

1 Die dynamische Preisgestalterin, die alles auf den Kopf stellt.

Wer ein Hotelzimmer bucht, weiß wie es meist läuft: Je früher man dran ist, desto günstiger bekommt man es. Und wenn man zeitlich flexibel ist, dann erst recht.

Elfi Maier war mehr als 20 Jahre im Hotelgeschäft. Ihr Job: Das Preismanagement. In verschiedenen Top-Hotels hat sie diese Art der Preisgestaltung kennengelernt - und selbst mitentwickelt. Vor fünf Jahren machte sie sich mit ihrem Unternehmen **Revenue Focus** selbstständig und exportiert ihr Wissen seitdem in andere Branchen. Vor allem in den Kulturbereich. „Eine dynamische Preisstrategie funktioniert überall dort, wo die Ware zahlenmäßig begrenzt und nur zu einem bestimmten Zeitpunkt verfügbar ist“, weiß Maier. Wer sich hier von starren Preisen entfernt und die natürlichen Nachfrageschwankungen berücksichtigt, steigert seine Erträge, berichtet die Unternehmensberaterin. „Die Theater, mit denen ich zusammenarbeite, hatten anfangs noch Angst, dass sie Kunden verlieren. Aber sie unterschätzten ihre Kunden, denn die kennen sich mit dynamischen Preissystemen aus“, sagt Maier. Der Konsument mag es, wenn er die Chance auf günstigere Tickets bekommt, zugleich steigt die Auslastung an nachfrageschwachen Tagen, erklärt Maier. Auch in Deutschland arbeitet sie mit großen Kulturbetrieben zusammen. „Die Deutschen sind grundsätzlich offener dafür“, sagt sie. Ihr nächster Schritt: Die Fußballwelt. „Ich will jetzt in weitere Branchen vordringen, denn durch eine starre Preispolitik lassen noch viele andere Betriebe Geld liegen.“



Elfi Maier setzt dynamische Preissysteme um und will jetzt die Fußballwelt umkrempeln.

Jürgen Be
viel persö

revenuefocus
REVENUE MANAGEMENT • DYNAMIC PRICING

