

## Vorwort

Eine der wichtigsten Aufgaben des Revenue Managements von integrierten Reiseveranstaltern besteht darin, auslastungskritische Kapazitäten meist kurzfristig zu füllen. Diese werden dem Nachfrager als preisreduzierte Last Minute Reisen angeboten. Dabei stellt sich aus Management-Perspektive die Frage, ob kurzfristig die Preise gesenkt oder die Werbeausgaben erhöht werden sollen. Eine zusätzliche Komplexitätsstufe erwächst aus der Berücksichtigung verschiedener Werbeinhalte. Während Markenwerbung auf den Aufbau einer möglichst nachhaltig differenzierenden und zugleich präferenzfördernden Position in der Wahrnehmung der Nachfrager abzielt, wird Preiswerbung mit dem Ziel des kurzfristigen Abverkaufs eingesetzt. Diesem Antagonismus wurde im nicht gänzlich unbearbeiteten Bereich der Preis- und Werbewirkungsforschung bislang überraschend wenig Aufmerksamkeit geschenkt. Daher wird in der vorliegenden Arbeit die Frage nach der Wirkung von Preisen, Preis- und Markenwerbung auf die Nachfrage von Pauschalreisen auf Basis einer umfangreichen Stichprobe realer Verhaltensdaten mithilfe regressionsanalytischer Methodik beantwortet.

Jeder, der eine Abschlussarbeit angefertigt hat, weiß vermutlich, welche Höhen und vor allem Tiefen damit verbunden sind. Daher möchte ich mich an dieser Stelle bei all jenen bedanken, ohne deren Zuspruch und Unterstützung diese Arbeit nicht hätte entstehen können. Dabei gilt mein Dank zu aller erst meinem akademischen Lehrvater Prof. Dr. Christoph Burmann. Mit kritischem Blick und tiefem Vertrauen hat er meinen Weg begleitet. Durch die Arbeit am Lehrstuhl hat er meine persönliche Entwicklung in eine Richtung gelenkt, von der ich heute rückblickend betrachtet sehr profitiert habe. Dafür gilt ihm mein herzlicher und aufrichtiger Dank. Nicht weniger herzlich bedanken möchte ich mich bei meinem Zweitgutachter Prof. Dr. Jochen Zimmermann. Sein fachkundiger Rat hat mir auf dem nicht immer stolperfreien Weg durch die universitären Instanzen stets Orientierung gegeben. Nicht zu vergessen sein hohes Maß an interkultureller Kompetenz, welches ihm einen Zugang zu rheinischen Riten und Gebräuchen vor der Fastenzeit ermöglicht hat und mir sicher einen unvergesslichen Rosenmontag in der kölschen Diaspora Bremens. Zudem möchte ich Prof. Dr. Martin Missong und Prof. Dr. André Heinemann für die unkomplizierte

und freundliche Bereitschaft danken, als Dritt- und Viertprüfer für mein Promotionskolloquium zur Verfügung zu stehen.

Meine Doktorarbeit konnte in dieser Form nur durch die sehr fruchtbare Zusammenarbeit mit dem Praxispartner entstehen. Dr. Oliver Dörschuck möchte ich für seine wissenschaftliche Neugier und seinem Commitment zu dieser Forschungskooperation danken. Benjamin Weiss, Monika Bunge, Christian Rhein, Sven Bögershausen und Yvonne Scheller danke ich für die immer freundliche, verbindliche und unkomplizierte Zusammenarbeit. Die Bereitschaft, Neues auszuprobieren, schnell auf die Nöte und Anfragen des Doktoranden zu reagieren, sind, wie die Erfahrung mancher Kollegen gezeigt hat, keineswegs selbstverständlich, weswegen allen Beteiligten meine größte Wertschätzung und Dankbarkeit gebührt.

Auch meinen Freunden und Kollegen am Lehrstuhl für innovatives Markenmanagement möchte ich für die Freude, Späße und schöne gemeinsame Zeit danken. Besonderer Dank gebührt unseren beiden guten Feen Heidi Schröder und Brigitte Mucek. Für alle Sorgen und Nöte hatten sie immer ein offenes Ohr und tröstendes Wort. Auch dass sie mir trotz meiner zeitweiligen Rückkehr ins Rheinland immer das Gefühl gegeben haben, weiter Teil des Lehrstuhls zu sein, werde ich ihnen nicht vergessen. Meinen beiden Kollegen Dr. Philip Maloney und Dr. Christian Feddersen und ihren Frauen Jessica und Julia möchte ich für die Herzlichkeit danken, mit der sie mich in Bremen aufgenommen haben. Insbesondere in der nicht leichten Anfangszeit haben sie dafür gesorgt, dass ich in dem neuen Wohnort Bremen auch ein Zuhause habe finden können. Dr. Rico Piehler habe ich es zu verdanken, dass ich im Small Talk über Trash- und Undergroundfilmproduktionen reüssieren kann. Seine keinesfalls selbstverständliche Bereitschaft, sehr spontan und auch zu später Stunde Rat und Hilfe anzubieten, rechne ich ihm bis heute hoch an. Dr. Verena Nießing und ihrem Mann Daniel möchte ich dafür danken, dass sie mir an einem der Tiefpunkte während der Dissertationserstellung den richtigen Weg haben aufzeigen können. Prof. Dr. Kay Peters danke ich für seine knappe Zeit, die er meinen profanen Methodikfragen geopfert, mich an kritischer Stelle motiviert und durch seine wertvollen Hinweise in die richtige Richtung gelenkt hat.

Meinem Kollegen Dr. Jan-Philipp Weers verdanke ich eine Exkursion ins Bremer Nachtleben, die meine Ortskenntnis über Jahre hinaus um einige interessante Koordi-

naten erweitert hat. Dr. Marc Jost-Benz danke ich für die schöne gemeinsame Bürozeit und die schnelle Nacht-und-Nebel-Hilfe, die er mir gewährt hat. Dies gilt auch für Fabian Stichnoth, der immer zur Stelle war, wenn wieder einmal ein Druckertreiber nicht das tat, was er soll. Zudem danke ich ihm für seine unablässige Bereitschaft, sich über die neusten Errungenschaften bei technischen Spielereien fachkundigst auszutauschen. Dr. Tobias Recke danke ich für die Möglichkeit, mir die universale Kneipenkompetenz Kickern aneignen zu können. Julia Launspach danke ich für ihre unablässigen Versuche, mir die Auswahl und Qualität des Bremer Nachtlebens anzupreisen.

Meiner Kollegin Dr. Sabrina Hegner danke ich für die immerwährende Hilfsbereitschaft auch abseits der akademischen Pfade. Sei es die Renovierung der Küche, ein weiser Rat oder die Couch für eine Übernachtung. Dr. Andreas Müller möchte ich für seine Fähigkeit danken, selbst die kleinsten Späße lehrstuhlweit zu katalysieren: Der Löffelmörder von Athen, Keimzelle des Felisa-Fanclubs, Kickerkrieg – ich habe sehr viel gelacht. Dr. Michael Schade danke ich für seine ausdrucksstarken und energiegeladenen Spontan-Performances, wenn ein Powerpointkasten wieder die gewünschte Reaktion verweigert hat. An unseren gemeinsamen Versuch, Hella von Zinnen in der niedersächsischen Tiefebene zu promoten, denke ich gerne zurück. Größter Dank gebührt ihm jedoch für seine stoische Geduld, seinen kritischen Geist und seine stete Bereitschaft zuzuhören, wenn mein Argumentationsfaden wieder einmal gerissen war. Katrin Wegener danke ich für all die lustigen Gespräche vor, während und nach dem samstagabendlichen Besuch einer Tanzlokalität. Wahlweise auch Donnerstag. Oder Montag. Christopher Kanitz möchte ich herzlich für das Obdach danken, das er mir immer wieder und ohne zu zögern auch unter den unmöglichsten Umständen gewährt hat.

Frank Hemmann danke ich für seine Kompetenz und Leidenschaft, die Kollegen nicht im Trockenen stehen zu lassen. Unvergessen bleibt das gemeinsame Fußballwochenende in der Extended Version. Daniela Eilers möchte ich für den nicht enden wollenden Quell an Wortwitzvorlagen danken - und für die Pflege unseres Email-Verteilers. Dr. Tilo Halaszovich danke ich für seine Hinweise und Orientierung in den Untiefen der methodischen Fragestellungen. Dr. Mike Schallehn möchte ich für die fachkundige Führung durch das Kölner Nachtleben danken und all die denkwürdigen

Abende, die wir darin verbracht haben. Barbara Kleine-Kalmer danke ich für die Antwort auf die mich lange umtreibende Frage, welchen Sinn die Aubergine eigentlich hat.

Zeitlich sicher den kürzesten, aber einen dennoch entscheidenden Beitrag zum Gelingen dieser Arbeit hat Kai Peters geleistet, indem er mir einen Berufseinstieg ermöglicht hat, der ausreichend Freiraum zur Fertigstellung des Promotionsverfahren ließ. Dafür gilt ihm mein herzlicher Dank.

Aber auch ohne den Rückhalt meiner Freunde und Familie hätte ich den langen und häufig aufreibenden Weg der Promotion wohl nicht zu Ende gebracht. Angela, Benjamin, Benjamin, Birte, Julia, Julia, Katrin, Kera, Kristina, Martin, Philipp, Oli, Quirin und Tim, ein Freundeskreis wie unserer ist sehr selten und wertvoll. Freunde wie euch zu haben, macht mich zu einem sehr glücklichen Menschen. Habt vielen Dank dafür. Ebenso möchte ich mich bei meinen Kölner Mitbewohnern Martin Hömmerich und Kathrin van Well bedanken. Mit mir nicht nachvollziehbarer Gelassenheit haben sie alle meine Eskapaden, erlebte Hoch- und Tiefphasen ertragen, haben mich an richtiger Stelle motiviert und an richtiger Stelle gebremst. Für die wunderschöne und unvergessliche gemeinsame Zeit gilt ihnen mein aufrichtiger und tiefer Dank.

Besonderer Dank gebührt meinem Kommilitonen, Mitbewohner, Kollegen, Mitreisenden, Co-Autoren und schlichtweg bestem Freund Dr. Christian Becker. Ich danke ihm für all den Spaß, den wir hatten, den Unfug, den wir angestellt haben, das Leid, das wir geteilt haben, die Orte, die wir gesehen haben, den gegenseitigen Ansporn, den wir uns gegebenen haben, die Pläne, die wir geschmiedet haben und alles, was wir gemeinsam erreicht haben. Du, lieber Christian, hast mich in unserer langen gemeinsamen Freundschaft zu einem besseren Mensch werden lassen. Dafür danke ich dir!

Meiner Freundin Miriam Behr möchte ich für all ihre Motivation, ihren Rückhalt, ihre Inspiration und ihre Liebe danken. Auf dem scheinbar nicht enden wollenden Endspurt der Dissertationserstellung hat sie mir die nötige Kraft und Zuversicht gegeben. Ich danke ihr für unsere wunderschöne gemeinsame Zeit, die Ruhe und Ausgeglichenheit, die durch sie in mein Leben gekommen sind, für die gemeinsamen Träume, die wir verfolgen. Ihre unerschöpfliche positive Energie, ihr unverrückbar sonni-

ges Gemüt haben mich den Glauben an einen erfolgreichen Abschluss nicht verlieren lassen. Für das Glück, das du in mein Leben gebracht hast, liebe Miriam, bin ich dir zutiefst dankbar.

Schließlich möchte ich mich bei meinen Eltern Klaus und Ursula Schnetzer bedanken. Sie haben mir auf meinem bisherigen Lebensweg den notwendigen Rückhalt gegeben. In guten und schlechten Zeiten haben sie stets zu mir gestanden und mich unterstützt. Als Zeichen meiner tiefen und aufrichtigen Dankbarkeit widme ich ihnen dieses Buch.

Uwe Schnetzer



<http://www.springer.com/978-3-8349-4500-6>

Wirkung von Preisen und Werbung als Instrumente des  
Revenue Managements

Eine empirische Untersuchung am Beispiel von  
integrierten Reiseveranstaltern

Schnetzer, U.

2012, XXIV, 219 S. 39 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-8349-4500-6