

Inhalt

Vorwort zur 2. Auflage — V

Vorwort zur 1. Auflage — VI

Abbildungsverzeichnis — XI

Tabellenverzeichnis — XII

Prolog — 1

1 Kennzahlen — 3

- 1.1 Grundlagen — 3
- 1.2 Belegung, Rate, RevPAR — 6
- 1.3 Relationen von Kennzahlen — 10
- 1.4 Marktanteil — 15
- 1.5 Wareneinsatz, Doppelbelegungsfaktor, Frühstücksanteil — 18

2 Segmentierung — 23

- 2.1 Differenzierungsmöglichkeiten von Kundengruppen — 23
- 2.2 Sinnvolle Segmentierung — 25
- 2.3 Wholesaler-Raten und Konditionen — 33
- 2.4 Firmenvertragsraten — 38

3 Yield Management — 45

- 3.1 Einflussfaktoren — 45
- 3.2 Steuerung über den Preis — 49
- 3.3 Steuerung über die Verfügbarkeit — 54
- 3.4 Steuerung nach Buchungskanal — 59
- 3.5 Steuerung nach Segmenten — 66

4 Forecast und Budget — 77

- 4.1 Demand Calendar als Grundlage — 77
- 4.2 Besondere Zeiträume — 84
- 4.3 Budget nach Tagen und Segmenten — 87
- 4.4 Rollierender Forecast — 93
- 4.5 Revenue Management Systeme — 96

5 MICE-Management — 98

- 5.1 Revenue-Mix im MICE-Bereich — 98

X — Inhalt

5.2 Revenue relevante MICE-Kennzahlen — **101**

5.3 Optimierung des MICE-Geschäfts — **109**

5.4 Resilienz in der Hotellerie — **113**

Epilog — 115

Literaturverzeichnis — 116

Register — 117