

Elfi Maier

Laurengasse 10 / 34  
A-1050 Wien

T +43 664 4445339  
E [elfi.maier@revenuefocus.at](mailto:elfi.maier@revenuefocus.at)  
[www.revenuefocus.at](http://www.revenuefocus.at)

## PRESSEINFORMATION

Wien, 10. März 2016

### **Disneyland Preispolitik ist in Österreich längst angekommen**

Das Ende der starren Preise ist nahe, dynamische Preisgestaltung ist auf dem Vormarsch.

Sehr geehrte Damen und Herren!

Der ORF hat am 29.02.2016 darüber berichtet, dass die Disney-Parks in den USA saisonabhängige Ticketpreise eingeführt haben. Das Ziel laut Disney ist, die Besucherströme besser zu verteilen und dadurch die Wartezeiten zu verringern. Was im ersten Moment ungewöhnlich klingt, hat in Wahrheit in unserem Alltag längst Einzug gehalten. Fluglinien, Mietwagen Firmen oder Hotels praktizieren bereits seit Jahrzehnten sehr erfolgreich diese Form der Preisdifferenzierung, man nennt es im Fachjargon auch Revenue Management oder Yield Management. Es handelt sich dabei um eine höchst effektive Methodik der Erlösoptimierung.

#### **Die Nachfrage bestimmt den Preis**

Das Prinzip ist einfach: Jedes Produkt unterliegt einer Nachfragekurve und ist daher zu unterschiedlichen Zeiten unterschiedlich viel wert. Steigt die Nachfrage. Steigt der Preis.

Was im Amerikanischen Raum schon längst gang und gäbe ist, jedoch im Europäischen Raum noch in den Kinderschuhen steckt, hat sich überraschenderweise im kleinen Österreich bereits durchgesetzt. Verantwortlich dafür ist Elfi Maier, Expertin für Revenue Management und Gründerin der Consultingfirma revenuefocus. Die Wienerin mit Oberösterreichischen Wurzeln ist bereits seit über 20 Jahren auf diesem Gebiet tätig und gilt als Vorreiterin im deutschsprachigen Raum. Mit ihrem Beratungsunternehmen hat sie sich als einziges Unternehmen in Österreich ausschließlich auf diesen Bereich spezialisiert und die bewährten Maßnahmen der dynamischen Preisgestaltung sehr erfolgreich in ganz neuen Bereichen wie Theater, Golfplätze, Spa's und Seilbahnen etabliert. ‚Ein Hotelzimmer, ein Sitzplatz im Flugzeug und auch ein Sitzplatz im Theater oder eine Teetime am Golfplatz sind ein verderbliches Gut – wenn es heute nicht zum optimalen Preis verkauft wird ist die Chance vorbei, da man den Sitzplatz bzw. das Produkt nicht lagern kann. Charakteristisch für diese Bereiche ist nicht nur die ‚nicht lagerfähige Ware‘, sondern auch der hohe Fixkostenanteil und die volatile Nachfrage, mit zum Teil sehr starken Auslastungsschwankungen. Somit sind die bewährten Steuerungsmaßnahmen des Revenue / Yield Management für verschiedenste Bereiche anwendbar.‘ sagt Elfi Maier.

#### **Das verborgene Potential erkennen**

Die Expertin ist überzeugt, dass sich diese dynamischen, nachfrageorientierten Preissysteme sehr rasch auch im deutschsprachigen Raum durchsetzen werden. ‚Die Vorteile liegen auf der Hand. Meine Erfahrungswerte zeigen, dass Mehreinnahmen von mindestens 3 – 5% lukriert werden, wenn die natürliche Nachfrage sehr stark ist, sogar 10% und mehr. Auch der Kunde profitiert, da die Ticketpreise für auslastungsschwache Termine günstiger werden. Somit schafft man auch einen preislichen Anreiz für neue Zielgruppen mit kleineren Budgets. Gerade in Zeiten steigender Kosten für Personal, Energie, Erhaltung bei gleichzeitig steigender Preissensibilität der Kunden ist eine professionelle Steuerung der Ticketpreise ein wesentlicher Faktor für ein solides wirtschaftliches Fundament.‘ so die Expertin.

#### **Jedem Kunden sein eigener Preis**

Die Online Welt ist durch den Internet Handel sogar schon einen großen Schritt weiter. Amazon ändert weltweit mehrere Tausend Mal am Tag seine Preise. Und nicht nur das. Das Kaufverhalten und die Surf-Historie jedes einzelnen Konsumenten ermitteln wie viel der Kunde maximal für ein bestimmtes Produkt auszugeben bereit ist. So werden die Preise individuell so an den jeweiligen Kunden angepasst, dass man dessen Zahlungsbereitschaft optimal abschöpft.

Auch Supermärkte testen bereits ‚Dynamische Preise‘ und experimentieren mit elektronischen Preisschildern. Vielleicht kostet der tägliche Lebensmitteleinkauf am Abend bald mehr als am Vormittag.