

Bericht zur 23. Sitzung der GOR Arbeitsgruppe „Pricing & Revenue Management“

Claudius Steinhardt, München

Die 23. Sitzung der Arbeitsgruppe „Pricing & Revenue Management“ der Gesellschaft für Operations Research (GOR) fand am 27. Februar 2026 in Berlin statt. Gastgeber waren in diesem Jahr die Siemens Mobility GmbH sowie Sqills Products B.V. Etwa 100 Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus Wissenschaft und Praxis folgten der Einladung und nutzten die Gelegenheit zum fachlichen Austausch über aktuelle Entwicklungen im Pricing und Revenue Management.



Bereits am Abend zuvor kam eine Mehrheit der Teilnehmenden zu einem informellen Austausch im Restaurant Cordoba in unmittelbarer Nähe zum Schloss Charlottenburg zusammen. Hier bot sich wie jedes Jahr erneut eine hervorragende Gelegenheit, bestehende Kontakte zu vertiefen und neue Netzwerke zwischen Industrie und Forschung zu knüpfen.

Die Sitzung wurde am Freitagmorgen von Prof. Dr. Claudius Steinhardt eröffnet, der die Anwesenden im Namen der AG Leitung herzlich begrüßte und auf die kontinuierlich wachsende Bedeutung der Arbeitsgruppe verwies. Seitens des Gastgebers hieß Dennis Schauermann (Siemens Mobility GmbH) die Teilnehmenden willkommen. Er gab einen Überblick über die Aktivitäten von Siemens Mobility – von der Konstruktion und dem Bau moderner Schienenfahrzeuge bis hin zu verstärkten Investitionen in Softwarelösungen. In diesem Zusammenhang wurde insbesondere die Rolle der Tochtergesellschaft Sqills Products B.V. hervorgehoben, die auf Reservierungssysteme sowie Pricing- und Revenue-Management-Software spezialisiert ist.

Den fachlichen Auftakt gestalteten Dr. Roy Groen und Gizem Ayas (Sqills Products B.V.) mit ihrem Vortrag „Developing Next-Gen Revenue Management Software for Rail – Challenges and Opportunities“. Sie präsentierten die Softwareplattform „S3 Passenger“, ein flexibel konfigurierbares Software-as-a-Service-System, das Reservierung, Forecasting und Optimierung integriert. Ausgangspunkt der Neuentwicklung waren veraltete Technologien bei vielen Kunden, fehlende Echtzeit-Dashboards sowie unzureichende Prognosemodelle. Neben Machine-Learning-Ansätzen zur Steuerung von Buchungslimits wurde insbesondere der Einsatz von Reinforcement Learning (u. a. Q-Learning sowie Actor-Critic-Architekturen) zur Bewältigung der hohen Dimensionalität bei der Allokation von Preis-Buckets diskutiert. Ein integrierter Sales-Simulator unterstützt dabei die Evaluation alternativer Strategien im komplexen Netzwerk von Zugverbindungen.

Im Anschluss berichteten Dr. Valentin Wagner und Dr. Martin Schönhoff (DB Fernverkehr AG) über „Current Developments in Revenue Management at DB Fernverkehr“. Im Mittelpunkt stand die Einführung eines neuen leg-basierten Forecasting-Systems für rund 200.000 tägliche Verbindungen.

Dieses dient sowohl der Preis- und Kapazitätssteuerung als auch der Personalplanung. Das cloudbasierte System liefert verbesserte Prognosen, reduziert Kosten und ermöglicht eine entwicklerfreundlichere Systemlandschaft. Ergänzend wurde das neue Sitzplatzmanagementsystem vorgestellt, das bei mehreren hundert Millionen verfügbaren Sitzplätzen und tausenden Verfügbarkeitsanfragen pro Sekunde Echtzeit-Updates ermöglicht. Eine inkrementelle Einführung minimierte Implementierungsrisiken und erlaubte einen systematischen Vergleich mit dem Altsystem.

Einen Einblick in die Transformation bei der Lufthansa Group gaben Matthias Frank und Martin Friedemann mit ihrem Vortrag „Lufthansa Group – We are disentangled“. Nach der im Vorjahr erfolgten Vereinheitlichung der Systemlandschaft lag der Fokus nun auf der erfolgten Entkopplung von leg-basierter Kapazitätssteuerung und Origin-Destination-(O&D-)basierter Preissteuerung. Das neue Forecasting verzichtet weitgehend auf O&D- und Fare-Class-Informationen und basiert stattdessen stärker auf Leg-, Traffic- und Marktinformationen. Diskutiert wurden die Chancen robusterer, aggregierter Prognosen ebenso wie die Herausforderungen durch Datenaggregation und potenzielle Erlöseinbußen. Deutlich wurde, wie komplex die Balance zwischen Vereinfachung von Prozessen und Erhalt prognostischer Präzision ist.

Roland Hans und Henning Lindemann (SunExpress Airlines) beleuchteten anschließend das Spannungsfeld zwischen Fluggesellschaften und Reiseveranstaltern im Vortrag „The Leisure Airlines’ Revenue Management Dilemma“. Legacy-Systeme, unterschiedliche Vertragstypen und regulatorische Rahmenbedingungen erschweren eine konsistente Preis- und Kapazitätssteuerung. Als Lösungsansatz wurde die Einführung eines „Real Single Inventory“-Systems vorgestellt, das Preis- und Verfügbarkeitskonsistenz sicherstellt und neue, flexiblere Vertragsformen ermöglicht. Ziel ist eine nachhaltigere und transparentere Zusammenarbeit mit Tour-Operatoren.

Am Nachmittag spannten Dr. Vienna Klein und Dr. Jonas Rauch (Sixt SE) in ihrem Vortrag „Revenue Management Theory vs. Practice“ den Bogen zwischen wissenschaftlicher Modellwelt und praktischer Anwendung. Anhand zentraler Annahmen klassischer Revenue-Management-Modelle – fixe Kapazität, bekannte Nachfrage, ein Preis pro Klasse und eindeutige Zielfunktion – zeigten sie auf, wie stark die Realität von diesen Vereinfachungen abweicht. Diskutiert wurden unter anderem Kapazitätsunsicherheiten, Nachfragevolatilität, Zielkonflikte sowie die enorme Komplexität moderner Forecasting-Systeme. Der Vortrag regte zu einer intensiven Diskussion über die Rolle allgemeiner Konzepte im Vergleich zu spezifischen Algorithmen an.

Jonas Flum und Timo Sommer (Flix SE) widmeten sich in „Testing What Works: Field Experiments in Revenue Management“ der Frage, wie sich neue Pricing- und Optimierungsansätze belastbar evaluieren lassen. Anhand konkreter Beispiele – etwa der Einführung neuer Optimierungsalgorithmen oder dem Abschalten manueller Preissteuerung – wurden experimentelle Designs wie Chessboard-Tests, Simulationen und Live-Tests vorgestellt. Besonders betont wurde die Bedeutung sauberer Testarchitekturen, der Vermeidung experimenteller Verzerrungen sowie einer engen Abstimmung zwischen technischen und fachlichen Teams.

Anchal Gupta und Dr. Christoph Ratay-Sloan (MOIA GmbH) zeigten in „How Demand Forecasting Powers MOIA’s Ridepooling System“, wie räumlich-zeitliche Nachfrageprognosen mittels neuronaler Netze operative Entscheidungen in Echtzeit unterstützen. Forecasts dienen unter anderem der Fahrzeug-Reallokation, der Steuerung von maximalen Umwegzeiten beim Pooling sowie der dynamischen Preisgestaltung. Das System optimiert alle fünf bis zehn Sekunden und verarbeitet hunderte parallele Fahrten bei Pooling-Raten von bis zu 60 Prozent. Damit wurde eindrucksvoll demonstriert, wie datengetriebene Prognosen neue Mobilitätskonzepte ermöglichen.

Mit einem stärker theoretisch geprägten Beitrag schloss Prof. Dr. Rouven Schur (Universität Duisburg-Essen) an. In „Incentivizing In-Store Customers for Last-Mile Delivery“ entwickelte er ein dynamisches

Kompensationsmodell, um stationäre Kundinnen und Kunden für spontane Lieferaufgaben zu gewinnen. Durch geeignete Anreizmenüs lassen sich Teilnahmequoten erhöhen und Lieferkosten senken. Die vorgestellte Lösung basiert auf einer Zerlegung eines zweidimensionalen Problems in mehrere effizient lösbare Teilprobleme und zeigte in numerischen Studien deutliche Vorteile gegenüber statischen Kompensationsmodellen.

Den Abschluss bildete Michael Bartels (Keller & Kalmbach GmbH & Co. KG) mit seinem Vortrag „Strategic Pricing & Change Management: Price Model Transformation in B2B Wholesale“. Am Beispiel eines traditionsreichen C-Teile-Spezialisten wurde der Übergang von einer kostenbasierten Preislogik hin zu einem datengetriebenen Pricing-Modell dargestellt. Neben analytischen bzw. technischen Instrumenten wie Preiskorridoren, Segmentierung und Simulationen stand insbesondere das Change Management im Mittelpunkt. Klare Governance-Strukturen, Pilotprojekte mit dem Vertrieb und C-Level-Unterstützung erwiesen sich als entscheidend für den Transformationserfolg. Die zentrale Botschaft lautete: Pricing ist kein Projekt, sondern eine kontinuierliche Reise.

Neben den inhaltlich vielfältigen Vorträgen boten mehrere Kaffeepausen sowie die Mittagspause reichlich Gelegenheit zum intensiven Austausch. Die positive Resonanz der Teilnehmenden unterstrich erneut die hohe Relevanz der Arbeitsgruppe als Plattform für den Dialog zwischen Wissenschaft und Praxis. Trotz eines kurzfristigen Streiks im öffentlichen Nahverkehr verlief die Veranstaltung reibungslos. Dank der Organisation von Reisebussen konnten die Teilnehmenden komfortabel zum Flughafen und zu den Fernbahnhöfen gebracht werden.

Die Arbeitsgruppenleitung bedankt sich herzlich bei der Siemens Mobility GmbH und Sqills Products B.V. für die hervorragende Organisation und die freundliche Ausrichtung der Veranstaltung. Die inspirierende Location und der sehr stimmige organisatorische Rahmen haben maßgeblich zum Gelingen der Sitzung beigetragen. Wir freuen uns bereits auf die nächste Sitzung der Arbeitsgruppe im Frühjahr 2027 und halten alle Interessierten über unsere Community-Plattform (www.pricing-und-revenue.management) über aktuelle Entwicklungen informiert.