf Basis eines entsprechenden dynamischen Programms zur Entscheidung über die dynamisch anzubietenden Lieferzeitfenster im Gegensatz zu bisherigen Ansätzen auch den Bestellwert sowie den potentiellen Einfluss des Bestellers auf das Bestellverhalten und die Service-wahrnehmung Dritter mitberücksichtigt.

Nach einem hervorragenden Mittagessen, für das im Namen der gesamten Arbeitsgruppe dem Gastgeber nochmals recht herzlich gedankt sei, gab es am Nachmittag einen Themenschwerpunkt zum Pricing im Online-Retail-Geschäft, um der immer größer werdenden Bedeutung von noch flexibleren, automatisierten Preismodellen gerecht zu werden.



Sitzungsteilnehmerinnen und -teilnehmer

In der ersten Sitzung des Nachmittags waren hierzu zunächst Vorträge zweier bekannter großer ECommerce-Unternehmen eingeplant. Im ersten Vortrag der Sitzung gab Dr. Fabian Uhrich (zooplus) einen spannenden Einblick in das *Automated Pricing in eCommerce* des in Europa führenden Internethändlers für Heimtierbedarf. Beindruckend war dabei die Vielfalt der ergriffenen

Preissetzungsmaßnahmen sowie die Marktdynamik, die es erfordert, täglich neue Preissetzungsstrategien und -mechanismen zu entwickeln und kurzfristig auf der Online-Plattform umzusetzen.

Im zweiten Vortrag der Sitzung stellte Berkan Erol die gemeinsam mit Somnath Sikdar, Ph.D. und Maximilian Werk (alle Zalando) erarbeiteten *Integer Linear Programming Models for Price Recommendation for Online Retailers* vor. Dabei wurden sowohl die (kostenfreie) Möglichkeit der Artikelrückgabe innerhalb bestimmter Zeitfenster als auch unterschiedliche Optimierungszielsetzungen in verschiedenen Modellvarianten berücksichtigt. So wurden neben der reinen Deckungsbeitragsmaximierung insbesondere für Verkaufsaktionen auch Varianten mit dem Ziel der Absatzmaximierung unter Budgetrestriktionen bzw. der Verlustminimierung bei vorgegebenen Mindestabsatzzahlen vorgestellt.

In Fortführung des Themenschwerpunkts stellten in der letzten Sitzung des Tages zwei Software-Anbieter ihre Ansätze zur Preisoptimierung im Online-Handel vor. Im ersten Vortrag der Sitzung referierte Dr. Hannes Sieling (Blue Yonder) über *Blue Yonder Price Optimization: From prediction to decision with mathematical optimization*. Dabei stand insbesondere der Trade-off zwischen Genauigkeit und Rechenaufwand im Vordergrund, da die zu lösenden Pricing-Modelle im Allgemeinen sehr groß ausfallen und gleichzeitig Entscheidungen nahezu in Echtzeit getroffen werden können müssen.

Im letzten Vortrag des Tages präsentierten Boris Schuler und André Müller (beide prudsys) ihren Vortrag *prudsys RDE Pricing: Dynamic Pricing im Online-Handel. Strategische Einsatzfelder und Technology Deep Dive*. Nach einer Einführung, die insbesondere das Potential des Dynamic Pricing-Ansatzes an Hand zweier Praxisbeispiele aufzeigte, wurden die dem Ansatz zu Grunde liegenden Funktionsweisen und Data Mining Verfahren vorgestellt.

Zum Austausch trug neben den Diskussionspausen zwischen den Vorträgen auch das bewährte informelle Treffen am Vorabend der Sitzung bei. Dazu lud Swiss International Air Lines die Teilnehmer in ein Traditions-Restaurant in die Züricher Innenstadt zu Käse-Fondue ein. In gemütlicher Atmosphäre konnten neue Kontakt geknüpft und bestehende Kontakte intensiviert werden.



Campus-Führung Hönningerberg

Ebenfalls am Vortrag fand bereits eine organisierte und von Swiss unterstützte Führung über den Campus Hönningerberg der ETH Zürich statt. Bei der Besichtigung des weitläufigen Campus haben die Teilnehmer mehr über die Geschichte der ETH erfahren und ausgewählte architektonische Besonderheiten kennengelernt.



Vorabendtreffen

Die nächste Sitzung der Arbeitsgruppe wird Anfang 2018 stattfinden. Wir möchten bereits heute alle Leserinnen und Leser, die sich für Themen des Pricings und Revenue Managements in Forschung oder Praxis begeistern, herzlich dazu einladen! Alle Interessierten, die bisher noch nie an einer Sitzung der AG teilgenommen haben, registrieren sich bitte auf der Community-Plattform der Arbeitsgruppe unter www.pricing-und-revenue-management, um in Zukunft aktuelle Mitteilungen aus der AG zu erhalten. Zudem lassen sich dort Neuigkeiten sowie Fotos und Berichte vergangener Sitzungen, Terminankündigungen etc. abrufen.