

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	11
1. Aufbau und Methodik	13
2. Was ist Revenue Intelligence?	15
3. Standard Tourism Operations	23
3.1 (H + P) Booking Limits.....	23
a. Problemstellung/Szenario	23
b. Erstellung eines Lösungskonzeptes	26
c. Interpretation der Ergebnisse	30
3.2 Optimal Overbooking Limit	30
a. Problemstellung/Szenario	30
b. Erstellung eines Lösungskonzeptes	31
c. Interpretation der Ergebnisse	34
3.3 (H + P) Auslastungsmanagement	37
a. Problemstellung/Szenario	37
b. Erstellung eines Lösungskonzeptes	38
c. Interpretation der Ergebnisse	41
4. (H + P) Trend Analysis Methods	43
4.1 (H + P) Trend for Consumer	43
a. Problemstellung/Szenario	43
b. Erstellung eines Lösungskonzeptes	44
c. Interpretation der Ergebnisse	49
d. Anwendungsempfehlungen	50
4.2 (H + P) Trend for Revenue	50
a. Problemstellung/Szenario	50
b. Erstellung eines Lösungskonzeptes	51
c. Interpretation der Ergebnisse	54
d. Anwendungsempfehlungen	55
4.3 (H + P) Trend for Interest Rate	55
a. Problemstellung/Szenario	55
b. Erstellung eines Lösungskonzeptes	56
c. Interpretation der Ergebnisse	58
d. Anwendungsempfehlungen	63

5. (H + P) Pricing	65
5.1 (H + P) Pricing Elasticity	69
a. Problemstellung/Szenario	70
b. Erstellung eines Lösungskonzeptes	71
c. Interpretation der Ergebnisse	72
d. Anwendungsempfehlungen	73
5.2 (H + P) Bid Pricing	73
a. Problemstellung/Szenario	74
b. Erstellung eines Lösungskonzeptes	75
c. Interpretation der Ergebnisse	77
d. Anwendungsempfehlungen	78
5.3 (H + P) Pricing Margin Analysis.....	78
a. Problemstellung/Szenario	78
b. Erstellung eines Lösungskonzeptes	80
c. Interpretation der Ergebnisse	82
d. Anwendungsempfehlungen	84
5.4 (H + P) Portfolio Analysis.....	85
a. Problemstellung/Szenario	85
b. Erstellung eines Lösungskonzeptes	88
c. Interpretation der Ergebnisse	90
d. Anwendungsempfehlungen	91
5.5 (H + P) Input–Output Analysis	91
a. Problemstellung/Szenario	91
b. Erstellung eines Lösungskonzeptes	92
c. Interpretation der Ergebnisse	94
d. Anwendungsempfehlungen	97
5.6 (H + P) Pricing Factor	98
a. Problemstellung/Szenario	98
b. Erstellung eines Lösungskonzeptes	98
c. Interpretation der Ergebnisse	101
d. Anwendungsempfehlungen	102
5.7 Preis–Mengen–Strategie aus Sicht einer Destinationsorganisation .	102
5.8 (H + P) Hedging Model	113
a. Problemstellung/Szenario	113
b. Erstellung eines Lösungskonzeptes	117
c. Interpretation der Ergebnisse	119

5.9 (H + P) Price Index	124
a. Problemstellung/Szenario	124
b. Erstellung eines Lösungskonzeptes	125
c. Interpretation der Ergebnisse	127
5.10 (H + P) Revenue Performance	127
a. Problemstellung/Szenario	127
b. Erstellung eines Lösungskonzeptes	129
c. Interpretation der Ergebnisse	130
d. Anwendungsempfehlungen	131
5.11 (H + P) Cash-Burn-Rate	131
a. Problemstellung/Szenario	131
b. Erstellung eines Lösungskonzeptes	133
c. Interpretation der Ergebnisse	136
d. Anwendungsempfehlungen	136
5.12 (H + P) Minimum and Maximum Principle	136
a. Problemstellung/Szenario	137
b. Erstellung eines Lösungskonzeptes	139
c. Interpretation der Ergebnisse	141
d. Anwendungsempfehlungen	142
6. (H + P) Deviation Analysis	143
a. Problemstellung/Szenario	143
b. Erstellung eines Lösungskonzeptes	147
c. Interpretation der Ergebnisse	148
d. Anwendungsempfehlungen	156
6.1 (H + P) Connection Measurement	157
a. Problemstellung/Szenario	157
b. Erstellung eines Lösungskonzeptes	158
c. Interpretation der Ergebnisse	160
d. Anwendungsempfehlungen	161
6.2 (H + P) Probability	161
a. Problemstellung/Szenario	161
b. Erstellung eines Lösungskonzeptes	162
c. Interpretation der Ergebnisse	163
d. Anwendungsempfehlungen	166

6.3 (H + P) Revenue Distribution	167
a. Problemstellung/Szenario	167
b. Erstellung eines Lösungskonzeptes	169
c. Interpretation der Ergebnisse	172
d. Anwendungsempfehlungen	175
6.4 (H + P) Turning Point	175
a. Problemstellung/Szenario	176
b. Erstellung eines Lösungskonzeptes	177
c. Interpretation der Ergebnisse	179
d. Anwendungsempfehlungen	180
6.5 (H + P) Variationsinstrument	181
a. Problemstellung/Szenario	181
b. Erstellung eines Lösungskonzeptes	184
c. Interpretation der Ergebnisse	185
d. Anwendungsempfehlungen	188
6.6 (H + P) Diversifikationseffekt.....	189
a. Problemstellung/Szenario	189
b. Erstellung eines Lösungskonzeptes	191
c. Interpretation der Ergebnisse	192
d. Anwendungsempfehlungen	194
7. Schlusswort	195
8. Übungsaufgaben	197
8.1 (H + P) Booking Limits.....	197
8.2 Optimal Overbooking Limit	199
8.3 (H + P) Auslastungsmanagement	201
8.4 (H + P) Trend for Consumer	203
8.5 (H + P) Trend for Revenue	206
8.6 (H + P) Trend for Interest	209
8.7 (H + P) Connection Measurement	211
8.8 (H + P) Probability	213
8.9 (H + P) Revenue Distribution	214
8.10 (H + P) Turning Point	217
8.11 (H + P) Variationsinstrument	219
8.12 (H + P) Diversifikationseffekt.....	221
8.13 (H + P) Pricing Elasticity	222

8.14 (H + P) Bid Pricing	225
8.15 (H + P) Pricing Margin Analysis.....	226
8.16 (H + P) Deviation Analysis	228
8.17 (H + P) Portfolio Analysis.....	231
8.18 (H + P) Input–Output Analysis	232
8.19 (H + P) Pricing Factor	234
8.20 (H + P) Hedging Model	235
8.21 (H + P) Price Index	237
8.22 (H + P) Revenue Performance	239
8.23 (H + P) Minimum and Maximum Principle.....	240
8.24 (H + P) Cash–Burn–Rate	242
9. Lösungen.....	245
9.1 (H + P) Booking Limits.....	245
9.2 Optimal Overbooking Limit	246
9.3 (H + P) Auslastungsmanagement	247
9.4 (H + P) Trend for Consumer	247
9.5 (H + P) Trend for Revenue	251
9.6 (H + P) Trend for Interest	254
9.7 (H + P) Connection Measurement	259
9.8 (H + P) Probability.....	260
9.9 (H + P) Revenue Distribution	261
9.10 (H + P) Turning Point	265
9.11 (H + P) Variationsinstrument	266
9.12 (H + P) Diversifikationseffekt.....	267
9.13 (H + P) Pricing Elasticity	268
9.14 (H + P) Bid Pricing	271
9.15 (H + P) Pricing Margin Analysis.....	273
9.16 (H + P) Deviation Analysis	277
9.17 (H + P) Portfolio Analysis.....	283
9.18 (H + P) Input–Output Analysis	284
9.19 (H + P) Pricing Factor	287
9.20 (H + P) Hedging Model	288
9.21 (H + P) Price Index	290
9.22 (H + P) Revenue Performance	292
9.23 (H + P) Minimum and Maximum Principle.....	293

9.24 (H + P) Cash-Burn-Rate	295
Anhang	299
3.1 (H + P) Booking Limits.....	299
3.2 Optimal Overbooking Limit	300
3.3 (H + P) Auslastungsmanagement	300
5.6 (H + P) Pricing Factor	301
4.1 (H + P) Trend for Consumer	303
4.2 (H + P) Trend for Revenue	304
4.3 (H + P) Trend for Interest Rate	304
5. (H + P) Pricing.....	305
5.1 (H + P) Pricing Elasticity	306
5.2 (H + P) Bid Pricing	306
5.3 (H + P) Pricing Margin Analysis.....	307
5.4 (H + P) Portfolio Analysis.....	307
5.5 (H + P) Input-Output Analysis	309
5.6 (H + P) Pricing Factor	310
5.8 (H + P) Hedging Model	312
5.9 (H + P) Price Index	313
5.10 (H + P) Revenue Performance	314
5.11 (H + P) Cash-Burn-Rate	314
5.12 (H + P) Minimum and Maximum Principle.....	315
6. (H + P) Deviation Analysis	316
6.1 (H + P) Connection Measurement.....	317
6.2 (H + P) Probability.....	317
6.3 (H + P) Revenue Distribution	318
6.4 (H + P) Turning Point	319
6.5 (H + P) Variationsinstrument	320
6.6 (H + P) Diversifikationseffekt.....	320