

## Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	XIII
Tabellenverzeichnis.....	XIX
Abkürzungsverzeichnis.....	XXI
Symbolverzeichnis.....	XXIII
1 Einleitung.....	1
1.1 Motivation des Forschungsgegenstands.....	1
1.2 Forschungsdesign.....	3
1.3 Aufbau der Arbeit.....	6
2 Entwicklung eines konzeptuellen Modells.....	7
2.1 Transaktionsorientiertes Revenue Management.....	7
2.1.1 Gegenstand.....	8
2.1.2 Ziele.....	11
2.1.3 Methoden.....	14
2.2 Defizite des transaktionsorientierten Revenue Managements.....	24
2.3 Forschungsstand zur Verknüpfung von Kapazitätssteuerung und Kundenbeziehungsmanagement.....	30
2.4 Kundenwertorientiertes Revenue Management.....	33
2.4.1 Begriffsverständnis.....	33
2.4.2 Abgrenzung zum transaktionsorientierten Revenue Management.....	36
2.4.3 Systematisierung von Aufgaben des kundenwertorientierten Revenue Managements.....	38
3 Untersuchung der Aufgaben auf strategischer Ebene.....	45
3.1 Umfeldanalyse.....	45
3.1.1 Systematisierung der Umfeldfaktoren.....	46
3.1.2 Vorgehensmodell zur Umfeldanalyse.....	63
3.2 Zielbildung.....	65
3.2.1 Systematisierung von Zielen der kundenwertorientierten Kapazitätssteuerung.....	65
3.2.2 Vorgehensmodell zur Zielbildung.....	78
3.3 Strategieentwicklung.....	86

3.3.1	Entwicklung eines Strategierahmens.....	87
3.3.2	Vorgehensmodell zur Strategieentwicklung.....	90
4	Untersuchung der Aufgaben auf taktischer Ebene.....	95
4.1	Taktische Planung.....	95
4.1.1	Systematisierung von Steuerungsmodellen.....	96
4.1.2	Vorgehensmodell zur taktischen Planung.....	103
4.2	Angebotsgestaltung.....	108
4.2.1	Systematisierung der Angebotsgestaltung.....	109
4.2.2	Vorgehensmodell zur Angebotsgestaltung.....	114
4.3	Preisbildung.....	121
4.3.1	Systematisierung der Preisbildung.....	121
4.3.2	Vorgehensmodell zur Preisbildung.....	126
5	Untersuchung der Aufgaben auf operativer Ebene.....	135
5.1	Prognose.....	136
5.1.1	Systematisierung von Zielgrößen, Informationsbedarf und Informationsquellen.....	137
5.1.2	Vorgehen.....	154
5.2	Optimierung.....	173
5.2.1	Systematisierung von Zielgrößen, Informationsbedarf und Informationsquellen.....	174
5.2.2	Vorgehen.....	177
5.3	Transaktionssteuerung.....	199
5.3.1	Systematisierung von Informationsbedarf und Informationsquellen.....	200
5.3.2	Vorgehen.....	211
5.4	Adaption.....	221
5.4.1	Systematisierung von Informationsbedarf und Informationsquellen.....	223
5.4.2	Vorgehen.....	224
5.5	Analyse.....	230
5.5.1	Systematisierung von Kennzahlen und Informationsquellen.....	231
5.5.2	Vorgehen.....	239
6	Prototypische Umsetzung operativer Steuerungsaufgaben.....	241
6.1	Simulationsziele.....	241
6.2	Simulationsumgebung.....	242
6.3	Simulationsdesign.....	243

6.4	Simulationsergebnisse .....	247
6.4.1	Zusammenhang zwischen Kundenwert und Preisbereitschaft .....	247
6.4.2	Umfang der Anfragen .....	250
6.4.3	Ankunft der Anfragen .....	251
6.4.4	Verhältnis von Kundenwerten zu Angebotspreisen .....	254
6.4.5	Verhältnis der Kundenwerte verschiedener Segmente .....	254
6.4.6	Verhältnis der Preise verschiedener Angebote .....	255
6.4.7	Prognosefehler .....	256
6.5	Implikationen für die Anwendung des Managementansatzes .....	257
7	Schlussbetrachtungen .....	261
7.1	Zusammenfassung und Fazit .....	261
7.2	Ausblick auf weiteren Forschungsbedarf .....	266
	Literaturverzeichnis .....	268