

Integrierte dynamische KI-Preisgestaltung:
Architektur und Funktionsprinzipien



1. In diesem Dokument verwendete Schlüsselbegriffe

- **Agentic harness:** Ein KI-System, das einen gesamten Prozess autonom orchestriert und bei Bedarf spezialisierte Tools aufruft.
- **Wettbewerbsgruppe:** Eine individuell definierte Gruppe nahe gelegener oder vergleichbarer Unterkünfte, die zum Vergleich der Wettbewerbspreise beobachtet wird.
- **Frontier-Modell:** Das zu einem bestimmten Zeitpunkt leistungsfähigste verfügbare KI-Modell. Es wird regelmäßig evaluiert und ausgetauscht.
- **GBM (Gradient Boosted Model):** Ein Verfahren des maschinellen Lernens, das sich für strukturierte Daten wie Buchungen und Preise eignet.
- **Guardrails:** Von der Unterkunft festgelegte harte Preisgrenzen, die die KI nicht überschreiten darf.
- **Inference:** Der Zeitpunkt, an dem die KI eine Live-Preisentscheidung generiert, im Gegensatz zur Trainingsphase.
- **LLM / SLM:** Large Language Models (große Sprachmodelle) und Small Language Models (kleine Sprachmodelle) sind KI-Modelle, die natürliche Sprache verstehen und erzeugen.
- **Machine Learning (ML):** Algorithmen (mathematische Regeln und statistische Methoden), mit denen KI lernt, Muster zu erkennen, um auf Basis neuer Daten präzise Prognosen zu erstellen.
- **SHAP-Werte (Darstellung der Einflussfaktoren):** Eine grafische Methode, mit der sich darstellen lässt, wie stark einzelne Faktoren den vorhergesagten Preis voraussichtlich nach oben oder unten beeinflussen.

2. Riepilogo dei Prezzi dinamici con IA integrata di eviivo

eviivos **integrierte dynamische KI-Preisgestaltung** basiert auf einem agentischen KI-System. Es kombiniert traditionelles maschinelles Lernen zur Nachfrageprognose und Preisoptimierung mit hochmodernen Large Language Models (LLMs) sowie weiteren generativen KI-Verfahren für kontextbezogene Schlussfolgerungen, die Interpretation von Strategien und die Erklärbarkeit.

Das System arbeitet als **Agentic Harness** und nicht als lineare Pipeline. Die KI orchestriert den gesamten Prozess: von der Entscheidung, welche Daten abgerufen werden sollen (einschließlich Live-Internetsuchen während des laufenden Prozesses) bis hin zur Erstellung des finalen Preises und der natürlichsprachlichen Erklärung, warum dieser Preis gewählt wurde. Innerhalb dieses Harness übernehmen spezialisierte Komponenten unter anderem die Nachfrageprognose, die Interpretation von Zielen und die Prüfung von Einschränkungen. Die **KI ist jedoch in jeder Phase präsent** und führt Schlussfolgerungen durch, statt lediglich auf die Übergabe von einem Prozessschritt zum nächsten zu warten.

Diese Architektur ist auf Weiterentwicklung ausgelegt. Einzelne Komponenten können unabhängig voneinander aktualisiert oder ersetzt werden, wenn sich die KI-Landschaft verändert. Gleichzeitig **lernt das System kontinuierlich** aus manuellen Überschreibungen, Nutzerfeedback und neuen Marktsignalen.

3. Architektur

Das System lässt sich am besten als Agentic Harness beschreiben, in dem KI während des gesamten Prozesses präsent ist, jeden Schritt orchestriert, Schlussfolgerungen durchführt und bei Bedarf eingreift. Die Komponenten bilden die wichtigsten Phasen des Prozesses ab:

Datenabruf

Das System verarbeitet eine umfangreiche und vielfältige Datenbasis, darunter:

- **Die historische Performance einer Unterkunft** auf Grundlage der uneingeschränkten internen Daten im eviivo PMS
- Allgemeine **externe Marktdaten und Online-Nachfragesignale**.
- **Wettbewerbsinformationen** zu ähnlichen Unterkunftsarten in der Umgebung sowie zu einem individuell definierten Comp Set
- **Vollständige Angaben zu Ausstattung und Annehmlichkeiten** sowie die Bewertungen und ausführlichen Rezensionen der Unterkünfte, die in eviivo Suite gesammelt werden – sowohl direkte Bewertungen als auch OTA-Bewertungen
- **Wettervorhersagen**
- **Veranstaltungskalender**, einschließlich des Preiskalenders von eviivo und zusätzlicher lokaler Veranstaltungen, die von Nutzern bereitgestellt werden

Besonders wichtig: Der Agent kann zum Zeitpunkt der Inference live im Internet suchen. Die für eine einzelne Preisentscheidung **verfügbaren Datenquellen sind daher nicht auf eine feste Liste beschränkt**. Das System entscheidet im jeweiligen Moment, welchen Kontext es benötigt, und ruft die entsprechenden Informationen ab.

Nachfrageprognose

Trainierte Modelle des maschinellen Lernens und Verfahren zur Nachfrageprognose sagen die Nachfrage voraus und berechnen mögliche Preise. Innerhalb eines rollierenden Vorschauzeitraums von 90 Tagen wird jede Übernachtung einzeln bepreist – für jeden Tarifplan und jedes Aufenthaltsszenario –, wobei die angrenzenden Zeiträume von 7 und 60 Tagen kontextbezogen berücksichtigt werden. Die Analyse basiert auf speziell entwickelten Gradient-Boosting-Modellen (GBMs).

Kontextbezogene Schlussfolgerungen (generative KI)

Hochmoderne Large Language Models (LLMs) und weitere generative KI-Verfahren interpretieren:

- die kommerziellen Ziele, die eine Unterkunft oder Gruppe in der eviivo Suite hinterlegt hat.
- die damit verbundenen Bedingungen,
- sowie eingebrachtes Nutzerfeedback.

Diese Ebene bewertet die Ergebnisse des maschinellen Lernens im Kontext der Strategie Ihrer Unterkunft und der aktuellen Rahmenbedingungen. Sie übersetzt übergeordnete Ziele wie „RevPAR maximieren, sobald die Auslastung 70% übersteigt“ in konkretes Preisverhalten.

Vorgaben für die Nachbearbeitung

Eine Ebene zur Prüfung von Einschränkungen **stellt sicher, dass die vorgeschlagenen Preise die konfigurierten Guardrails nicht verletzen** – es sei denn, bedingte Regeln erlauben dies ausdrücklich. Es wird kein Preis veröffentlicht, der die festen Preisgrenzen Ihrer Unterkunft überschreitet.

Ergebnis und Nachvollziehbarkeit

Der finale Preis wird an eviivo Suite zurückgegeben und kann sofort über alle verbundenen Kanäle veröffentlicht werden. Gleichzeitig erhalten Sie **zwei Erklärungsebenen, die auf dem Bildschirm angezeigt werden:**

- SHAP-Werte aus dem ML-Modell liefern quantitative Informationen zum Einfluss einzelner Faktoren. Sie zeigen genau, wie stark jeder Faktor den Preis beeinflusst hat.
- Die agentische Pipeline erstellt eine natürlichsprachliche Erklärung, welche die SHAP-Werte zusammenfasst.

Beide Erklärungsebenen entstehen direkt im Rahmen des Entscheidungsprozesses – nicht erst nachträglich. Dadurch ist sichergestellt, dass die Entscheidung der KI und die dazugehörige Erklärung jederzeit übereinstimmen.

Falls die Interpretation eines Ziels auf einen Sonderfall stößt, optimiert das System standardmäßig auf Umsatzwachstum. So bleibt das Preisverhalten auch in unerwarteten Situationen wirtschaftlich sinnvoll.

4. Datenquellen

Das System nutzt eine große Bandbreite an Daten. Es kombiniert die eigenen PMS-Daten von eviivo mit Wettbewerbsinformationen, Marktsignalen, Umweltfaktoren und Live-Webrecherchen. Zusammen geben diese Quellen der KI einen umfassenden Echtzeitüberblick über die Faktoren, die eine bestimmte Preisentscheidung beeinflussen sollten.

Insgesamt kann die AI Price Engine auf mehr als 100 Milliarden Datenpunkte zugreifen und diese verarbeiten.



Quelle	Enthaltene Informationen
eviivo Suite – vollständige PMS-Historie	Unterkunftsdaten: Art, Standort, Einrichtungen, Annehmlichkeiten, Barrierefreiheit und Richtlinien. Unterkunftskategorie: Kapazität, Größe, Badezimmer, Ausstattung, Rack Rate, Zuschläge für Erwachsene und Kinder sowie Mindest- und Höchstpreis-Guardrails. Preisstrategie: Tarifplanmodell (Pauschalpreis, auslastungsbasierte Preisgestaltung, Preisgestaltung nach Erwachsenen/Kindern), Übernachtungspreise nach Wochentag oder Saison, Steuern, Verpflegungsart, Mindest- und Höchstaufenthaltsdauer, Aktionen und Preisregeln. Richtlinien: Stornierungs- und Anzahlungsbedingungen, Regeln für An- und Abreisetage sowie geöffnete OTA-Kanäle. Buchungsdaten in Echtzeit: Preis pro Übernachtung, Steuern, Währung sowie zusätzliche Gebühren und Kosten für Gäste. Änderungen an Restriktionen werden unmittelbar berücksichtigt. Bestandsblockierungen: Eigentümerblockierungen, Reinigungen und Kontingente. Nachfragesignale aus Google Analytics: Suchergebnis- und Seitenaufrufe pro Unterkunft und Tag. Gästebewertungen von der eigenen Website und mehreren OTAs, einschließlich Gesamtbewertung, Teilbewertungen für Sauberkeit, Preis-Leistungs-Verhältnis, Lage, Gastgeberinteraktion, Erwartungserfüllung, Ausstattung und Komfort sowie des vollständigen Rezensionstextes. OTA-Listing-IDs und Provisionssätze.
Allgemeine Marktdaten	Marktdaten aus seriösen, öffentlich zugänglichen Quellen umfassen: (1) Unterkünfte ähnlicher Art in der Umgebung (2) ein individuell definiertes Comp Set. Für beide Gruppen werden Unterkunftsart, Lage und Einrichtungen, Zimmerkonfiguration, Kapazität, Ausstattung, Bewertungsnoten und Teilbewertungen, Host-Status, Dauer der Vermietung und Standort erfasst. Zusätzlich werden Preise nach Anreisedatum erfasst, einschließlich Preise vor und nach Rabatten, Steuerbeträge, Reinigungsgebühren, sonstiger Gebühren, Stornierungsbedingungen und -gebühren, Preise pro Nacht und Gast sowie Verfügbarkeit. Buchungsdaten auf Marktebene mit ADR, Übernachtungen und Umsatz werden nach Tag, Monat und Buchungsfenster aggregiert und nach Kanal, Unterkunftsart und geografischem Gebiet segmentiert.
Wetter	Tägliche Vorhersagen auf Stadtebene nach geografischem Standort, einschließlich Minimal- und Maximaltemperatur, minimaler und maximaler Windgeschwindigkeit, Regen, Schnee, Gesamtniederschlag, Bewölkung und relativer Luftfeuchtigkeit.
Veranstaltungen	Unabhängig ermittelte lokale Veranstaltungen und Saisonzeiträume zusätzlich zu den in eviivo Suite hinterlegten Veranstaltungen. Erfasst werden Start- und Enddaten, Bezeichnungen der Zeiträume und Veranstaltungsarten sowie eine individuell definierte Liste lokaler Veranstaltungen mit Angabe der erwarteten Auswirkungen auf die Nachfrage.
Dynamische Webdaten (Live während der Inference)	Das LLM innerhalb des Agentic Harness kann während der Verarbeitung im Internet suchen. Die Datenquellen sind daher nicht auf die oben genannten Quellen begrenzt. Die KI entscheidet in Echtzeit, ob zusätzlicher Kontext eine Preisentscheidung verbessern würde, und ruft die entsprechenden Informationen ab.

5. So funktioniert die Preisgestaltung

Optimierungszeitraum

Die Optimierung erfolgt auf rollierender Basis für die kommenden 90 Tage und nicht nach Kalendermonaten. Jede Übernachtung wird für jeden Tarifplan einzeln bepreist, wobei die angrenzenden Zeiträume von 7 und 60 Tagen kontextbezogen berücksichtigt werden.

Interpretation von Zielen

eviivos KI-Einstellungen unterstützen individuell definierte Preisstrategien, bei denen Einschränkungen und Ziele auf mehreren Ebenen festgelegt werden können. Zu den Zielen gehören die Maximierung von RevPAR, Auslastung oder Preis. Diese Ziele werden von der Gruppen- beziehungsweise Portfolioebene über die Unterkunftsebene bis hin zur Ebene der Unterkunfts-kategorie weitergegeben. Sie werden vererbt, sofern sie nicht ausdrücklich überschrieben werden.

Diese Hierarchie ist vollständig granular. Eine Boutique-Hotelgruppe könnte beispielsweise auf Portfolioebene „Auslastung maximieren“ festlegen, dieses Ziel für ein Vorzeigeeobjekt durch „RevPAR maximieren“ überschreiben und auf Kategorieebene erneut anpassen, sodass Premium-Suiten den Preis maximieren, während Standardzimmer auf eine möglichst vollständige Belegung hinarbeiten. Alle diese Strategien laufen gleichzeitig. Die KI interpretiert die übergeordneten Ziele zusammen mit einer bedingten Logik – etwa Auslastungsschwellen – und übersetzt sie in konkretes Preisverhalten.

Lernen aus manuellen Überschreibungen

Manuelle Preisänderungen werden im nächsten Preiszyklus als Merkmale berücksichtigt. Die KI lernt sowohl aus der Tatsache, dass ein Preis geändert wurde, als auch aus dem konkreten neuen Preis. Dieses Signal fließt in spätere Empfehlungen ein.

Nutzerfeedback

Natürlichsprachliches Feedback kann in die Entscheidungslogik der KI einbezogen werden. Das Feedback wird täglich verarbeitet, sofern es aktuell und nicht älter als drei Tage ist. Während der ersten Testphasen wurde beispielsweise nach einem unerwarteten technischen Vorfall, durch den einige Zimmer nicht verfügbar waren, entsprechendes Feedback in die Entscheidungslogik einbezogen. Die KI-Preisgestaltung passte daraufhin die Preise automatisch an und verfolgte eine aggressivere Preisstrategie, um ein mögliches Defizit bis zum Monatsende auszugleichen.

Algorithmen und Modelle

- **Maschinelles Lernen:** Trainierte ML-Modelle und Verfahren zur Nachfrageprognose. Gradient-Boosting-Modelle (GBMs) bilden den wichtigsten Ansatz.
- **Generative KI (LLM):** Hochmoderne Large Language Models werden für kontextbezogene Schlussfolgerungen, die Interpretation von Zielen und die Erklärbarkeit eingesetzt. Die Modelle werden regelmäßig evaluiert und ausgetauscht; die Verwendung eines einzigen Modells wäre weniger präzise.
- **Generative KI (ohne LLM):** Weitere generative KI-Verfahren werden ergänzend zu LLMs eingesetzt.
- **Erklärbarkeit:** Ein SHAP-Diagramm wird verwendet, um den quantitativen Beitrag jeder Gruppe von Preisfaktoren auf einfache Weise grafisch darzustellen.
- **Experimentell:** Kleine Sprachmodelle (SLMs) werden dort eingesetzt, wo dies sinnvoll und spezifisch relevant ist, um die Leistungsfähigkeit zu verbessern.

6. Erklärbarkeit

Jede Preisentscheidung wird von einer vollständigen Erklärung begleitet, die als Bestandteil des Entscheidungsprozesses selbst erzeugt wird. Dies erfolgt auf zwei Ebenen.

1. Auf der quantitativen Ebene zeigen SHAP-Werte aus den ML-Modellen exakt, welchen Beitrag jedes Merkmal zum empfohlenen Preis geleistet hat. Sie bilden die Grundlage für die Faktorvisualisierungen im Produkt. Die Faktoren werden unter anderem in folgende Kategorien gruppiert:

- Unterkunftsart und Kapazität
- Buchungshistorie und Auslastung
- Buchungsfenster und Pickup-Rate
- Kalender und Verfügbarkeit
- Wettbewerbsdaten
- Veranstaltungen
- Gästebewertungen
- Markt und Lage
- Richtlinien und Restriktionen
- Preishistorie
- Saisonalität und Wochenenden
- Wetter

2. Auf der Ebene der Schlussfolgerungen erstellt die agentische Pipeline eine natürlichsprachliche Erklärung der Entscheidung. Sie greift dabei auf denselben Kontext zurück, der auch für die Preisentscheidung verwendet wurde. Das konkrete LLM, das die Erklärung erstellt, kann sich im Laufe der Zeit ändern, wenn Modelle evaluiert und ausgetauscht werden. Die Erklärung stammt jedoch immer aus demselben Entscheidungsprozess und nicht aus einem separaten System, das den fertigen Preis nachträglich analysiert. Diese Funktion wird sich voraussichtlich am stärksten weiterentwickeln, da LLMs leistungsfähiger werden.

7. Kennzahlen und KPIs

Die folgenden zentralen KPIs werden nach Unterkunftskategorie aggregiert und von AI Pricing verwendet:

- **Verfügbarer Bestand:** Gesamtbestand abzüglich blockiertem Bestand.
- **Nettoauslastung in %:** Verkaufter Bestand / verfügbarer Bestand $\times 100$.
- **Average Daily Rate (ADR):** Netto-Zimmerumsatz / verkaufter Bestand.
- **RevPAR:** Netto-Umsatz aus Übernachtungen / verfügbarer Bestand (entspricht Auslastung in % $\times$ ADR).
- **Inventory Pace in %:** Zum jeweiligen Zeitpunkt verkaufte Übernachtungen / am Ende des Zeitraums verfügbare Übernachtungen $\times 100$.
- **Revenue Pace in %:** Zum jeweiligen Zeitpunkt erzielter Zimmerumsatz / Zimmerumsatz am Ende des Zeitraums $\times 100$.
- **Pickup:** Zu einem bestimmten Zeitpunkt neu verkaufter Bestand oder Umsatz abzüglich der zum selben Zeitpunkt eingegangenen Stornierungen.
- **Pickup-Rate:** Pickup / Anzahl der Tage im Zeitraum.

Für die Prognose werden sowohl eine einfache Methode – bisherige Aufenthalte, skaliert anhand des Vorjahresverhältnisses – als auch eine fortgeschrittenere Methode verwendet. Letztere berücksichtigt bereits vorliegende zukünftige Buchungen, skaliert anhand des Vorjahresverhältnisses, einschließlich der möglichen Auswirkungen künftiger Stornierungen.

8. Eine kurze Fallstudie von eviivo's integrierter dynamischer KI-Preisgestaltung

Ein Londoner 3-Sterne-Hotel führte die AI-Pricing-Lösung von eviivo Ende Juni 2026 erstmals ein. Im Vorjahr hatte das Hotel bereits eine **Auslastung von 83 % in Juli**, einen RevPAR von 128 £ und einen Umsatz von rund 91.000 £ erzielt.

Das vom Hotelier festgelegte Hauptziel war eindeutig: **RevPAR maximieren**.

Die bereits sehr gute Auslastung von 83 % zu übertreffen, war eine Herausforderung – insbesondere, weil:

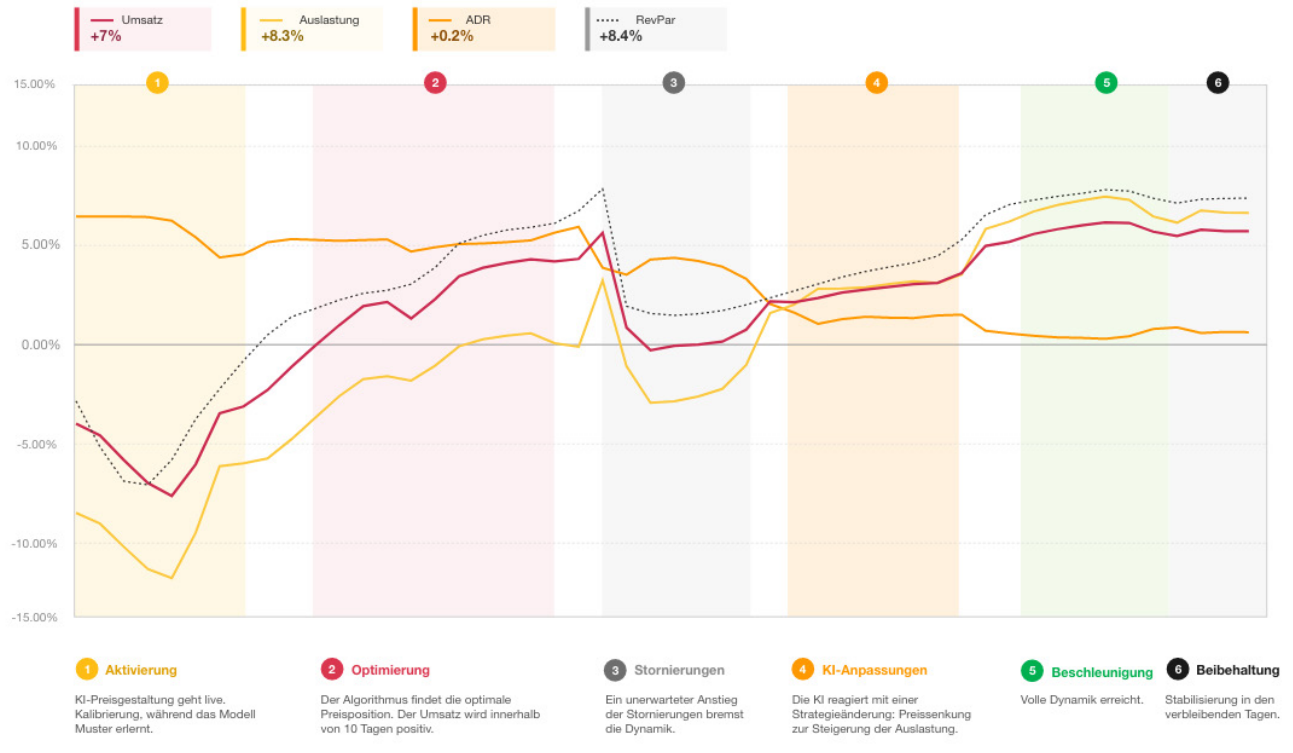
- zu Beginn des Julis alle wichtigen KPI-Werte hinter den Erwartungen lagen;
- die Gruppe am 8. Juli zwei umfangreiche Gruppenreservierungen verlor, nur wenige Tage bevor Stornierungsgebühren fällig geworden wären.

Die folgende Grafik zeigt, wie die KI auf die spezifische Situation dieses Hotels reagierte. Sie stellt die monatliche Entwicklung des Hotels im Juli Tag für Tag dar und vergleicht sie mit der Performance des Hotels zum jeweils gleichen Zeitpunkt im Vorjahr. Alle Werte werden als **prozentuale Veränderung gegenüber dem Vorjahr** dargestellt.

Ab dem 1. Juli wurde das Hotel vollständig automatisiert im KI-Pilotbetrieb mit AI Pricing geführt, ausgehend von einem niedrigen Ausgangsniveau. Zunächst senkte die KI die Preise, bis Auslastung und Umsatz positiv zu reagieren begannen.

KPI-Trendlinie – Wachstum im Jahresvergleich

Tägliche Verfolgung des Wachstums von RevPAR, Umsatz, Auslastung und ADR
Juli 2026 im Vergleich zu Juli 2025



Am 8. Juli erhielt das Hotel eine umfangreiche unerwartete Stornierung und verlor dadurch, wie in der Grafik dargestellt, erhebliche Umsätze. Die KI reagierte mit einer aggressiveren Preisstrategie, um den Rückstand wieder aufzuholen.

Eine nicht öffentlich sichtbare, exklusive Online-Aktion sowie eine Close-out-Regel zur vorübergehenden Deaktivierung von Kanälen mit hohen Provisionen wurden gegen Monatsende aktiviert, um Direktbuchungen zu fördern und Kosten zu reduzieren.

Das Ergebnis

- **Der RevPAR stieg um 8,4 %** von £128 auf £139.
- **Der Umsatz stieg um fast 7 %** auf £97.300.
- **Die Auslastung verbesserte sich um 8,3 %** und stieg von 83 % auf 90 %.
- **Der durchschnittliche Zimmerpreis (ADR) stieg um 0,2 %** auf £154,50.

Im Juli 2026 lag die Auslastung in London zwischen 81 % und 88 %, im August zwischen 75 % und 81 %. Dieses 3-Sterne-Hotel – vollständig im KI-Autopilot – übertraf den Markt mit einer Auslastung von 90 % in beiden Monaten und erzielte im Juli ein Wachstum von 8,3 % und im August von 20 %!

Bemerkenswert war, dass die KI während der Testphase etwas tat, womit kein Mensch gerechnet hatte: Einige Tage lang setzte sie den Preis für ein Zimmer inklusive Frühstück niedriger an als den nicht erstattungsfähigen Preis nur für das Zimmer. Die KI hatte schlicht erkannt, dass die Flexibilität offenbar einen deutlich höheren Aufpreis rechtfertigte als das Frühstück.

9. Betriebsprinzipien

Agentisch statt monolithisch. Die KI arbeitet als orchestrierendes Harness über den gesamten Prozess hinweg und nicht als einzelner Schritt in einer sequenziellen Übergabekette. Das KI-Modell bewertet Datenabruf, Prognose, Zielinterpretation und Prüfung von Einschränkungen als einheitliche Entscheidung und nicht als Reihe isolierter Aufgaben.

Flexibler Einsatz von LLMs. Hochmoderne Modelle werden eingesetzt, aber regelmäßig ausgetauscht, wenn sich der Markt weiterentwickelt. Zusätzlich werden SLMs verwendet, um Kosten und Leistung zu optimieren. Diese Flexibilität stellt sicher, dass AI Pricing stets von den neuesten Entwicklungen bei LLMs profitieren kann.

Zielorientiert mit Umsatzsicherheitsnetz. Das System verfolgt die von Ihnen definierten Ziele und Strategien. Falls etwas Unerwartetes geschieht, optimiert es standardmäßig auf Umsatzwachstum.

Kontinuierliches Lernen. Manuelle Preisänderungen, Nutzerfeedback und neue Daten fließen in die Schlussfolgerungen des Systems in den folgenden Preiszyklen ein. Jede menschliche Intervention macht das System intelligenter.

Von Grund auf erklärbar. Dieselbe agentische Pipeline, die Preisentscheidungen trifft, erzeugt auch die Erklärungen – sowohl die quantitativen, auf SHAP basierenden Faktorbeiträge als auch die natürlichsprachlichen Schlussfolgerungen. Dadurch stimmen die Entscheidung der KI und ihre Erklärung stets überein.

Echtzeitfähig und kontextbezogen. Das System verlässt sich nicht ausschließlich auf einen festen Datensatz. Zum Zeitpunkt der Inference kann die KI das Internet durchsuchen, neuen Kontext abrufen und Informationen, die sie zuvor noch nicht verarbeitet hat, in eine Preisentscheidung einbeziehen. Welche Datenquellen eine bestimmte Rate beeinflussen, hängt nur davon ab, welche Informationen das KI-Modell als relevant beurteilt.

10. Ethik und KI-Sicherheit

- **Personenbezogene Daten:** Das Modell wurde so entwickelt, dass das AI-Pricing-Modell keine personenbezogenen Daten verarbeitet oder offenlegt. Die Vorgaben der DSGVO werden eingehalten.
- **Kreditkarten- und Zahlungsdaten:** In eviivo Suite werden keine Kreditkartendaten gespeichert, da sämtliche Karten gemäß PCI-Anforderungen verschlüsselt und tokenisiert werden.
- **Scraping:** Externe Daten werden durch das Auslesen öffentlich zugänglicher Informationen im Internet abgerufen. Das Scraping erfolgt professionell und ethisch, verwendet ausschließlich öffentlich verfügbare Marktdaten und beachtet vollständig die Berechtigungen und Einschränkungen der jeweiligen Websites. Es findet außerhalb von Spitzenzeiten nach einem „Follow-the-Sun“-Prinzip statt und überschreitet niemals Schwellenwerte für Abfragen mit geringer Auswirkung, um eine Überlastung der Zielwebsite zu verhindern.
- **Sicherheit:**
 - eviivo unterzieht sich jährlich **strengen unabhängigen Audits zur Einhaltung der NF525- und PCI-Anforderungen**. Dazu gehören mehrwöchige Audits vor Ort sowie eine Reihe von Penetrationstests.
 - eviivo nutzt eine **mehrschichtige Sicherheitsinfrastruktur** mit eigener Firewall, Intrusion Detection, Schutz vor Viren, Trojanern und Ransomware, Ratenbegrenzungen sowie einem Takedown-Service zur Bekämpfung von Phishing.
 - Darüber hinaus betreibt eviivo einen **Disaster-Recovery-Service** mit einem Backup-Rechenzentrum, das zusätzlich durch einen vollständigen Moat-Service gegen DDoS-Angriffe geschützt ist.
 - Die internen Systeme und Entwicklungsumgebungen von eviivo sind vollständig von der Produktionsplattform getrennt. Außerdem hat eviivo durchgängig eine **Multi-Faktor-Authentifizierung** implementiert.
- **KI-Sicherheit:** Die im AI-Pricing-System eingesetzten generativen KI-LLMs und ML-Verfahren lesen Preisdaten oder Ausstattungsdaten über eine vollständig authentifizierte, sichere API aus eviivo Suite und übertragen sie dorthin zurück. Dadurch haben die LLMs und ML-Modelle selbst keinen direkten Zugriff auf die Produktionsplattform. Die gesamte KI-Verarbeitung erfolgt in einer separaten Umgebung. Über Webhooks abgerufene Daten werden nach der Verarbeitung über eine sichere API zurückübertragen. Die API ermöglicht keinen Zugriff auf personenbezogene Daten, Karteninformationen, Passwörter oder Nutzerprofildaten.
- **Keine Preisabsprache:** Das Modell Inherent Dynamic AI Pricing von eviivo greift auf mehrere Datenquellen zu, um den optimalen Preis zu bestimmen. Es legt jedoch keine konkreten Wettbewerbspreise offen oder teilt diese mit anderen. Wettbewerbspreise sind lediglich einer von vielen berücksichtigten Faktoren. **eviivo stellt keine Preisplattform bereit** und fungiert nicht als solche. Dieser Ansatz schützt Sie vor rechtlichen Risiken. Die Preisgestaltung jedes Kunden wird unabhängig optimiert. Die Preise eines Kunden sind für andere Kunden weder sichtbar noch werden sie zur Festlegung der Preise anderer Kunden verwendet.

11. Unterschiede zwischen AI-Pricing-Tools

Bei der Bewertung eines Pricing-Tools und seiner Eignung für Ihr Unternehmen sollten Sie zwei grundlegende Dimensionen betrachten:

1. **Betriebsmodell:** die Art und Weise, wie Sie mit dem Tool arbeiten
2. **KI-Typ:** die Art der Intelligenz, die das Tool steuert

Drei Betriebsmodelle

Umfangreiche Konfiguration

Sie entwickeln Ihre Preisstrategie über detaillierte Einstellungen, darunter unter anderem: Basispreise, Mindest- und Höchstpreise, Frühbucherrabatte, kurzfristige Preisauflagen, Lückenregeln, Saisonprofile, Anpassungen nach Wochentag und vieles mehr.

Pricing-Tools, die eine umfangreiche Konfiguration und Machine-Learning-Algorithmen nutzen, prognostizieren in der Regel die Nachfrage und berechnen Preise. Die Ergebnisse hängen jedoch maßgeblich davon ab, wie gut das Tool konfiguriert und eingerichtet ist, in welchem Umfang es an die individuellen Anforderungen angepasst werden kann und wie regelmäßig es gepflegt und aktualisiert wird.

Diese Tools belohnen Fachwissen und Zeitaufwand und liefern ihre besten Ergebnisse, wenn sie aktiv verwaltet werden.

Geführte Automatisierung

Dieses Modell bietet ähnliche Prognosefunktionen wie Tools mit umfangreicher Konfiguration, verfolgt jedoch einen deutlich weniger aufwendigen Ansatz. Lösungen mit geführter Automatisierung sind darauf ausgelegt, mit möglichst wenigen Einstellungen zu arbeiten: Sie legen einen Basispreis und Ihre Preisgrenzen fest, wählen Ihr Ziel aus – den Rest übernimmt das System.

Viele Tools in dieser Kategorie bieten zudem Möglichkeiten, die Ausrichtung des Algorithmus anzupassen. Dazu gehören beispielsweise **Regler für die Preisaggressivität**, mit denen Sie steuern können, wie offensiv der Algorithmus bei Preisentscheidungen vorgeht. Hinzu kommen **Strategievorlagen**, etwa die Vorgabe, die Auslastung zunächst bis zu einem bestimmten Wert zu maximieren und den Fokus anschließend auf höhere Preise zu legen. Durch die Kombination beider Optionen ist eine noch individuellere Anpassung möglich.

PMS-eigene Preisgestaltung

Pricing-Tools innerhalb eines PMS enthalten zwar Elemente der beiden oben genannten Modelle, verdienen jedoch eine eigene Kategorie, weil sie besondere Vorteile und Integrationsmöglichkeiten bieten.

Zwei Arten von KI

Tools zur Preisgestaltung im Gastgewerbe nutzen Machine-Learning-Techniken, um beispielsweise die zukünftige Nachfrage und die Preissensitivität zu prognostizieren. Der entscheidende Unterschied liegt darin, wie diese Erkenntnisse in konkrete Preise übersetzt werden.

Prädiktives ML

Der Algorithmus verarbeitet historische Daten, Marktsignale und von Ihnen festgelegte Parameter und berechnet den Preis, der am besten zu diesen Eingaben passt. So funktionieren die meisten Pricing-Tools. Die besten Implementierungen können hervorragende Ergebnisse liefern. Wenn Sie das Verhalten des Tools ändern möchten, passen Sie eine Einstellung an, beispielsweise einen Regler oder eine Regel. Allerdings kann die Konfiguration dieser Tools für optimale Ergebnisse sowie deren tägliche Verwaltung zeitaufwendig sein.

Inherent Dynamic AI Pricing

Mit den zunehmenden Möglichkeiten von KI entsteht ein neuer Ansatz, bei dem ein vollständiges ML-Modell direkt in eine generative KI-Struktur eingebettet wird. Generative KI umfasst Technologien wie Claude, ChatGPT oder Gemini.

Dieser Ansatz ermöglicht die Erstellung maßgeschneiderter Preisstrategien auf Basis individueller, einfach definierter Zielvorgaben. Die KI kann dabei mehr als 100 Milliarden Datenpunkte verarbeiten und bei Strategieänderungen dynamischer – also mit mehr „gesundem Menschenverstand“ – auf die Performance und den jeweils neuesten Kontext reagieren, beispielsweise auf eine unerwartete, umfangreiche Stornierung zur Monatsmitte.

Dies lässt sich besonders gut mit einer natürlichsprachlichen Erklärung der KI verbinden. Solche Erklärungen werden zwar von verschiedenen Anbietern eingesetzt, funktionieren aber noch besser, wenn die zugrunde liegende Preisentscheidung von derselben KI getroffen wurde. Viele Anbieter verwenden generative KI für die Erklärung, während das eigentliche Tool im Hintergrund meist auf eigenen ML-Algorithmen basiert.

12. Fünf Fragen zum Thema Preisautomatisierung

1. Wer verwaltet die Preise im Tagesgeschäft?

Wenn Sie einen Revenue Manager beschäftigen, der gerne Comp Sets erstellt, Preise anpasst, Extranets aktualisiert und Preisstrategien testet, wird ein Tool mit umfangreicher Konfiguration diesen Einsatz belohnen.

Wenn Ihr Hauptaugenmerk darauf liegt, Ihre Reputation und Ihr Direktgeschäft zu steigern, sollten Sie eher eine Automatisierung als ein manuelles Revenue Management in Betracht ziehen. Überlassen Sie der KI die Grundlagenarbeit und konzentrieren Sie sich auf die Preisanalyse, die Überwachung der KI, die Festlegung von Gruppenstrategien und Grenzen für ausgehandelte Firmenraten oder die digitale Positionierung Ihrer Angebote. Der Preis ist wichtig, aber nur ein Bestandteil des gesamten Zusammenspiels.

Wenn die Preisgestaltung lediglich eine von zwanzig Aufgaben ist, die Sie erledigen, sollten Sie unbedingt nach einem Tool suchen, das Aufgaben ausführt, statt nur Empfehlungen zu geben. Gute Tools lassen Ihnen jederzeit die Kontrolle und beseitigen zugleich die mühsamsten Aufgaben der Preisgestaltung.

2. Kann das Tool unterschiedliche Strategien für verschiedene Geschäftsbereiche abbilden?

Ein einheitliches Preisziel kann für ein Gästehaus mit fünf Zimmern völlig ausreichend sein. Wenn Sie jedoch mehrere Unterkünfte oder ein gemischtes Portfolio verwalten und unterschiedliche Unterkunfts-kategorien an verschiedenen Standorten mit jeweils unterschiedlichen wirtschaftlichen Aufgaben haben, benötigen Sie möglicherweise mehr Flexibilität.

Prüfen Sie in diesem Fall, ob:

- das Tool es Ihnen ermöglicht, Ziele und Strategien nach Segment zu differenzieren (z. B. auf Gruppen-, Unterkunfts- und Kategorieebene) – und das alles über einen einzigen Login und einen zentralen Kalender.
- diese Varianten sinnvolle Standardwerte übernehmen, damit Sie nicht jede Einstellung von Grund auf neu konfigurieren müssen.

3. Wie starr sind die Guardrails?

Feste Mindestpreise schützen Ihr Preisniveau, können aber nicht auf veränderte Marktbedingungen reagieren. Einige Tools erlauben der KI, ihre Guardrails flexibel anzupassen, wenn von Ihnen definierte Bedingungen erfüllt sind – etwa bei niedriger Auslastung, einem langen Buchungsfenster oder Lücken im Kalender. Diese bedingte Flexibilität kann Umsätze zurückgewinnen, die bei einer starren Preisuntergrenze verloren gehen würden.

4. Woher stammen die Preise?

Preise werden entweder in einem Drittanbieter-Tool erzeugt und an Ihr PMS übertragen oder direkt innerhalb Ihres PMS generiert. Eine Pricing Engine im PMS erspart Ihnen einen zusätzlichen Synchronisierungsschritt, einen weiteren Login und eine zusätzliche Supportbeziehung. Ein eigenständiges Tool kann dagegen mehr Möglichkeiten zur detaillierten Konfiguration bieten.

Beide Optionen sind sinnvoll. Entscheidend ist, welcher Kompromiss am besten zu Ihrer Arbeitsweise passt.

5. Wie skalieren die Kosten?

Gebühren, die als Prozentsatz des Umsatzes berechnet werden, bieten ein besonders ausgewogenes Chancen-Risiko-Verhältnis: Sie steigen, wenn sich Ihre Performance verbessert, und sinken, wenn das Geschäft zurückgeht. Wenn die Preisautomatisierung beispielsweise 1% Ihres Umsatzes kostet, aber zu einer Verbesserung von 5% führt, profitieren Sie davon.

Gebühren pro Listing oder Zimmer bleiben hingegen konstant. Gleichzeitig können Mengenrabatte Sie dabei unterstützen, Ihr Portfolio zu erweitern und mit zunehmender Größe bessere Kennzahlen pro Einheit zu erzielen.

Bei einem wachsenden Portfolio kann sich der Kostenunterschied über mehrere Jahre deutlich verstärken.

Die passende Lösung auswählen

Das beste AI-Pricing-Tool ist dasjenige, das zu Ihrer gewünschten Arbeitsweise passt.

Wenn Sie maximale Konfigurierbarkeit wünschen, gerne aktiv an der Preisgestaltung arbeiten und über das notwendige Fachwissen verfügen, ist ein Tool mit umfangreichen Konfigurationsmöglichkeiten eine gute Wahl.

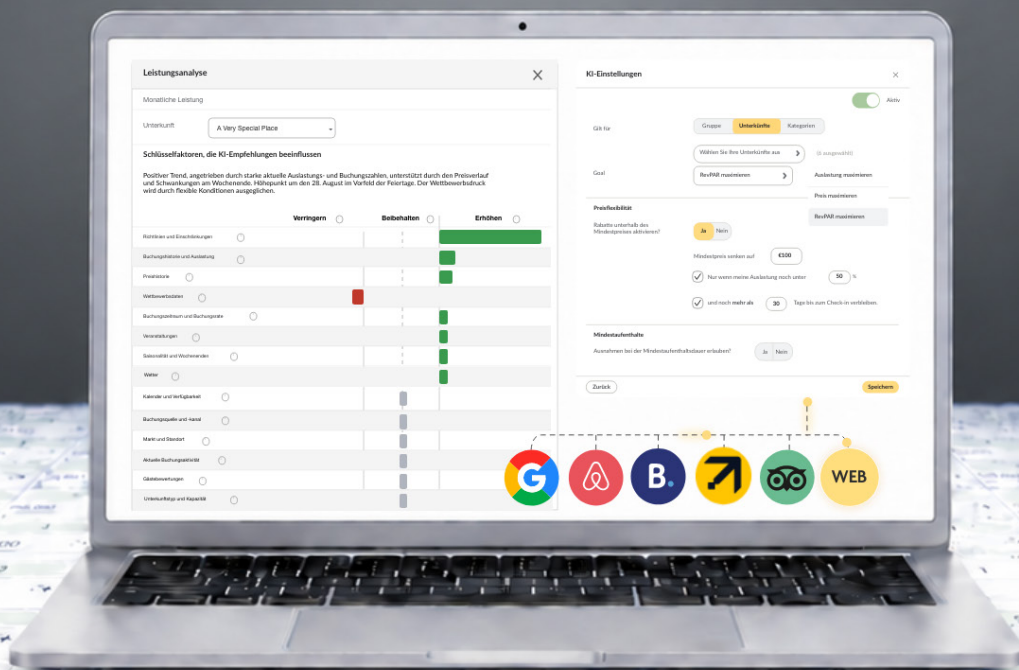
Wenn Ihre Preisgestaltung weitgehend automatisiert laufen soll, Sie dem System aber weiterhin eine klare strategische Richtung vorgeben möchten, gibt es mehrere sehr gute Lösungen mit geführter Automatisierung.

eviivos Inherent Dynamic AI Pricing wurde für Sie entwickelt, wenn Sie:

- unterschiedliche Strategien für verschiedene Bereiche Ihres Unternehmens festlegen möchten;
- bedingte Regeln definieren möchten, unter welchen Voraussetzungen die KI ihre Guardrails flexibel anpassen darf;
- alle Prozesse innerhalb derselben Plattform ausführen möchten, die Sie auch für die Verwaltung Ihres übrigen Geschäfts verwenden – mit der Sicherheit, die Ergebnisse jederzeit einfach überwachen und bei Bedarf unmittelbar eingreifen zu können.

Möchten Sie eviivos integrierte dynamische KI-Preisgestaltung ausprobieren?
Buchen Sie unten eine kostenlose Demo mit einem unserer erfahrenen Berater.

KOSTENLOSE DEMO BUCHEN



eviivo

FÜR WEITERE INFORMATIONEN KONTAKTIEREN SIE

SALES@EVIIVO.COM | +49 (0) 211 5401 4690