

Literatur

- Abraham, B.; Ledolter, J. (1983): Statistical Methods for Forecasting. New York; Chichester; Brisbane; Toronto; Singapore 1983
- Albers, S.; Skiera, B. (1999): Regressionsanalyse. In: Herrmann, A.; Homburg, C. (Hrsg.): Marktforschung – Methoden, Anwendungen, Praxisbeispiele. Wiesbaden 1999, S. 203-236
- Andersson, S.-E. (1998): Passenger Choice Analysis for Seat Capacity Control: A Pilot Project in Scandinavian Airlines. In: International Transactions in Operational Research. 1998, Heft 6, S. 471-486
- Autostudie 2006 (2006): Autostudie 2006 – Eine Auto-Studie des Tagesanzeigers. Download im Internet: <http://www.tamedia.ch/dyn/d/tagesanzeiger/index.html> Abrufdatum: 14.07.2007
- Backhaus, K.; Erichson, B.; Plinke, W., Weiber, R. (2000): Multivariate Analysemethoden – Eine anwendungsorientierte Einführung. 9. Auflage, Berlin; u.a. 2000
- Banham, R. (2003): The Right Price – Ford has an ambitious revenue-management strategy, but can it save the company? In: CFO Magazine. 2003, 01. Oktober
- Barut, M; Sridharan, V. (2005): Revenue Management in Order-Driven Production Systems. In: Decision Sciences. 2005, Heft 2, S. 287-316
- Barz, C. (2006): How does Risk Aversion Affect Optimal Revenue Management Policies? – A Simulation Study. In: Mattfeld, D.; Suhl, L. (Hrsg.): Informationssysteme in Transport und Verkehr. Norderstedt 2006, S. 161-172
- Barz, C. (2007): Risk-Averse Capacity Control in Revenue Management. Berlin; u.a. 2007
- Barz, C.; Waldmann, K.-H. (2007): Risk-Sensitive Capacity Control in Revenue Management. In: Mathematical Methods of Operations Research. 2007, Heft 3, S. 565-579

- Bauer, H.H.; Grether, M.; Brüsewitz, K. (2000): Der Einsatz des Internet zur Vertriebsunterstützung im vertraglichen Automobilhandel. In: Bliemel, F.; Fassott, G.; Thoebald, A. (Hrsg.): Electronic Commerce – Herausforderungen – Anwendungen – Perspektiven. Wiesbaden 2000, S. 401-419
- Bauer, N. (2006): Wandlungsfähigkeit und Flexibilität. In: Neue Wege der Automobillogistik – Jenseits des Toyota-Systems. Kongressband ForLog. München, 21. September 2006, o.S.
- Bellman, R. (1957): Dynamic Programming. Princeton, New Jersey 1957
- Belloch Egea, A.; Kimms, A.; Müller-Bungart, M. (2005): Auftragsannahmeentscheidung für Preisdifferenzierte Werbeblöcke im spanischen Fernsehen. Working Paper. Technische Universität Bergakademie Freiberg, 2005
- Belobaba, P.P. (1987): Air Travel Demand and Airline Seat Inventory Management. Massachusetts Institute of Technology 1987
- Belobaba, P.P. (1989): Application of a Probabilistic Decision Model to Airline Seat Inventory Control. In: Operations Research. 1989, Heft 2, S. 183-197
- Ben-Akiva, M.; Lerman, S.R. (1985): Discrete Choice Analysis – Theory and Application to Travel Demand. Cambridge; London 1985
- Berndt, R. (1996): Marketing I – Käuferverhalten, Marktforschung und Marketing-Prognosen. 3. Auflage, Berlin; u.a. 1996
- Bertsch, L.H. (1996): Yield Management. In: Kern, W.; Schröder, H.-H.; Weber, J. (Hrsg.): Handwörterbuch der Produktionswirtschaft. 2. Auflage, Stuttgart 1996, Sp. 2257-2270
- Bertsimas, D.; Popescu, I. (2003): Revenue Management in a Dynamic Network Environment. In: Transportation Science. 2003, Heft 3, S. 257-277
- Betz, J. (2003): Die Akzeptanz des E-Commerce in der Automobilwirtschaft – Ausmaß, Konsequenzen und Determinanten aus Sicht von Neuwagenkäufern. Wiesbaden 2003
- Biller, S.; Chan, L.M.A.; Simchi-Levi, D.; Swann, J. (2005): Dynamic Pricing and the Direct-to-Customer Model in the Automotive Industry. In: Electronic Commerce Journal. 2005, Heft 2, S. 309-334

- Bleicker, U. (1983): Produktbeurteilung der Konsumenten – Eine psychologische Theorie der Informationsverarbeitung. Würzburg; Wien 1983
- Boyd, E.A.; Bilegan, I.C. (2003): Revenue Management and E-Commerce. In: Management Science. 2003, Heft 10, S. 1363-1386
- Brumelle, S.L.; McGill, J.I.; Oum, T.H.; Sawaki, K.; Tretheway, M.W. (1990): Allocation of Airline Seats between Stochastically Dependent Demands. In: Transportation Science. 1990, Heft 3, S. 183-192
- Brusch, M.; Baier, D. (2007): Conjoint Analysis for Services Extended Through Hierarchical Bayes, 31th Annual Conference of the German Classification Society, Freiburg, 03/2007
- Cezanne, W. (2005): Allgemeine Volkswirtschaftslehre. 6. Auflage, München, Wien, 2005
- Corsten, H.; Gössinger, R. (2005): Kapazitätssteuerung im Revenue Management. In: ZfB – Zeitschrift für Betriebswirtschaft. 2005, Special Issue I, S. 31-52
- Corsten, H.; Stuhlmann, S. (1998): Yield Management – Ein Ansatz zur Kapazitätsplanung und –steuerung in Dienstleistungsunternehmen. In: Corsten, H. (Hrsg.): Schriften zum Produktionsmanagement, Nr. 18. Kaiserslautern 1998
- Coy, P. (2000): The Power of Smart Pricing. In: Business Week. 2000, 10. April, S. 69-70
- Crandall, R.E.; Markland, R.E. (1996): Demand Management – Today's challenge for service industries. In: Operations Management. 1996, Heft 2, S. 106-120
- Creutzig, J. (1995): Mittelfristige Entwicklungstendenzen im Automobilhandel. In: Reuss, H.; Müller, W. (Hrsg.): Wettbewerbsvorteile im Automobilhandel – Strategien und Konzepte für ein erfolgreiches Vertragshändlermanagement. Frankfurt a.M.; New York, 1995, S. 27-44
- Cross, R.G. (1997): Revenue Management. Wien; Frankfurt, 1997
- Curry, R.E. (1990): Optimal Airline Seat Allocation with Fare Classes Nested by Origins and Destinations. In: Transportation Science. 1990, Heft 3, S. 193-204

- DAT-Report 2000 (2000): DAT-Veedol-Report 2000. In: Kfz-Betrieb – die Wochenzeitung für Automobilhandel und Service. Sonderbeilage 4. April 2000
- DAT-Report 2001 (2001): DAT-Veedol-Report 2001. In: Kfz-Betrieb – die Wochenzeitung für Automobilhandel und Service. Sonderbeilage 19. April 2001
- DAT-Report 2002 (2002): DAT-Veedol-Report 2002. In: Kfz-Betrieb – die Wochenzeitung für Automobilhandel und Service. Sonderbeilage 11. April 2002
- DAT-Report 2003 (2003): DAT-Veedol-Report 2003. In: Kfz-Betrieb – die Wochenzeitung für Automobilhandel und Service. Sonderbeilage 03. April 2003
- DAT-Report 2004 (2004): DAT-Veedol-Report 2004. In: Kfz-Betrieb – die Wochenzeitung für Automobilhandel und Service. Sonderbeilage 15. April 2004
- DAT-Report 2005 (2005): DAT-Veedol-Report 2005. In: Kfz-Betrieb – die Wochenzeitung für Automobilhandel und Service. Sonderbeilage 08. April 2005
- DAT-Report 2006 (2006): DAT-Veedol-Report 2006. In: Kfz-Betrieb – die Wochenzeitung für Automobilhandel und Service. Sonderbeilage April 2006
- DAT-Report 2007 (2007): DAT-Veedol-Report 2007. In: Kfz-Betrieb – die Wochenzeitung für Automobilhandel und Service. Sonderbeilage 12. April 2007
- Defregger, F.; Kuhn, H. (2003): Revenue Management in Manufacturing. In: Ahr, D.; Fahrion, R.; Oswald, M.; Reinelt, G. (Hrsg.): Operations Research Proceedings. 2003, S. 17-22
- Defregger, F.; Kuhn, H. (2005): Markov Decision Models For Order Acceptance/Rejection Problems. In: Fifth International Conference on Analysis of Manufacturing Systems – Production Management. 2005, Zakyntos S. 265-272

- Defregger, F.; Kuhn, H. (2007): Revenue management for a make-to-order company with limited inventory capacity. In: OR Spectrum. 2007, Heft 1, 137-156
- Dietz, F.D.; Klink, G.; Laib, P. (2000): Verwärtintegration als mögliche Antwort auf die Herausforderungen im Vertrieb. In: ZfAW – Zeitschrift für die gesamte Wertschöpfungskette Automobilwirtschaft. 2000, Heft 1, S. 54-59
- Diez, W. (2006): Automobilmarketing – Navigationssystem für neue Absatzstrategien. 5. Auflage, Landsberg/Lech 2006
- Diller, H. (2000): Preispolitik. 3. Auflage, Stuttgart; Berlin; Köln, 2000
- Doganis, R. (2002): Flying off Course – The Economics of International Airlines. 3. Auflage, London, 2002
- Domschke, W.; Drexl, A. (2005): Einführung in Operations Research. 6. Auflage, Berlin u.a., 2005
- Domschke, W.; Klein, R.; Petrick, A. (2005): Preisdifferenzierung im Revenue Management. In: Amelingmeyer, J.; Harland, P.E. (Hrsg.): Technologiemanagement & Marketing. Herausforderungen eines integrierten Innovationsmanagements. Wiesbaden 2005, S. 507-517
- Dunker, H. (2006): Montag bestellt, Freitag geliefert – Das sogenannte Fünf-Tage-Auto wird kontrovers diskutiert – Fortschritt oder überehrgeiziges Ziel? In: Automobilwoche. 20. November 2006, Heft 24, S. 10
- Ehrhardt, M.R. (2004): Revenue Management – Ein integrativer Ansatz und seine Übertragung auf den Schienenpersonenfernverkehr. Hamburg, 2004
- Elmaghraby, W.; Keskinocak, P. (2003): Dynamic Pricing in the Present of Inventory Considerations: Research Overview, Current Practices, and Future Directions. In: Management Science. 2003, Heft 10, S. 1287-1309
- Esser, R.; Nayabi, K. (2006): Intelligente Build-to-Order-Konzepte für die Automobilindustrie. Vortrag beim „Supply Chain Forum Automotive“ am 22.06.2006. Wien, 2006
- Europäische Kommission (2002): Verordnung (EG) Nr. 1400/2002 vom 31. Juli 2002. In: Amtsblatt der Europäischen Gemeinschaft. 01.08.2002, Nr. L 203, S. 30-41

- Europäische Kommission (2006): Konsolidierte Fassung des Vertrages über die europäische Union und des Vertrages zur Gründung der europäischen Gemeinschaft. In: Amtsblatt der Europäischen Gemeinschaft. 29.12.2006, Nr. C 321 E
- Evers, J. (1979): Der Vertrieb – Eine Analyse der Aufgaben, Mittel und Entscheidungen im System des Marketing. Würzburg; Wien 1979
- Fehl, U.; Oberender, P. (2002): Grundlagen der Mikroökonomie. Eine Einführung in die Produktions-, Nachfrage- und Markttheorie. 8. Auflage, München, 2002
- Feth, G.G. (2008): Wenn die erste Begegnung zum Erlebnis werden soll. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung. 2. Februar 2008, Nr. 28, S. 48
- Freter, H.; Obermeier, O. (1999): Marktsegmentierung. In: Herrmann, A.; Homburg, C. (Hrsg.): Marktforschung – Methoden, Anwendungen, Praxisbeispiele. Wiesbaden 1999, S. 739-763
- Friege, C. (1996): Yield-Management. In: WiSt – Wirtschaftswissenschaftliches Studium. 1996, Heft 12, S. 616-622
- Gallego, G.; van Ryzin, G. (1997): A Multiproduct Dynamic Pricing Problem and Its Applications to Network Yield Management. In: Operations Research. 1997, Heft 1, S. 24-41
- Gallego, G.; Iyengar, G.; Phillips, R.; Dubey, A. (2004): Managing Flexible Products on a Network. CORC Technical Report TR-2004-01, Columbia University, IEOR Department 2004 – under second review for Operations Research
- Genzow, F.C. (2004): Die Auswirkungen der neuen Regelungen der GVO. In: Ebel, B.; Hofer, M.B.; Al-Sibai, J. (Hrsg.): Automotive Management – Strategie und Marketing in der Automobilwirtschaft. Berlin; Heidelberg; New York 2004, S. 405-418
- Gray, D.A. (1994): Under Fire: Lessons from the Front. In: OR/MS Today. 1994, Oktober, S. 18-23
- Gudehus, T. (2005): Logistik – Grundlagen, Strategien, Anwendungen. 3. Auflage, Berlin; Heidelberg; New York 2005

- Gutsche, J. (1995): Produktpräferenzanalyse – Ein modelltheoretisches und methodisches Konzept zur Marktsimulation mittels Präferenzfassung. Berlin 1995
- Hahn, C. (1997): Conjoint- und Discrete Choice-Analyse als Verfahren zur Abbildung von Präferenzstrukturen und Produktauswahlentscheidungen. Münster 1997
- Harris, F.H.; Pinder, J.P. (1995): A revenue management approach to demand management and order booking in assemble-to-order manufacturing. In: Journal of Operations Management. 1995, Heft 4, S. 299 – 309
- Häder, M. (2002): Delphi-Befragungen – Ein Arbeitsbuch. Wiesbaden 2002
- Hellermann, R. (2006): Capacity Options for Revenue Management. Berlin; Heidelberg; New York 2006
- Herrmann, A.; Kaiser, C.; Heitmann, M. (2007): Produktkonfiguration online – Was für Kunden nutzen dieses Medium? In: : WiSt – Wirtschaftswissenschaftliches Studium. 2007, Heft 3, S. 125-131
- Herrmann, A.; Heitmann, M.; Brandenburg, A.; Tomczak, T. (2007): Automobilwahl online – Gestaltung des Car-Konfigurators unter Berücksichtigung des individuellen Entscheidungsverhaltens. In: ZfbF – Zeitschrift für Betriebswirtschaftliche Forschung. 2007, Mai, S. 390-412
- Hofer, M.B. (2003): Marktsimulation und Absatzprognose in der Automobilindustrie. Wiesbaden 2003
- Holweg, M.; Pil, F.K. (2004): The Second Century – Reconnecting Customer and Value Chain through Build-to-Order. Cambridge; Massachusetts; London 2004
- Howard, R.A. (1966): Dynamic Programming and Markov Processes. Cambridge; Massachusetts 1966
- Ihde, G.B. (1993): Ertragsorientiertes Preis- und Kapazitätsmanagement für logistische Dienstleistungsunternehmen. In: Bloech, J.; Götze, U.; Sierke, B. (Hrsg.): Managementorientiertes Rechnungswesen. Wiesbaden 1993, S. 103-119
- Imboden, D.M.; Koch, S. (2003): Systemanalyse – Einführung in die mathematische Modellierung natürlicher Systeme. Berlin; Heidelberg 2003

- Jacob, H. (1971): Zur optimalen Planung des Produktionsprogramms bei Einzelfertigung. In: ZfB – Zeitschrift für Betriebswirtschaft. 1971, Heft 8, S.495-516
- Kenner, K. (1998): Per Klick zum Traumwagen? Der Neuwagenverkauf über das Internet hat in Deutschland noch geschlossen. In: Berliner Zeitung, 17.10.1998, S. 43
- Kepper, G. (1999): Methoden der Qualitativen Marktforschung. In: Herrmann, A.; Homburg, C. (Hrsg.): Marktforschung – Methoden, Anwendungen, Praxisbeispiele. Wiesbaden 1999, S. 159-202
- Kimes, S.E. (1989): Yield Management – A tool for capacity-constraint service firms. In: Journal of Operations Management. 1989, Heft 4, S. 348-363
- Kimms, A.; Klein, R. (2005): Revenue Management im Branchenvergleich. In: ZfB – Zeitschrift für Betriebswirtschaft. 2005, Special Issue I, S. 1-30
- Kimms, A.; Müller-Bungart, M. (2006): Revenue Management unter Berücksichtigung des Kundenwahlverhaltens. In: WiSt – Wirtschaftswissenschaftliches Studium. 2006, Heft 8, S. 434-439
- Kimms, A.; Müller-Bungart, M. (2007): Revenue Management for Broadcasting Commercials: The Channel's Problem of Selecting and Scheduling Ads to be Aired. In: International Journal of Revenue Management. 2007, Heft 1, S. 28-44
- Kinkel, S.; Zanker, C. (2007): Globale Produktionsstrategien in der Automobilzulieferindustrie. Erfolgsmuster und zukunftsorientierte Methoden zur Standortbewertung. Berlin; Heidelberg; New York 2007
- Klein, R. (2001): Revenue Management: Quantitative Methoden zur Erlösmaximierung in der Dienstleistungsproduktion. In: BFuP – Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis. 2001, Heft 3, S. 245-259
- Klophaus, R. (1998): Revenue Management. Wie die Airline Ertragswachstum schafft. In: Absatzwirtschaft. 1998, Sondernummer Oktober, S. 146-155
- Kniker, T.S.; Burman, M.H. (2001): Applications of Revenue Management to Manufacturing. In: Proceedings of the Third Agean International Conference on Design and Analysis of Manufacturing Systems. 2001, Tinos, Griechenland, S. 299-308

- Kollmann, T. (2000): Akzeptanzprobleme neuer Technologien – Die Notwendigkeit eines dynamischen Untersuchungsansatzes. In: Bliemel, F.; Fassott, G.; Thoebald, A. (Hrsg.): Electronic Commerce – Herausforderungen – Anwendungen – Perspektiven. Wiesbaden 2000, S. 27-45
- Kolisch, R.; Zatta, D. (2006): Revenue-Management in der Sachgüterproduktion. In: Marketing Journal. 2006, Heft 12, S. 38-41
- Krallmann, H.; Frank, H.; Gronau, N. (2002): Systemanalyse im Unternehmen. 4. Auflage, München 2002
- Krüger, L. (1990): Yield Management – Dynamische Gewinnsteuerung im Rahmen integrierter Informationstechnologie. In: CONTROLLING. 1990, Heft 5, S. 240-251
- Kuhn, H.; Defregger, F. (2004): Revenue Management in der Sachgüterproduktion. In: WiSt – Wirtschaftswissenschaftliches Studium. 2004, Heft 5, S. 319-324
- Kuhn, H.; Defregger, F. (2005): Revenue Management in der Sachleistungswirtschaft. Eine empirische Untersuchung am Beispiel der Papier-, Stahl- und Aluminiumindustrie. Diskussionsbeiträge der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät, Ingolstadt. Nr. 171, 2005
- Kurzweil, R. (1999): Homo S@piens. Leben im 21. Jahrhundert – Was bleibt vom Menschen? Köln 1999
- Lademann, R.P. (2002): Zur Zukunft des Automobilvertriebs. Neuwagenverkauf in Europa im Lichte der neuen Kfz-GVO. In: ZfAW – Zeitschrift für die gesamte Wertschöpfungskette Automobilwirtschaft. 2002, Heft 2, S. 6-11
- Lademann, R.P.; Gutknecht, K. (2004): Vertriebs- und Servicekonzepte in der Automobilwirtschaft. In: ZfAW – Zeitschrift für die gesamte Wertschöpfungskette Automobilwirtschaft. 2004, Heft 1, S. 50-58
- Landmann, R.H. (1999): Mitten in einer Revolution – Herausforderungen und Lösungsansätze für den Automobilvertrieb der Zukunft. In: Wolters, H.; Landmann, R.H.; Bernhart, W.; Karsten, H. (Hrsg.): Die Zukunft der Automobilindustrie – Herausforderungen und Lösungsansätze für das 21. Jahrhundert. Wiesbaden 1999, S. 75-97

- Laux, H. (1971): Auftragsselektion bei Unsicherheit. In: ZfbF – Zeitschrift für Betriebswirtschaftliche Forschung. 1971, S. 164-180
- Lazear, E.P. (1986): Retail Pricing and Clearance Sales. In: The American Economic Review. 1986, Heft 1, S. 14-32
- Lee, T.C.; Hersh, M. (1993): A Model for Dynamic Airline Seat Inventory Control with Multiple Seat Bookings. In: Transportation Science. 1993, Heft 3, S. 252-265
- Liang, Y. (1999): Solutions to the Continuous-Time Dynamic Yield Management Model. In: Transportation Science. 1999, Heft 1, S. 117-123
- Lindner, R.; Bittner, U. (2008): Die Verzweiflungstat von Microsoft. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung. 2. Februar 2008, Nr. 28, S. 15
- Littlewood, K. (1972): Forecasting and Control of Passenger Bookings. AGI-FORS Symposium Proceedings, 1972, 12, S. 95-117
- Lufthansa AG (1996): Geschäftsbericht 1996. Troisdorf 1996
- Lufthansa AG (1997): Geschäftsbericht 1997. Troisdorf 1997
- Mattes, B.; Meffert, H.; Landwehr, R.; Koers, M. (2004): Trends in der Automobilindustrie: Paradigmenwechsel in der Zusammenarbeit zwischen Zulieferer, Hersteller und Händler. In: Ebel, B.; Hofer, M.B.; Al-Sibai, J. (Hrsg.): Automotive Management – Strategie und Marketing in der Automobilwirtschaft. Berlin; Heidelberg; New York 2004, S. 13-38
- McFadden, D. (1973): Conditional logit analysis of qualitative choice behavior. In: Zarembka, P. (Hrsg.): Frontiers in Econometrics. New York 1973, S. 105-142
- McGill, J.I.; van Ryzin, G.J. (1999): Revenue Management: Research Overview and Prospects. In: Transportation Science. 1999, Heft 2, S. 233-256
- Maier, G.; Weiss, P. (1990): Modelle diskreter Entscheidungen – Theorie und Anwendung in den Sozial- und Wirtschaftswissenschaften. Wien 1990
- Meffert, H. (1992): Marketingforschung und Käuferverhalten. 2. Auflage, Wiesbaden 1992

- Meinig, W.; Mallad, H. (2002): Zufriedenheit mit E-Business und Akzeptanz von E-Commerce in der Wertschöpfungskette Automobilwirtschaft. In: Bruhn, M.; Stauss, B. (Hrsg.): Electronic Services – Dienstleistungsmanagement Jahrbuch 2002. Wiesbaden 2002, S. 387-406
- Meinig, W.; Mallad, H. (2001): E-Commerce im selektiven Vertriebssystem der Automobilwirtschaft – Ergebnisse empirischer Studien zu Kunden- und Händleransprüchen. In: Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung. Berlin 2001, S. 155-171
- Mengen, A.; Tacke, G. (1995): Methodengestütztes Automobil-Pricing mit Conjoint Measurement. In: Reuss, H.; Müller, W. (Hrsg.): Wettbewerbsvorteile im Automobilhandel – Strategien und Konzepte für ein erfolgreiches Vertragshändlermanagement. Frankfurt a.M.; New York, 1995, S. 220-240
- Mieke, C. (2006): Technologiefrühaufklärung in Netzwerken. Wiesbaden 2006
- Moore, G. (1965): Cramming More Components onto Integrated Circuits. In: Electronics, 19. April 1965, S. 114-117
- NADA Data (2002): NADA Data Report – National Association of Automobile Dealers. 2002
- NADA Data (2003): NADA Data Report – National Association of Automobile Dealers. 2003
- NADA Data (2004): NADA Data Report – National Association of Automobile Dealers. 2004
- NADA Data (2005): NADA Data Report – National Association of Automobile Dealers. 2005
- NADA Data (2006): NADA Data Report – National Association of Automobile Dealers. 2006
- Netessine, S.; Shumsky, R. (2002): Introduction to the Theory and Practice of Yield Management. In: INFORMS Transactions on Education. 2002, Heft 1, S. 34-44
- Neusser, K. (2006): Zeitreihenanalyse in der Wirtschaftswissenschaft. Wiesbaden 2006

- o.V. (2006): Neuwagengeschäft Juni 2006. In: Autohaus Pulsschlag. 2006, Heft 7, S. 3-6
- o.V. (2007a): Neuwagengeschäft Dezember 2006. In: Autohaus Pulsschlag. 2007, Heft 1, S. 3-6
- o.V. (2007b): Neuwagengeschäft Februar 2007. In: Autohaus Pulsschlag. 2007, Heft 3, S. 3-6
- o.V. (2007c): Neuwagengeschäft August 2007. In: Autohaus Pulsschlag. 2007, Heft 9, S. 3-6
- Pashigian, B.P.; Bowen, B. (1991): Why are products sold on sale?: Explanations of pricing regularities. In: Quaterly Journal of Economics. 1991, Heft 4, S. 1015-1038
- Pfohl, H.-C. (2004): Logistikmanagement. Konzeption und Funktionen. 2. Auflage, Berlin; Heidelberg; New York, 2004
- Pointner, W. (2004): Umbruch in der Automobilindustrie? – Von den Grenzen des Outsourcing. Frankfurt am Main, 2004
- Puterman, M.L.: (1994): Markov Decision Processes – Discrete stochastic dynamic programming. New York; Chichester; Brisbane; Toronto; Singapore, 1994
- Regelmann, L. (2004): E-Business als strategische Komponente im Automobilvertrieb. In: Ebel, B.; Hofer, M.B.; Al-Sibai, J. (Hrsg.): Automotive Management – Strategie und Marketing in der Automobilwirtschaft. Berlin; Heidelberg; New York 2004, S. 522-535
- Reithofer, N. (2005): „KOV“: Kundenorientierter Vertriebs- und Produktionsprozess – Das neue Build-to-Order-System der BMW Group. In: Kaluza, B.; Blecker, T. (Hrsg.): Erfolgsfaktor Flexibilität – Strategien und Konzepte für wandlungsfähige Unternehmen. Berlin 2005, S. 269-291
- Reithofer, N. (2007): Nachhaltige Wettbewerbsfähigkeit von Produktionsnetzwerken durch Innovation, Wandlungsfähigkeit und Wertschöpfungsgestaltung. In: Hauladen, I. (Hrsg.): Management am Puls der Zeit – Strategien, Konzepte und Methoden. München 2007, S. 831-849
- Render, B.; Stair Jr., R.M.; Hanna, M.E. (2006): Quantitative Analysis for Management. 9. Auflage, New Jersey 2006

- Rinne, H. (1997): Taschenbuch der Statistik. 2. Auflage, Frankfurt am Main 1997
- Rösler, O.M. (2003): Gestaltung von kooperativen Logistiknetzwerken. Bewertung unter ökonomischen und ökologischen Aspekten. Wiesbaden 2003
- Russell, R.S.; Taylor III, B.W. (2000): Operations Management. 3. Auflage, London 2000
- van Ryzin, G.J.; Liu, Q. (2004): On the choice-based LP model for network revenue management. In: Columbia Business School Working Paper DRO-2004-04. 2004
- van Ryzin, G.J. (2005): Future of Revenue Management – Models of Demand. In: Journal of Revenue and Pricing Management. 2005, Heft 2, S. 204-210
- Schiemer, P. (2004): Die Rolle von E-Commerce im Automobilvertrieb. In: Ebel, B.; Hofer, M.B.; Al-Sibai, J. (Hrsg.): Automotive Management – Strategie und Marketing in der Automobilwirtschaft. Berlin; Heidelberg; New York 2004, S. 536-552
- Schögel, M.; Sauer, A. (2002): Auf dem Weg zur Multichannel Distribution – Herausforderungen für die Automobilbranche. In: Trommsdorff, V. (Hrsg.): Handelsforschung 2001/02 – Wandel der handelsrelevanten Wertschöpfungsprozesse. Köln 2002, S. 89-112
- Schröder, T. (2006): Das Fünf-Tage-Auto im Visier – EU-Projekt ILIPT arbeitet auf Verkürzung der Produktionszeiten hin. In: Automobilwoche. 6. Juni 2006, Heft 12, S. 16-17
- Schubert, B. (1991): Entwicklung von Konzepten für Produktinnovationen mittels Conjointanalyse. Stuttgart 1991
- Schulte, H. (2002): Wandlungsfähigkeit und Fabrikstrukturen – Gedanken und Empfehlungen für Planer und Betreiber. In: Westkämper, E. (Hrsg.): Wandlungsfähige Unternehmensstrukturen für die variantenreiche Serienproduktion – Forschungsstrategien, Ergebnisse, Anwendungen. Stuttgart 2002, S. 99-120
- Shlifer, E.; Vardi, Y. (1975): An Airline Overbooking Policy. In: Transportation Science. 1975, Heft 9, S. 101-114

- Selz, D.; Klein, S. (1998): The Changing Landscape of Auto Distribution. In: Proceedings of the 31. HICSS – Hawaii International Conference on System Science, Los Alamitos. 1998, S. 592-601
- Smend, P. (2004): Multikanalsysteme in der Automobildistribution – Konzeptuelle Grundlagen und empirische Befunde. Wiesbaden 2004
- Solomon, M; Bamossy, G.; Askegaard, S. (2001): Konsumentenverhalten – Der europäische Markt. München 2001
- Specht, D.; Größ, C.M.F. (2005): Revenue Management – Ertragssteigerungen auch für produzierende Unternehmen möglich? In: ZWF – Zeitschrift für wirtschaftlichen Fabrikbetrieb. 2005, Heft 4, S. 192- 196
- Specht, D.; Größ, C.M.F. (2005): Kontingenzierungsansätze des Revenue Managements für produzierende Unternehmen. In: Industrie Management. 2005, Heft 5, S. 57-60
- Specht, D.; Stefanska, R. (2007): Wandlungsfähige Fabrikstrukturen als Strategie zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit von produzierenden Unternehmen. In: ZWF- Zeitschrift für wirtschaftlichen Fabrikbetrieb. 2007, Heft 5, S. 286 - 290
- Spengler, T.; Rehkopf, S. (2005): Revenue Management Konzepte zur Entscheidungsunterstützung bei der Annahme von Kundenaufträgen. In: Zeitschrift für Planung & Unternehmenssteuerung. 2005, Heft 2, S. 123-146
- Spengler, T.; Rehkopf, S.; Volling, T. (2007): Revenue Management in make-to-order manufacturing – an application to the iron and steel industry. In: OR Spectrum. 2007, Heft 1, S. 157-171
- Studie Automobil (2006): Cars Online 06/07 – Understanding the Dynamics of Consumer Buying Behaviour and Customer Loyalty. Studie von Capgemini, 2006
- Sutton, R.S.; Barto, A.G. (1998): Reinforcement Learning – An Introduction. Cambridge; Massachusetts; London 1998
- Talluri, K.T.; van Ryzin, G.J. (2004a): The Theory and Practice of Revenue Management. Boston; Dordrecht; London 2004

- Talluri, K.T.; van Ryzin, G.J. (2004b): Revenue Management under a general discrete choice model of Customer Behavior. In: Management Science. 2004, Heft 1, S. 15-33
- Tempelmeier, H. (2006): Material-Logistik. Modelle und Algorithmen für die Produktionsplanung und –steuerung in Advanced Planning-Systemen. 6. Auflage, Berlin; Heidelberg; New York, 2006
- Thonemann, U. (2005): Operations Management – Konzepte, Methoden und Anwendungen. München 2005
- TNS Infratest (2007): (N)ONLINER Atlas 2007 – Eine Topographie des digitalen Grabens durch Deutschland. Nutzung und Nichtnutzung des Internets, Strukturen und regionale Verteilung. o.O. 2007
- Tomczak, T.; Schögel, M.; Birkhofer, B. (2000): Online-Distribution als innovativer Absatzkanal. In: Bliemel, F.; Fassott, G.; Thoe bald, A. (Hrsg.): Electronic Commerce – Herausforderungen – Anwendungen – Perspektiven. Wiesbaden 2000, S. 219-238
- Tscheulin, D.K.; Lindenmeier, J. (2003a): Yield-Management – Ein State-of-the-Art. In: ZfB – Zeitschrift für Betriebswirtschaft. 2003, Heft 6, S. 629-662
- Tscheulin, D.K.; Lindenmeier, J. (2003b): Yield-Management – erlösoptimale Steuerung von Preisen und Kapazitäten. In: WISU – Das Wirtschaftstudium. 2003, Heft 12, S. 1513-1518
- Tutz, G. (2000): Die Analyse kategorialer Daten – anwendungsorientierte Einführung in Logit-Modellierung und kategoriale Regression. München, Wien 2000
- Vickrey, W. (1972): Airline Overbooking – Some Further Solutions. In: Journal of Transport Economics and Policy. 1972. Heft 3, S. 257-270
- Voigt, K.-I. (2006): Flexibilitätskostenorientierte Nachfragesteuerung in der Automobilindustrie. In: Neue Wege in der Automobillogistik – Jenseits des Toyota-Systems. Kongressband FroLog. München, 21. September 2006, o.S.
- Voigt, K.-I.; Saatman, M.; Schorr, S. (2006): Fünf-Tage-Auto: Last für Zulieferer. In: Automobil-Produktion. 2006, Heft 10, S. 16-17

- Walczak, D.; Brumelle, S. (2007): Semi-Markov information model for revenue management and dynamic pricing. In: OR Spectrum. 2007, Heft 1, S. 61-83
- Weiner, M. (2006): Das 5-Tage-Auto: Montag bestellt, Freitag geliefert. In: Fraunhofer Magazin. 2006, Heft 2, S.56-58
- Werners, B. (2006): Grundlagen des Operations Research. Berlin u.a.; 2006
- Westkämper, E. (2002): Wandlungsfähigkeit – Herausforderungen und Lösungen im turbulenten Umfeld. In: Westkämper, E. (Hrsg.): Wandlungsfähige Unternehmensstrukturen für die variantenreiche Serienproduktion – Forschungsstrategien, Ergebnisse, Anwendungen. Stuttgart, 2002, S. 17-46
- Winters, P.R. (1960): Forecasting Sales by Exponentially Weighted Moving Averages. In: Management Science. 1960, Heft 3, S. 324-342
- Wöhe, G. (2005): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. 22. Auflage, München, 2005
- Wolf, F. (2006): Starke Kontraste – Finanzkennzahlen. In: Autohaus. 2006, Heft 3, S. 12-13
- Wollmer, R.D. (1992): An Airline Seat Management Model For a Single Leg Route with Lower Fare Classes Book First. In: Operations Research. 1992, Heft 1, S. 26-37
- Xu, X.; Hopp, W.J. (2004): Customer Heterogeneity and Strategic Behavior in Revenue Management: A Martingale Approach. In: Working Paper: Department of Industrial Engineering and Management Sciences, Northwestern University. 2004
- Zehle, K.-O. (1991): Yield-Management – Eine Methode zur Umsatzsteigerung für Unternehmen der Tourismusindustrie. In: Seitz, E.; Wolf, J. (Hrsg.): Tourismusmanagement und –marketing. Landsberg/Lech 1991, S. 483-504
- Zhang, D.; Cooper, W.L. (2005): Revenue management for parallel flights with customer-choice behavior. In: Operations Research. 2005, Heft 3, S. 415-431

Zhang, D.; Cooper, W.L. (2006): Pricing substitutable flights in airline revenue management. Technical report University of Minnesota. 2006