

Diese Arbeit basiert auf einer Kooperation zwischen der International Graduate School Dynamic Intelligent Systems der Universität Paderborn und der Fluggesellschaft Deutsche Lufthansa AG. Sie enthält die Betrachtung von Problemen im angewandten Revenue Management unter akademischen Gesichtspunkten. Das Ziel ist, im Text vorgestellte analytische Ansätze des Airline Revenue Managements, der Prognose und der Simulation mit Expertenwissen und Daten aus der Industrie zu verknüpfen. Es ist die Absicht dieser Arbeit, eine neue Sicht auf die Prognosegüte und ihre Ermittlung zu entwickeln, um einige der Komplikationen, welche mit der Ermittlung der Prognosegüte für das Revenue Management verbunden sind, zu vermeiden. Zu diesem Zweck wird ein theoretisches Konzept zur Dekomposition und Bewertung von Prognosen eingeführt. Dieses nutzt die von einer Simulationsumgebung bereitgestellten Laborbedingungen und exklusiv verfügbaren Informationen. Um das Potential dieses Konzeptes zu demonstrieren, wird die Implementation einer Simulationsumgebung mit einem Kundenwahlmodell dokumentiert. Schließlich wird eine Reihe von Aussagen über die Implikationen von Prognosegüte und Prognosebewertung formal ausgedrückt und mithilfe von Simulationsexperimenten getestet - so wird die Nutzung des vorgestellten Konzeptes verdeutlicht.