

## Kurzfassung

<b>Verfasser/in:</b> Stefan Brida, BA	<b>Betreuer/in:</b> FH-Prof. Dr. Christoph Engl
<b>Thema:</b> <b>Ist die Ferienhotellerie bereit für Dynamic Pricing?</b> Wahrgenommene Fairness von Dynamic Pricing in Tirol und Vorarlberg	

### Kurzfassung

Dynamic Pricing (DP) gewinnt in der Hotellerie zunehmend an Bedeutung. Während DP technisch realisierbar ist, müssen Unternehmen die Umsatzsteigerungspotenziale mit den Fairness-Risiken abwägen. In Bezug auf die Fairness-Wahrnehmung von DP besteht ein enormer Forschungsbedarf. Im Bereich der Ferienhotellerie wird die Fragestellung, inwieweit DP als fair wahrgenommen wird und welche Faktoren die Preisfairness beeinflussen, bisher von keiner wissenschaftlichen Arbeit aufgegriffen.

Für diesen Zweck wird das theoretisch-konzeptionelle Konstrukt der Preisfairness-Wahrnehmung aus der verhaltenswissenschaftlichen Preistheorie sowie dem Konsumentenverhalten hergeleitet. Die Dual-Entitlement-Theory wird unter Berücksichtigung der branchenspezifischen Besonderheiten der Vier-Stern-Ferienhotellerie mit der Referenzpreistheorie zur Erhöhung der empirischen Messbarkeit kombiniert. Auf Basis einer systematischen Literaturanalyse in zwei Schritten werden die allgemeine Preisfairness-Wahrnehmung sowie deren potenzielle Einflussfaktoren als Forschungshypothesen abgeleitet. Zur empirischen Überprüfung wird eine explanative szenariobasierte Onlinebefragung mit einem Experiment erstellt und 541 Gäste von sieben Hotelbetrieben befragt.

Die multiregressions- und korrelationsanalytischen Auswertungen verdeutlichen, dass die Mehrheit DP als fair wahrnimmt und nur geringe Fairnessbedenken bestehen. Dennoch kann eine signifikante Bevorzugung einer statischen Preisgestaltung festgestellt werden. Beim Informationsgrad einer Preisgestaltung sowie der Bekanntheit von DP werden signifikant positive Zusammenhänge mit der Preisfairness-Wahrnehmung belegt. Beim Alter wird als einzige demografische Variable ein signifikant positiver Zusammenhang erwiesen. Beim Einkommen, der Herkunft und dem Bildungsniveau kann kein signifikanter Zusammenhang festgestellt werden, wobei die deskriptive Auswertung deutliche Unterschiede innerhalb dieser Einflussfaktoren aufzeigt. Beim Reisegrund, dem Geschlecht sowie der Urlaubshäufigkeit werden keine Zusammenhänge mit der Preisfairness-Wahrnehmung und auch keine Unterschiede festgestellt. Auf Basis der Ergebnisse wird das Forschungsmodell adaptiert und sieben Elemente für ein erfolgreiches kundenorientiertes DP definiert.

**Eingereicht am:** 18.05.2021