

Vorwort zur 2. Auflage

Seit dem Erscheinen der ersten Auflage im Jahr 2018 hat sich in der großen und auch in meiner kleinen Welt einiges geändert. Das Pandemiegeschehen erforderte neue Strategien und Herangehensweisen im Revenue Management – die kurzfristige Verschiebung von über Jahren geplanten Veranstaltungen, das Beherbergungsverbot für bestimmte Zielgruppen und die enorme Nachfrage nach Ende der „Lockdowns“ – um nur ein paar davon zu nennen. Zugleich stellte sich die Frage, ob und wie sich Hotels auf zukünftige Krisen vorbereiten können, ohne einen Anhaltspunkt, welcher Natur diese sein werden. Eine Herausforderung hat sich durch die Pandemie noch deutlich verschärft: der Fachkräftemangel. Begegnet werden kann ihm durch die zunehmende Digitalisierung und Automatisierung, welche Prozesse schneller und effizienter macht. Und durch die Ausbildung neuer Fachkräfte – vielleicht kann dieses Buch einen bescheidenen Beitrag leisten, Interesse für das spannende Feld des Revenue Managements zu wecken.

Durch die geschilderten Veränderungen der letzten Jahre habe auch ich neue Perspektiven und Ansätze im Revenue Management kennengelernt. Auch meine beruflichen Verantwortungen sind in dem Zeitraum gewachsen. Durch die Betreuung des Revenue Managements von mehreren Hotels kam ich mit einer Vielzahl von Märkten, Strategien, Ansichten und Herangehensweisen in Berührung und konnte durch diese Erfahrung fachlich und persönlich immer weiter wachsen.

All diese Veränderungen, Erfahrungen und Erkenntnisse sind in die überarbeitete zweite Auflage eingeflossen. Das Buch ist dadurch etwas umfassender und aktueller geworden, hat jedoch weiterhin den Anspruch, die Grundlagen des Revenue Managements verständlich zu vermitteln.

Frankfurt am Main, Dezember 2023