Kurzfassung

Verfasser/in:	**Betreuer/in:**
Paul Hilber	Janosch Untersteiner, BA MA

Titel:
Dynamic Pricing in alpinen Destinationen, um Besucherströme gezielt zu lenken

Keywords (bitte formulieren Sie 3-5 wissenschaftliche Suchbegriffe zu Ihrer Arbeit):
Dynamic Pricing; Besucherlenkung; alpines Destinationsmanagement; Destination Governance; Preisfairness

Kurzfassung:

Die vorliegende Masterarbeit untersucht, wie Dynamic Pricing in touristischen Destinationen des Alpenraums zur gezielten Lenkung von Besucherströmen eingesetzt werden kann. Ausgangspunkt ist die zunehmende Herausforderung alpiner Destinationen, touristische Nachfrage nicht nur zu generieren, sondern räumlich und zeitlich besser zu steuern. Dabei stehen Kapazitätsgrenzen, saisonale Nachfragespitzen, ökologische Belastungen, Akzeptanzfragen und die fragmentierte Akteursstruktur touristischer Destinationen im Mittelpunkt. Ziel der Arbeit ist es, Dynamic Pricing nicht ausschließlich als Instrument der Erlösoptimierung zu betrachten, sondern dessen Potenzial und Grenzen als Bestandteil eines integrierten Besucherlenkungssystems zu analysieren.

Methodisch basiert die Arbeit auf einer theoretischen Auseinandersetzung mit Dynamic Pricing, Price Fairness Theory, Besucherlenkung und Destination Governance sowie auf zwei qualitativen Fokusgruppen mit Expertinnen und Experten aus Destinationsmanagement, Revenue Management, touristischer Beratung, Bergbahnen, digitaler Besucherlenkung und praktischer Destinationsentwicklung. Die Auswertung erfolgte mittels qualitativer Inhaltsanalyse entlang eines deduktiv entwickelten Kategoriensystems.

Die Ergebnisse zeigen, dass Dynamic Pricing im Alpenraum zur Besucherlenkung beitragen kann, jedoch nicht als alleinstehendes Instrument geeignet ist. Seine Wirkung entsteht vor allem dort, wo Preisimpulse mit Governance-Strukturen, Datenintegration, transparenter Kommunikation, attraktiven Alternativangeboten und weiteren Steuerungsmechanismen verbunden werden. Eine zentrale Erkenntnis ist, dass Destinationsmanagementorganisationen meist keine direkte Preishoheit besitzen, aber eine wichtige koordinierende Rolle als Governance-Plattform übernehmen können. Ebenso zeigt sich, dass Preisfairness, Transparenz und Nachvollziehbarkeit entscheidend für die Akzeptanz dynamischer Preise sind. Die Arbeit kommt zu dem Schluss, dass Dynamic Pricing Besucherlenkung im Alpenraum unterstützen, aber nicht ersetzen kann. Es entfaltet seinen strategischen Wert erst als Teil eines koordinierten, datenbasierten und akzeptierten Besucherlenkungssystems.

Eingereicht am: 18.05.2026