

## Literaturverzeichnis

- Aaker, D. A. (1989a): Managing Assets and Skills: The Key To a Sustainable Competitive Advantage. In: California Management Review, Winter 1989, S. 91 - 106
- Aaker, D. A. (1989b): Strategisches Markt-Management: Wettbewerbsvorteile erkennen; Märkte erschließen; Strategien entwickeln. Wiesbaden 1989
- Abell, D.F. (1980): Defining the Business. Englewood Cliffs 1980
- Adamer, M.M./Hinterhuber, H.H./Kaindl, G. (1993): Erfolgsfaktoren erfolgreicher Unternehmen. In: Markenartikel 3/93, S. 457 - 459
- Adamer; M.M./Kaindl, G. (1994): Erfolgsgeheimnisse von Markt- und Weltmarktführern, München, Mering 1994
- Aharoni, Y. (1993): In Search for the Unique: Can Firm-Specific Advantages be evaluated. In: Journal of Management Studies 30: 1 January 1993, S. 33 - 30
- Akerloff, G.A.(1970): The Market for Lemons: Quality Uncertainty and the Market Mechanism. In: Quarterly Journal of Economics, Vol. 84, 1970, S. 488 - 500
- Amit, R./ Schoemaker; P.J.H. (1993): Strategic Assets and Organizational Rent. In: Strategic Management Journal, Vol. 14, S. 33 - 46 (1993)
- Andrews, K.R. (1984): Corporate Strategy: the essential intangibles. In: The McKinsey Quarterly, Autumn 1984, S. 43 - 49
- Ansoff, I. (1966): Managementstrategie. München 1966
- Antoni, M./Riekhof, H.-C. (1994): Die Portfolio-Analyse als Instrument der Strategieentwicklung. In: Riekhof, H.-C. (Hrsg.): Praxis der Strategieentwicklung-Konzepte-Erfahrungen-Fallstudien, Stuttgart 1994, S. 109 - 128
- Argyris, C./Schön, D.A. (1978): Organizational Learning. A Theory of Action Perspective. Reading (Mass.) 1978
- Bagozzi, R.P. (1984): A Prospectus for Theory Construction in Marketing. In: Journal of Marketing, Vol. 48 (Winter 1984), S. 11 - 29

- 
- Balakrishnan, S./Fox, I. (1993): Asset Specificity, Firm Heterogeneity and Capital Structure. In: Strategic Management Journal, Vol. 14, S. 3 - 16 (1993)
- Bamberger, I. (1989): Developing Competitive Advantage in Small and Medium-size Firms. In: Long Range Planning, Vol. 22, No. 5, S. 80 - 88, 1989
- Bamberger, I./Wrona, T. (1996a): Der Ressourcenansatz und seine Bedeutung für die Strategische Unternehmensführung. In: Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 48 (2/1996), S. 130 - 153
- Bamberger, I./Wrona, T. (1996b): Der Ressourcenansatz im Rahmen des Strategischen Managements. In: WiSt, Heft 8, August 1996, S. 386 - 391
- Barney, J. (1986a): Strategic Factor Markets: Expectations, Luck, and Business Strategy. In: Management Science, Vol. 32, No. 10, October 1986, S. 1231- 1241
- Barney, J.B (1986b): Organizational Culture: Can it be a Source of Sustained Competitive Advantage. In: Academy of Management Review, 1986, Vol. 11, No. 3, S. 656 - 665
- Barney, J.B. (1991): Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. In: Journal of Management 1991, Vol. 17, No. 1, S. 99 - 120
- Bartmess, A./Cerny, K. (1993): Building Competitive Advantage through a Global Network Capabilities. In: California Management Review, Winter 1993, S. 78 - 103
- Bauer, H.H. (1989): Marktabgrenzung. Berlin 1989
- Bauer, H.H. (1991): Unternehmensstrategie und Strategische Gruppen. In: Kistner, K.P. (Hrsg.): Unternehmensdynamik. Wiesbaden 1991, S. 389 - 416
- Bäuerle, P. (1989): Zur Konstruktion praktikabler Entscheidungsmodelle. In: Zeitschrift für Betriebswirtschaft 59. Jg. (1989), H. 2, S. 175 - 192
- Becker, J. (1993): Marketing-Konzeption. 5. Auflage, München 1993
- Belz, C. (1989): Konstruktives Marketing. Savosa, St. Gallen 1989
- Berger, R. /Kalthoff, O. (1995): Kernkompetenzen - Schlüssel zum Unternehmenserfolg. In: Siegwart, H. (Hrsg.): Meilensteine im Management. Stuttgart, Zürich, Wien 1995, S. 159 - 174

- Bharadwaj, S.G./Varadarajan, P.R./Fahy, J. (1993): Sustainable Competitive Advantage in Service Industries: A Conceptual Model and Research Proposition. In: *Journal of Marketing*, Vol. 57 (October 1993), S. 83 - 99
- Black, J.A./Boal, K.B. (1994): Strategic Resources: Traits, Configurations and Paths to Sustainable Competitive Advantage. In: *Strategic Management Journal*, Vol. 15, S. 131-148 (1994)
- Bleicher, K. (1992): *Das Konzept integriertes Management*, 2. Auflage, Frankfurt 1992
- Bogaert, I./Martens, R./Van Cauwenbergh, A. (1994): Strategy as a Situational Puzzle: The Fit of Components. In: Hamel, G./Heene, A. (Hrsg.): *Competence-based Competition*. Chichester 1994, S. 57 - 74
- Bogner, W.C./Thomas, H. (1994): Core Competence and Competitive Advantage: A Model and Illustrative Evidence from the Pharmaceutical Industry: In: Hamel, G./Heene, A. (Hrsg.): *Competence-based Competition*. Chichester 1994, S. 111 - 144
- Bogner, W.C./Thomas, H./McGee, J. (1996): A Longitudinal Study of the Competitive Positions and Entry Paths of European Firms in the U.S. Pharmaceutical Market. In: *Strategic Management Journal*, Vol. 17, S. 85 - 107 (1996)
- Böhler, H. (1985): *Marktforschung*. Stuttgart, Berlin, Köln, Mainz 1985
- Bolwijn, P.T./Kumpe, T. (1990): Manufacturing in the 1990s - Productivity, Flexibility and Innovation. In: *Long Range Planning*, Vol. 23, No. 4, S. 44 - 57
- Bongartz, U. (1998): Unternehmensspezifische Ressourcen und strategische Gruppen im US-Luftverkehrsmarkt. In: *Zeitschrift für Betriebswirtschaft* 68 Jg. (1998), H. 4, S. 381 - 407
- Bonoma, T. (1985): Case Research in Marketing: Opportunities, Problems, and a Process. In: *Journal of Marketing Research*, Vol. XXII (May 1985), S. 199 - 208
- Boos, F./Jarmai, H. (1994): Kernkompetenzen - gesucht und gefunden. In: *Harvard Business Manager* 4/1994, S. 19 - 26
- Boynton, A.C./Victor, B. (1991): Beyond Flexibility: Building and Managing the Dynamically Stable Organization. In: *California Management Review*, Fall 1991, S. 53 - 66

- 
- Bruhn, M. (1994): Begriffsabgrenzungen und Erscheinungsformen von Marken. In: Bruhn, M. (Hrsg.): Handbuch Markenartikel. Stuttgart, 1994, S. 3 - 56
- Busch R./Dögl, R./Unger, F. (1997): Integriertes Marketing. 2. Auflage. Wiesbaden 1997
- Campbell, A./ Devine, M./Young, D. (1992): Vision, Mission, Strategie. Frankfurt/New York 1992
- Castanias, R.P./Helfat, C.E. (1991): Managerial Resources and Rents. In: Journal of Management 1991, Vol. 17, No. 1, S. 155 - 171
- Chatterjee, S. (1990): Excess Resources, Utilization Costs, and Mode of Entry. In: Academy of Management Journal 1990, Vol. 33, No. 4, S. 780 - 800
- Chi, T. (1994): Trading in Strategic Resources: Necessary Conditions, Transaction Cost Problems, and Choice of Exchange Structure. In: Strategic Management Journal, Vol. 15, S. 271 - 290 (1994)
- Cohen, W.M./Levinthal, D.A. (1990): Absorptive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation. Administrative Science Quarterly, 35, (1990), S. 128 - 152
- Collis, D.J. (1991): A Resources-Based Analysis of Global Competition: The Case of the Bearings Industry. In: Strategic Management Journal, Vol. 12, S. 49 - 68 (1991)
- Collis, D.J. (1994): How valuable are organizational capabilities. In: Strategic Management Journal, Vol. 15, S. 143 - 152 (1994)
- Collis, D.J./ Montgomery, C.A. (1996): Wettbewerbsstärke durch hervorragende Ressourcen. In: Harvard Business Manager 2/1996, S. 47 - 57
- Conant; J.S./Mokwa, M.P./Varadarajan, P.R. (1990): Strategic Types, Distinctive Marketing Competencies and Organizational Performance: A Multiple Measures-Based Study. In: Strategic Management Journal, Vol. 11, S. 365 - 383 (1990)
- Conner, K.R. (1991): A Historical Comparison of Resource-Based Theory and Five Schools of Thought Within Industrial Organization Economics: Do we have a New Theory of the Firm? In: Journal of Management 1991, Vol. 17, No. 1, S. 121 - 154

- Conner, K.R./Prahalad, C.K. (1996): A Resource-Based Theory of the Firm: Knowledge Versus Opportunism. In: *Organization Science*, Vol. 7, No. 5, September-October 1996, S. 477 - 501
- Cooper, R.G. (1990): Identifying and Evaluating New Product Opportunities. In: Day, G./Weitz, B./Wensley, R. (eds.): *The Interface of Marketing and Strategy*. Greenwich u.a.O 1990, S. 413 - 433
- Cooper, R.G./Kleinschmidt, E.J. (1996): Winning Business in Product Development: The Critical Success Factors. In: *Research Technology Management*, 4/1996, S. 18 - 29
- Corbett, C./Van Wassenhove, L. (1993): Trade-Offs? What Trade-Offs? Competence and Competitiveness in Manufacturing Strategy. In: *California Management Review*, Summer 1993, S. 107 - 122
- Coyne, K.P./Hall, S.J.D./Gorman Clifford, P. (1997): Is your core competence a mirage. In: *The McKinsey Quarterly* 1997, Number 1, S. 40 - 54
- Cravens, D.W. (1991): *Strategic Marketing*. 3. Auflage, Homewood/Boston 1991
- Cravens, D.W. (1998): Examining the impact of market-based strategy paradigms on marketing strategy. In: *Journal of Strategic Marketing*, 6 (1998), S. 197 - 208
- Cravens, D.W./Greenley, G./Piercy, N.F./Slater, S. (1997): Integrating Contemporary Strategic Managements Perspectives. In: *Long Range Planning*, Vol. 30, No. 4, S. 493 - 506
- Davenport, T.H./ Jarvenpaa, S.L./Beers, M.C. (1996): Improving Knowledge Work Processes. In: *Sloan Management Review*, Summer 1996, S. 53 - 65
- Davenport, T.H./De Long, D.W./Beers, M.C. (1998): Successful Knowledge Management Projects. In: *Sloan Management Review*, Winter 1998, S. 43 - 57
- Day, G.S. (1994a): The Capabilities of Market-Driven Organizations. In: *Journal of Marketing*, VI. 58 (October 1994), S. 37 - 52
- Day, G.S. (1994b): Continuous learning about markets. In: *California Management Review*, Summer 1994. S. 9 - 31
- Day, G.S./Wensley, R. (1983): Marketing Theory with a Strategic Orientation. In: *Journal of Marketing*, Vol. 47 (Fall 1983), S. 79 - 89

- De Leo, F. (1994): Understanding the Roots of Your Competitive Advantage. From Product/Market Competition to Competition as a Multiple-Layer Game. In: Hamel, G./Heene, A. (Hrsg.): Competence-based competition, Chichester 1994, S. 35 - 55
- Demarest, M. (1997): Understanding Knowledge Management. In: Long Range Planning, Vol. 30, No. 3, S. 374 - 384
- Dess, G.G./Davis, P.S.: Porter's (1980) Generic Strategies as Determinants of Strategic Group Membership and Organizational Performance. In: Academy of Management Journal 1984, Vol. 27, No. 3, S. 467 - 488
- Dess, G.G./Gupta, A./Hennart, J.-F./Hill, C.W.L. (1995): Conducting and Integrating Strategy Research at the International, Corporate, and Business Levels: Issues and Directions. In: Journal of Management 1995, Vol. 21, No. 3, S. 357 - 393
- Dichtl, E./Leach, M. (1997): Die Ambivalenz der Zeitkomponente im Wettbewerb. In: Kötzle, A. (Hrsg.): Strategisches Management: theoretische Ansätze, Instrumente und Anwendungskonzepte für Dienstleistungsunternehmen. Stuttgart 1997, S. 45 - 57
- Dickson, P.R. (1996): The Static and Dynamic Mechanics of Competition: A Comment on Hunt and Morgan's Comparative Advantage Theory. In: Journal of Marketing, Vol. 60, (October 1996), S. 102 - 106
- Dierickx, I./Cool, K. (1989): Asset Stock Accumulation and Sustainability of Competitive Advantage. In: Management Science Vol. 35, No. 12 December 1989, S. 1504 - 1511
- Dierkes, M./Williams, M (1993): Organizational Culture and the Management of Business Innovation, Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung GmbH, 1993
- Doz, Y./Thanheiser, H. (1993): Regaining Competitiveness: A Process of Organisational Renewal. In: Hendry, J./Johnson, G. (eds.): Strategic Thinking: Leadership, and the Management of Chance, Chichester u.a.O. 1993, S. 293 - 310
- Duncan, R./Weis, A. (1979): Organizational Learning: Implications for Organizational Design. In: Research in Organizational Behavior, Vol. 1, 1979, S. 75 - 123

- Dyer, W.G./Wilkins, A.L. (1991): Better stories, not better constructs, to generate better theory: A rejoinder to Eisenhardt. In: *Academy of Management Review*, 1991, Vol. 16, No. 3, S. 613 - 6190
- Ebers, M./Gotsch, W. (1993): Institutionenökonomische Theorien der Organisation. In: Kieser, A (Hrsg.): *Organisationstheorien*, Stuttgart 1993, S. 193 - 242
- Eisenhardt, K.M./Brown, S.L. (1998): Time pacing: Competing in Markets that won't stand still. In: *Harvard Business Review*, March-April 1998, S. 59 - 69
- Eisenhardt, K.M./Schoonhoven, C.B. (1996): Resource-based View of Strategic Alliance Formations: Strategic and Social Effects in Entrepreneurial Firms. In: *Organization Science*, Vol. 7, No. 2, March-April 1996, S. 136- 150
- Eisenhardt, K.M. (1989): Building Theories from Case Study Research. In: *Academy of Management Journal*, 1989, Vol. 14, No. 4, S. 532 - 550
- Eisenhardt, K.M. (1991): Better Stories and Better Constructs: The Case for Rigor and Comparative Logic. In: *Academy of Management Review* 1991, Vol. 16, No. 3, S. 620 - 627
- Esser, W.-M. (1989): Die Wertkette als Instrument der Strategischen Analyse. In: Riekhoff, H.-C. (Hrsg.): *Strategieentwicklung*. Stuttgart 1989, S. 191 - 211
- Esser, W.-M./Ringlstetter, M. (1991): Die Rolle der Wertschöpfungskette in der strategischen Planung. In: Kirsch, W. (Hrsg.): *Beiträge zum Management strategischer Programme*. München 1991, S. 511 - 537
- Faix, A./Görge, W. (1994): Das "Konstrukt" Wettbewerbsvorteil. In: *Marketing ZFP*, Heft 3, S. 160 - 166
- Farjoun, M. (1994): Beyond Industry Boundaries: Human Expertise, Diversification and Resource-related Industry Groups. In: *Organization Science*, Vol. 5. No. 2, May 1994, S. 185 - 199
- Fasnacht, R. (1993): *Der strategische Spielraum im Marketing*. Bern, Stuttgart, Wien 1993
- Foss, N.J (1996): Knowledge-based Approaches to the Theory of the Firm: Some Critical Comments. In: *Organization Science*, Vol. 7, No. 5, September-October 1996, S. 470 - 476

- 
- Foss, N.J. (1996): Research in Strategy, Economics, and Michael Porter. In: Journal of Management Studies, 33:1, January 1996, S. 1 - 24
- Fritz, W. (1990a): Marketing - ein Schlüsselfaktor des Unternehmenserfolges. In: Marketing ZFP, Heft 2, II. Quartal 1990, S. 91 - 110
- Fritz, W. (1990b): Ansätze der Wettbewerbstheorie aus der Sicht der Marketingwissenschaft. In: DBW 50 (1990), S. 491 - 512
- Fritz, W. (1992): Marktorientierte Unternehmensführung und Unternehmenserfolg. Stuttgart 1992
- Fritz, W./Förster, F./Widemann, K.-P./Raffée, H. (1988): Unternehmensziele und strategische Unternehmensführung. In: DBW 48 (1988), S. 567 - 585
- Fritz, W./Olesnitz, D. von der (1996): Marketing. Stuttgart, Berlin, Köln 1996
- Gaitanides, M./Scholz, R./Vrohling, A./ (1994): Prozeßmanagement - Grundlagen und Zielsetzungen. In: Gaitanides, M./Scholz, R./Vrohling, A./Raster, M. (Hrsg.): Prozeßmanagement: Konzepte, Umsetzungen und Erfahrungen durch Reengineering. München, Wien, Hanser 1994, S. 1- 19
- Gallon, M.R./Stillman, H.M./Coates, D. (1995): Putting Core Competency Thinking into Practice. In: Research Technology Management, Vol. 38, May/June 1995, S. 20 - 28
- Gälweiler, A. (1987): Strategische Unternehmensführung. Frankfurt, New York 1987
- Ghemawat, P. (1986): Dauerhafte Wettbewerbsvorteile aufbauen. In: Harvard Business Review, Nr. 5, Sept./Okt. 86, S. 145 - 149
- Ghemawat, P. (1991): Commitment. The Dynamic of Strategy. New York 1991
- Godfrey, P.C./Hill, C.W.L. (1995): The Problems of Unobservables in Strategic Management Research. In: Strategic Management Journal, Vol. 16, S. 519 - 533 (1995)
- Gomez, P./Müller-Stewens, G. (1994): Corporate Transformation. In: Gomez, P./Hahn, D./Müller-Stewens, G./Wunderer, R. (Hrsg.): Unternehmerischer Wandel: Konzepte zur organisatorischen Erneuerung, Wiesbaden 1994, S. 320 - 333
- Goshal, S./Moran, P. (1996): Bad for Practice: A Critique of the Transaction Cost Theory. In: Academy of Management Review 1996, Vol. 21, No. 1, S. 13 - 47



- Grant R.M. (1991): The Resource-Based Theory of Competitive Advantage: Implications for Strategy Formulation. In: California Management Review, Spring 1991, S. 114 - 135
- Grant, R.M. (1996): Toward a Knowledge-Based Theory of the Firm. In: Strategic Management Journal, Vol. 17 (Winter Special Issue), S. 109 - 122
- Grant, R.M. (1997): The Knowledge-Based View of the Firm: Implications for Management Practice. In: Long Range Planning, Vol. 30, No. 3, S. 450 - 454
- Gronhaug, N./Nordhaug, O. (1992): Strategy and Competence in Firms. In: European Management Journal, Vol. 10, No. 4 December 1992, S. 438 - 443
- Gronhaug, N./Nordhaug, O. (1993): Competence, Strategy and Market Success. In: American Marketing Association/Winter 1993, S. 111 - 117
- Grünig/R./Heckner, F./Zeus, A. (1996): Methoden zur Identifikation strategischer Erfolgsfaktoren. In: Die Unternehmung 1/96, S. 3 - 12
- Gussek, F. (1992): Erfolg in der Strategischen Markenführung. Wiesbaden 1992
- Gussek, F./Tomczak, T.: Ressourcenallokation mit dem "Analytic Hierarchy Process (AHP)". In: Arbeitspapier Nr. 25/1988, Institut für Markt- und Verbrauchsforschung im Fachbereich Wirtschaftswissenschaft der Freien Universität Berlin
- Haedrich, G./Jenner,T. (1995): Die Bedeutung strategischer Gruppen für die Marktwahl- und Marktbearbeitungsentscheidungen bei der Neuproduktplanung in Konsumgütermärkten. In: Marketing-ZFP, Heft 1, 1995, S. 29 - 36
- Haedrich, G./Jenner,T. (1996): Strategische Erfolgsfaktoren in Konsumgütermärkten. In: Die Unternehmung 1/96, S. 13 - 26
- Haedrich, G./Tomczak, T. (1990): Strategische Markenführung. Bern, Stuttgart, Haupt 1990
- Haedrich, G./Tomczak, T. (1994): Strategische Markenführung. In: Bruhn, M (Hrsg.): Handbuch Markenartikel. Stuttgart 1994, S. 920 - 948
- Haedrich, G./Tomczak, T. (1996): Produktpolitik. Stuttgart, Berlin, Köln 1996

- 
- Hahn, D. (1990a): US-amerikanische Konzepte strategischer Unternehmensführung. In: Hahn, D./Taylor, B. (Hrsg.): Strategische Unternehmensplanung - Strategische Unternehmensführung. Heidelberg 1990, S. 52 - 65
- Hahn, D. (1990b): Zweck und Entwicklung der Portfolio-Konzepte in der strategischen Unternehmensplanung. In: Hahn, D./Taylor, B. (Hrsg.): Strategische Unternehmensplanung - Strategische Unternehmensführung. Heidelberg 1990, S. 52 - 65
- Hall, R. (1991): The Contribution of Intangible Resources to Business Success. In: Journal of General Management, Vol. 16, No. 4 Summer 1991, S. 41 - 52
- Hall, R. (1992): The Strategic Analysis of Intangible Resources. In: Strategic Management Journal, Vol. 13, S. 135 - 144 (1992)
- Hall, R. (1993): A Framework Linking Intangible Resources and Capabilities to Sustainable Competitive Advantage. In: Strategic Management Journal. Vol. 14, S. 607 - 618 (1993)
- Hambrick, D.C./Lei, D. (1985): Toward an Empirical Prioritization of Contingency Variables for Business Strategy. In: Academy of Management Journal, 1985, Vol. 28, No. 4, S. 763 - 788
- Hamel, G. (1991): Competition for Competence and Interpartner Learning within International Strategic Alliances. In: Strategic Management Journal, Vol. 12, S. 83 - 103
- Hamel, G. (1994): The Concept of Core Competence. In: Hamel, G./Heene, A. (Hrsg.): Competence-based competition, Chichester 1994, S. 11 - 33
- Hamel, G. (1996): Strategy as Revolution. In: Harvard Business Review, July - August 1996, S. 69 - 82
- Hamel, G. (1998): Opinion Strategy Innovation an the Quest for Value. In: Sloan Management Review, Winter 1998, S. 7 - 14
- Hamel, G./Doz, Y.L./Prahalad, C.K: (1989): Mit Marktrivalen zusammenarbeiten. In: HARVARDmanager 3/1989, S. 87 - 94
- Hamel, G./Prahalad, C.K. (1989): "Strategic Intent" - aber jetzt gegen die Japaner. In: Harvard Manager 4/1989, S. 90 - 102

- Hamel, G./Prahalad, C.K. (1991): Corporate Imagination and Expeditionary Marketing. In: Harvard Business Review, July/August 1991, S. 81 - 92
- Hamel, G./Prahalad, C.K. (1992): So spüren Unternehmen neue Märkte auf. In: Harvard Manager 2/1992, S. 44 - 55
- Hammer, R.M. (1988): Strategische Planung und Frühaufklärung. München 1988
- Handlbauer, G. (1996): Competing on Cognition? Möglichkeiten und Grenzen einer konstruktivistischen Orientierung der strategischen Unternehmensführung. In: Hinterhuber, H. H./Al-Ani, A/Handlbauer, G. (Hrsg.): Das neue strategische Management. Wiesbaden 1996, S. 63 - 86
- Hanft, A. (1996): Organisationales Lernen und Macht – Über den Zusammenhang von Wissen, Lernen , Macht und Struktur. In: Schreyögg, G./Conrad, P. (Hrsg.): Managementforschung 6 – Wissensmanagement, Berlin, New York 1996, S. 133 - 162
- Hansen, G.S./Wernerfelt, B. (1989): Determinants of Firm Performance: The Relative Importance of Economic and Organizational Factors. In: Strategic Management Journal, Vol. 10, S. 399 - 411 (1989)
- Harrigan, K.R. (1983): Research Methodologies for Contingency Approaches to Business Strategy. In: Academy of Management Review. 1983, Vol. 8, No. 3, S. 398 - 405
- Harrison, J.S./Hall, E.H./Nagundkar, R. (1993): Resource Allocation as an Outcropping of Strategic Consistence: Performance Implications. In: Academy of Management Journal, 1993, Vol. 36, No. 5, S. 1026 - 1051
- Harrison, J.S./Hitt, M.A./Ireland, R.D. (1991): Synergies and Post-Acquisition Performance: Differences versus Similarities in Resource Allocations. In: Journal of Management 1991, Vol. 17, No. 1, S. 173 - 190
- Hätty, H. (1994) Markentransferstrategie. In: Bruhn, M (Hrsg.): Handbuch Markenartikel. Stuttgart 1994, S. 561 - 582
- Hauschildt, J. (1993): Innovationsmanagement - Determinanten des Innovationserfolges. In: Hauschildt, J./Grün, O (Hrsg.): Ergebnisse empirischer betriebswissenschaftlicher Forschung. Stuttgart, 1993, S. 216 - 229

- 
- Hax, A.C./Majluf, N.S. (1991): The strategy concept and process: a pragmatic approach. Englewood Cliffs, New Jersey 1991
- Hayes, R.H./Pisano, G.P. (1995): Überlegene Fertigung: Das neue strategische Paradigma. In: HARVARDmanager, Januar/Februar 1995, S. 30 - 38
- Hedberg, B. (1981): How organizations learn and unlearn. In: Nystrom, P.C./Starbuck, W.H. (Eds.): Handbook of Organizational Design, Volume 1, New York 1981, S. 3 - 27
- Helfat, C.E. (1994): Firm-Specificity in Corporate Applied R&D. In: Organization Science, Vol. 5, No. 2, May 1994, S. 173 - 184
- Helfat, C.E. (1997): Know-how and Asset Complementary and Dynamic Accumulation: The Case of R&D. In: Strategic Management Journal, Vol. 18:5, S. 339 - 367
- Henderson, R./Cockburn, I. (1994): Measuring Competence? Exploring Firm Effects in Pharmaceutical Research. In: Strategic Management Journal, Vol. 15, S. 63 - 84 (1994)
- Hinterhuber, H.H. (1990a): Struktur und Dynamik der strategischen Unternehmensführung. In: Hahn, D./Taylor, B. (Hrsg.): Strategische Unternehmensplanung - Strategische Unternehmensführung. Heidelberg 1990, S. 66 - 89
- Hinterhuber, H.H. (1990b): Wettbewerbsstrategie. Berlin, New York 1990
- Hinterhuber, H.H./Friedrich, S.A./Handlbauer, G./Stuhec, U. (1996): Die Unternehmung als kognitives System von Kernkompetenzen und strategischen Geschäftseinheiten. In: Wildemann, H. (Hrsg.): Produktion und Logistiknetzwerke, München 1996, S. 69 - 103
- Hinterhuber, H.H./Handlbauer, G./Matzler, K. (1997): Kundenzufriedenheit durch Kernkompetenzen. München, Wien 1997
- Hinterhuber, H.H. (1996): Strategische Unternehmensführung. 6. Auflage Berlin, New York 1996
- Hitt, M.A./ Ireland, R.D./ Palia, K.A. (1982): Industrial Firms' Grand Strategy and Functional Importance: Moderating Effects of Technology and Uncertainty. In: Academy of Management Journal, 1982, Vol. 25, No. 2, S. 265 - 298

- Hitt, M.A./Ireland, R.D. (1984): Corporate Distinctive Competence, and Performance Effects of Perceived Environmental Uncertainty (PEU), Size and Technology. In: *Decisions Science* Vol 15, 1984, S. 324 - 349
- Hitt, M.A./Ireland, R.D. (1985): Corporate Distinctive Competence, Strategy, Industry and Performance. In: *Strategic Management Journal*, Vol. 6, S. 273 - 293 (1985)
- Hitt, M.A./Ireland, R.D. (1986): Relationship among Corporate Level Distinctive Competencies, Diversification Strategy, Corporate Structure and Performance. In: *Journal of Management Studies* 23:4 July 1986, S. 401 - 416
- Hofer, C.W./Schendel, D. (1978): *Strategy Formulation: Analytical Concepts*. St.Paul u.a.O. 1978
- Homburg, C./Sütterlin, S. (1992): Strategische Gruppen: Ein Survey. In: *Zeitschrift für Betriebswirtschaft*, 62. Jg., (1992), H. 6, S. 635 - 662
- Hrebiniak, L.G./Joyce, W.F: (1984): *Implementing Strategy*. New York, London 1984
- Huber, G.P. (1991): Organizational Learning: The Contributing Processes and the Literatures. In: *Organization Science*, Vol. 2, No. 1, February 1991, S. 88 - 115
- Hunt, S.D./Morgan, R.M. (1995): The Comparative Advantage Theory of Competition. In: *Journal of Marketing*, Vol. 59, (April 1995), S. 1 - 15
- Hunt, S.D./Morgan, R.M. (1996): The Resource-Advantage Theory of Competition: Dynamics, Path Dependencies, and Evolutionary Dimensions. In: *Journal of Marketing*, Vol. 60 (October 1996), S. 107 - 114
- Hüttner, M. (1989): *Grundzüge der Marktforschung*. Berlin, New York 1989
- Itami, H. (1987): *Mobilizing invisible assets*. Cambridge u.a.O. 1987
- Jenner, T. (1994): *Internationale Marktbearbeitung*. Wiesbaden 1994
- Jenner, T. (1996): Zur Integration des Marketings in das strategische Management. In: *Die Unternehmung* 1/1996, S. 33 - 47
- Jenner, T. (1998a): Management strategischer Erfolgspotentiale. In: *WISU* 11/98, S. 1312 - 1318
- Jenner, T. (1998b): Controlling strategischer Erfolgspotentiale. In: Reinecke, S./Tomczak, T./Dittrich, S. (Hrsg.): *Marketingcontrolling*. St. Gallen 1998, S. 60 - 69

- 
- Jordan, J./Jones, P. (1997): Assessing your Company's Knowledge Management Style. In: Long Range Planning, Vol. 30 , No. 3, S. 392 - 398
- Kessing, O./Fischer, H./Neeb, D. (1994): Implementation einer computergestützten strategischen Geschäftsfeld-Analyse. In: Zeitschrift für Planung (1994) 5; S. 315 - 333
- Kieser, A./Kubicek, H. (1992): Organisation. 3. Auflage, Berlin, New York 1992
- Kim D.H. (1993): The Link between Individual and Organizational Learning. In: Sloan Management Review, Fall 1993, S. 37 - 50
- Kim, W.C./Mauborgne, R. (1997): Value Innovation: The Strategic Logic of High Growth. In: Harvard Business Review, January-February 1997, S. 103 - 112
- Klein, J.A./Edge, G.M./Kass, T. (1991): Skill-Based Competition. In: Journal of General Management, Vol. 16, No. 4, Summer 1991, S. 1 - 15
- Klein, J.A./Hiscocks, P.G. (1994): Competence-based Competition: A Practical Toolkit. In: Hamel, G./Heene, A. (Hrsg.): Competence-based Competition. Chichester 1994
- Kleinaltenkamp, M. (1995): Marktsegmentierung. In: Kleinaltenkamp, M./Plinke, W. (Hrsg.): Technischer Vertrieb. Berlin, Heidelberg 1995, S. 663 - 702
- Knyphausen, D. zu (1993): Why are firms different? In: Die Betriebswirtschaftslehre 53 (1993) 6, S. 771 - 792
- Knyphausen-Aufsess, D. zu (1995): Theorie der strategischen Unternehmensführung. Wiesbaden 1995
- Kogut, B./Zander, U (1996): What Firms Do? Coordination, Identity and Learning. In: Organization Science, Vol. 7, No. 5, September - October 1996, S. 502 - 518
- Köhler, R. (1993): Produktpolitik - Strategische Stoßrichtung und Erfolg von Produktinnovationen. In: Hauschildt, J./Grün, O (Hrsg.): Ergebnisse empirischer betriebswissenschaftlicher Forschung. Stuttgart, 1993, S. 255 - 293
- Koppelman, U. (1997): Produktmarketing. 5. Auflage, Berlin, Heidelberg, New York 1997
- Kotler, P./Bliemel, F. (1999): Marketing-Management. 9. Auflage, Stuttgart 1999

- Kreikebaum, H.: Strategische Unternehmensplanung. 5. Auflage, Stuttgart, Berlin, Köln 1993
- Kreilkamp, E. (1987): Strategisches Management und Marketing. Berlin, New York 1987
- Kreilkamp, E. (1994): Kundenorientierung und aktive Positionierung. In: Tomczak, T./Belz, C. (Hrsg.): Kundennähe realisieren, St. Gallen 1994. S. 81 - 99
- Krings, S. (1997): Ressourcenorientierte Strategische Planung. Hamburg 1997
- Krober-Riel, W. (1989): Strategie und Technik der Werbung. Stuttgart u.a.O. 1989
- Kroeber-Riel, W. (1992): Konsumentenverhalten. München 1992
- Krogh, G. von/Venzin, M. (1995): Anhaltende Wettbewerbsvorteile durch Wissensmanagement. In: Die Unternehmung 6/95, S. 417 - 433
- Krups, M. (1985): Marketing innovativer Dienstleistungen am Beispiel elektronischer Wirtschaftsinformationsdienste. Frankfurt/Main 1985
- Krystek, U./Müller-Stewens, G. (1990): Grundzüge einer Strategischen Frühaufklärung. In: Hahn, D./Taylor, B. (Hrsg.): Strategische Unternehmensplanung - Strategische Unternehmensführung. 5. Auflage. Heidelberg 1990, S. 337 - 364
- Kubicek, H. (1977): Heuristische Bezugsrahmen und heuristisch angelegte Forschungsdesigns als Elemente einer Konstruktionsstrategie empirischer Forschung. In: Köhler, R. (Hrsg.): Empirische und handlungstheoretische Forschungskonzeptionen in der Betriebswirtschaftslehre. Stuttgart 1977, S. 3 - 36
- Kühn, R. (1986): Das Dominanz-Standard Modell. Ein Ansatz zur wirkungsbezogenen Gewichtung der Instrumente des Marketing-Mix. In: IHA-news, Heft 1/1986, S. 4 - 9
- Kühn, R./Grünig, R. (1998): Grundlagen der strategischen Planung. Bern, Stuttgart, Wien 1998
- Kuß, A. (1987): Information und Kaufentscheidung. Berlin, New York 1987
- Lado, A.A./Boyd, N.G./Hanlon, S. C. (1997): Competition, Cooperation, and the Search for Economic Rents: A Syncretic Model. In: Academy of Management Review, 1997, Vol. 22, No. 1, S. 110 - 141

- 
- Lado, A.A./Boyd, N.G./Wright, P. (1992): A Competency-Based Model of Sustainable Competitive Advantage: Toward a Conceptual Integration. In: *Journal of Management* 1992, Vol. 18, No. 1, S. 77 - 91
- Lado, A.A./Wilson, M.C. (1994): Human resource systems and sustained competitive advantage: A competency-based perspective. *Academy of Management Review* 1994, Vol. 19, No.4, S. 699 - 727
- Lamnek, S. (1989): *Qualitative Sozialforschung, Band 2, Methoden und Techniken.* München 1989
- Lawless, M.W./Bergh, D.D./Wilsted, W.D. (1988): Performance Variations among Strategic Group Members: An Examination of Individual Firm Capability. In: *Journal of Management* 1989, Vol. 15, no. 4, S. 649 - 661
- Lei, D./Hitt, M.A./Bettis, R. (1996): Dynamic Core Competences through Meta-Learning and Strategic Context. In: *Journal of Management* 1996, Vol. 22. No.4, S. 549 - 569
- Leonard, D./Straus, S. (1997): Putting your Company's Whole Brain to Work. In: *Harvard Business Review*, July-August 1997, S. 111 - 121
- Leonard-Barton, D. (1992): Core Capabilities and Core Rigidities: A Paradox in Managing New Product Development. In: *Strategic Management Journal*, Vol. 13, S. 111 - 125 (1992)
- Leonard-Barton, D. (1995): *Wellsprings of knowledge: building and sustaining the sources of innovation.* Boston 1995
- Liebeskind, J.P. (1996): Knowledge, Strategy, and the Theory of the Firm. In: *Strategic Management Journal*, Vol. 17 (Winter Special Issue), S. 93 - 107 (1996)
- Lippman, S.A./Rumelt, R.P. (1982): Uncertain imitability: an analysis of interfirm differences in efficiency under competition. In: *The Bell Journal of Economics* Vol. 13 (1982), S. 418 - 438
- Long, C./Vickers-Koch, M. (1995): Using Core Capabilities to Create Competitive Advantage. In: *Organizational Dynamics*, Summer (1995), S. 7 - 22
- Mahoney, J.T. (1995): The Management of Resources and the Resource of Management. In: *Journal of Business Research* 33, S. 91 - 101 (1995)



- Mahoney, J.T./Pandian, J.R. (1992): The Resource-Based View within the Conversation of Strategic Management. In: Strategic Management Journal, Vol. 13, S. 363 - 380 (1992)
- Maijoor, S./van Witteloostuijn, A. (1996): An Empirical Test of the Resource-Based Theory: Strategic Regulation in the Dutch Audit Industry. In: Strategic Management Journal Vol. 17, S. 549 - 569 (1996)
- Mauthe, K.D. (1984): Strategische Analyse. München 1984
- McGrath, R.G./Macmillan, I.C./Venkataraman, S. (1995): Defining and Developing Competence: A Strategic Process Paradigm. In: Strategic Management Journal, Vol. 16, S. 251 - 275 (1995)
- McGrath, R.G./Venkataraman, S./Macmillan, I.C. (1994): Journal of Business Venturing. 9, S. 351 - 369, 1994
- Meffert, H. (1992): Marketingforschung und Käuferverhalten. Wiesbaden 1992
- Meffert, H. (1994a): Marketing-Management. Wiesbaden 1994
- Meffert, H. (1994b): Entscheidungsorientierter Ansatz der Markenpolitik. In: Bruhn, M (Hrsg.): Handbuch Markenartikel, Stuttgart 1994, S. 173-197
- Meffert, H. (1998): Herausforderungen an die Betriebswirtschaftslehre - Die Perspektive der Wissenschaft. In: DBW 58 (1998) 6, S. 709 - 730
- Meffert, H./Bruhn, M.: Dienstleistungsmarketing. Wiesbaden 1995
- Meffert, H./Kimmeskamp, G. (1983): Industrielle Vertriebssysteme im Zeichen der Handelskonzentration. In: Absatzwirtschaft 3/83, S. 214 - 231
- Mehra, A. (1995): Resource and Market Based Determinants of Performance in the U.S: Banking Industry. In: Strategic Management Journal, Vol. 17, S. 307 - 322 (1996)
- Meyer, A./Blümelhuber, C. (1998): Wettbewerbsorientierte Strategien im Dienstleistungsbereich. In: Bruhn, M./Meffert, H. (Hrsg.): Handbuch Dienstleistungsmanagement. Wiesbaden 1998, S. 376 - 404
- Meyer, M.H./Utterback, J.M. (1993): The Product Family and the Dynamics of Core Capability. In: Sloan Management Review, Spring 1993, S. 29 - 47
- Miller, D. (1992): The Generic Strategy Trap. In: The Journal of Business Strategy January/February 1992, S. 37 - 41

- 
- Miller, D. (1996): A Preliminary Typology of Organizational Learning: Synthesizing the Literature. In: *Journal of Management* 1996, Vol. 22, No. 3, S. 485 - 505
- Miller, D./Friesen, P.H. (1986): Porter's (1980) Generic Strategies and Performance: An Empirical Examination with American Data. Part II: Performance Implications. In: *Organizations Studies* 1986, 7/3. S. 255 - 261
- Miller, S.I. (1990): Confirmation and qualitative evidence-instances: justifying the use of qualitative research methods. In: *Quality & Quantity*, 24: S. 57 - 63, 1990
- Minderlein, M. (1990): Markteintrittsbarrieren und strategische Verhaltensweisen. In: *Zeitschrift für Betriebswirtschaft* 60. Jg. (1990), H. 2, S. 155 - 178
- Moran, P./Goshal, S. (1996): Theories of Economic Organization: the Case for Realism and Balance. In: *Academy of Management Review* 1996, Vol. 21, No. 1, S. 58 - 72
- Müller-Stewens, G. (1994): Vorstoß in neue Geschäfte: Identifikation und Eintrittsstrategien. In: Riekhof, H.-C. (Hrsg.): *Praxis der Strategieentwicklung, Konzepte-Erfahrungen-Fallstudien*. Stuttgart 1994, S. 227 - 244
- Nanda, A. (1996): Resources, Capabilities and Competencies. In: Moingeon, B./Edmondson, A. (Eds.): *Organizational Learning and Competitive Advantage*, London, Thousand Oaks, New Dehli 1996, S. 93 - 120
- Näther, C. (1993): *Erfolgsmaßstäbe der Unternehmensführung*. München 1993
- Nelson, R.R (1991): Why do Firms differ, and how does it matter? In: *Strategic Management Journal*, Vol. 12., S. 61 - 74 (1991)
- Nelson, R.R./Winter, S.G. (1982): *An Evolutionary Theory of Economic Change*. Harvard 1982
- Nieschlag, R./Dichtl. E./Hörschgen, H. (1991): *Marketing*. 16. Auflage. Berlin
- Nonaka, I. (1991): The Knowledge-Creating Company. In: *Harvard Business Review*, November-December 1991, S. 96 - 104
- Nonaka, I. (1994): A Dynamic Theory of Organizational Knowledge Creation. In: *Organization Science*, Vol. 5, No. 1, February 1994, S. 14 - 37
- Oberschulte, H. (1996): Organisatorische Intelligenz – ein Vorschlag zur Konzeptdifferenzierung. In: Schreyögg, G./Conrad, P. (Hrsg.):

- Managementforschung 6 – Wissensmanagement, Berlin, New York 1996, S. 41-81
- Osterloh, M./Grand, S. (1994): Modelling oder Mapping? In: Die Unternehmung 4/94, S. 277 - 294
- Pabst, O. (1993): Vertikales Marketing in schnelllebigen Märkten. Distributive Leistungssysteme im Damenoberbekleidungsmarkt. St. Gallen 1993
- Pautzke, G. (1989): Die Evolution der organisatorischen Wissensbasis - Bausteine einer Theorie des organisatorischen Lernens. München 1989
- Penrose, E.T. (1959): The Theory of the Growth of the Firm. Oxford 1959
- Peteraf, M.A. (1993): The Cornerstone of Competitive Advantage: A Resource-Based View. In: Strategic Management Journal, Vol. 14, S. 179 - 191 (1993)
- Petts, N. (1997): Building Growth on Core Competences - A Practical Approach. In: Long Range Planning, Vol. 30, No. 4, S. 551 - 561
- Porter, M.E. (1990): Wettbewerbsstrategie (Competitive Strategy). Frankfurt/Main, New York 1990
- Porter, M.E. (1991): Towards a Dynamic Theory of Strategy. In: Strategic Management Journal, Vol. 12, S. 95 - 117, (1991)
- Porter, M.E. (1992): Wettbewerbsvorteile: Spitzenleistungen erreichen und behaupten. 6. Auflage, New York 1992
- Powell, T.C. (1992a): Organizational Alignment as Competitive Advantage. In: Strategic Management Journal, Vol. 13, S. 119 - 134 (1992)
- Powell, T.C. (1992b): Strategic Planning as Competitive Advantage. In: Strategic Management Journal, Vol. 13, S. 551 - 558 (1992)
- Powell, T.C./Dent-Micallef, A. (1997): Information Technology as Competitive Advantage: the Role of Human, Business, and Technology Resources. In: Strategic Management Journal, Vol 18:5, S. 375 - 405 (1997)
- Prahalad, C.K./Hamel. G.(1990): The Core Competence of the Corporation. In: Harvard Business Review, May-June 1990, S. 79 - 91

- 
- Prange, C. (1996): Interorganisationales Lernen: Lernen in, von und zwischen Organisationen. In: Schreyögg, G./Conrad, P. (Hrsg.): Managementforschung 6 – Wissensmanagement, Berlin, New York 1996, S. 163 - 189
- Raffée, H./W. Fritz (1991): Die Führungskonzeption erfolgreicher und weniger erfolgreicher Industrieunternehmen im Vergleich. In: Zeitschrift für Betriebswirtschaft, 61. Jg., Heft 11, S. 1211 – 1226
- Raffée, H./W. Fritz (1992): Dimensionen und Konsistenz der Führungskonzeption von Industrieunternehmen. In: Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 44. Jg. (4/1992), S. 303 – 322
- Rasche, C. (1994): Wettbewerbsvorteile durch Kernkompetenzen. Wiesbaden 1994
- Rasche, C./Wolfrum, B. (1994): Ressourcenorientierte Unternehmensführung. In: DBW 54 (1994)4, S. 501 - 517
- Reber, G. (1992): Organisationales Lernen. In: Frese, E. (Hrsg.): Handwörterbuch der Organisation, 3. Auflage, Stuttgart 1992, S. 1240 - 1256
- Reed, R./DeFillippi, R.J. (1990): Causal Ambiguity, Barriers to Imitation, and Sustainable Competitive Advantage. In: Academy of Management Review, 1990, Vol. 15, No. 1, S. 88 - 102
- Rehäuser, J./Krcmar, H. (1996): Wissensmanagement im Unternehmen. In: Schreyögg, G./Conrad, P. (Hrsg.): Managementforschung 6 – Wissensmanagement, Berlin, New York 1996, S. 1 - 40
- Ries, A./Trout, J. (1993): Die 22 unumstößlichen Gebote im Marketing. Düsseldorf u.a.O. 1993
- Rimpler, G. (1995): Vertikale Wettbewerbsstrategie an der Jahrtausendwende. In: Schweiger, G. et. al. (Hrsg.): Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit durch Marketing. Linz 1995, S. 113 - 141
- Robins, J./Wiersema, M.F. (1995): A Resource-Based Approach to the Multibusiness Firm: Empirical Analysis of Portfolio Interrelationships and Corporate Performance. In: Strategic Management Journal, Vol. 16,S. 277 - 299 (1995)

- Roquebert, J.A./Phillips, R.L./Westfall, P.A. (1996): Markets vs. Management: What 'Drives' Profitability? In: Strategic Management Journal, Vol. 17, S. 653-664 (1996)
- Rühli, E. (1994): Der Resource-Based View of Strategy. In: Gomez, P./Hahn, D./Müller-Stewens, G./Wunderer, R. (Hrsg.): Unternehmerischer Wandel - Konzepte zur organisatorischen Erneuerung. Wiesbaden 1994, S. 32 - 57
- Rühli, E. (1995): Ressourcenmanagement. In: Die Unternehmung 2/95, S. 91 - 105
- Rumelt, R.P. (1991): How much does Industry matter? In: Strategic Management Journal, Vol. 12, S. 167 - 185 (1991)
- Saaty, T.L. (1980): Analytic Hierarchy Process. New York 1980
- Sachs, S. (1995): Strategie und Ökonomie. In: Die Unternehmung 4/95, S. 245 - 257
- Saint-Onge, H. (1996): Tacit Knowledge the Key to the Strategic Alignment of Intellectual Capital. In: Strategy & Leadership, March/April 1996, S. 10-14
- Sanchez, R./Mahoney, J.T. (1996): Modularität, Flexibilität, and Knowledge Management in Product and Organizations Design. In: Strategic Management Journal, Vol. 17 (Winter Special Issue), S. 63 - 76 (1996)
- Schein, E.H. (1996): Culture: The Missing Concept in Organization Studies. In: Administrative Science Quarterly, 41 (1996), S. 229 - 240
- Schein, E.H. (1996b): Three Cultures of Management: The Key to organizational Learning. In: Sloan Management Review, Fall 1996, S. 9 - 29
- Scheuing, E.E. (1989): New Product Management. Columbus, u.a.O. 1989
- Schmalensee, R. (1985): Do Markets Differ Much?. In: The American Economic Review, June 1985, S. 341 - 351
- Schoemaker, P.J.H. (1990): Strategy, Complexity and Economic rent. In: Management Science Vol. 36, No. 10, October 1990, S. 1178 - 1192
- Schoemaker, P.J.H. (1992): How to Link Strategic Vision to Core Capabilities. In: Sloan Management Review/Fall 1992, S. 67-81
- Schögel, M. (1997): Mehrkanalsysteme in der Distribution. Scheßlitz 1997

- 
- Schögel, M./Tomczak, T. (1995): Mehrkanalsysteme im Distributionsmanagement. In: Thexis 3/95, S. 42 - 47
- Schreyögg, G. (1998): Organisation. Wiesbaden 1998
- Schröck, M. (1994): Strategische Ressourcenanalyse als Baustein einer erfolgreichen Restrukturierung. Frankfurt/Main 1994
- Schüller, A. (1996): Kernkompetenz Innovationsorientierung. In: Strasmann, J./Schüller, A. (Hrsg.): Kernkompetenzen - Was Unternehmen wirklich erfolgreich macht. Stuttgart 1996, S. 97 - 118
- Schulte, R. (1996): Zeit und strategische Planung. Wiesbaden 1996
- Schumpeter, J.A. (1950): Capitalism, socialism and democracy. New York 1950
- Schwinn, R. (1998): Aufgaben der Unternehmensplanung und des Controlling. In: Bogaschewsky, R./Götze, U. (Hrsg.): Unternehmensplanung und Controlling: Festschrift zum 60. Geburtstag von Jürgen Bloech. Heidelberg 1998, S. 23 - 47
- Segars, A.H./Grover, V. (1996): Designing Company-wide Information Systems: Risk Factors and Coping Strategies. In: Long Range Planning, Vol. 29, No. 3, S. 381 - 392
- Servatius, H.-G. (1986): Methodik des strategischen Technologie-Managements. 2. Auflage, Berlin 1986
- Servatius, H.-G. (1991): Vom Strategischen Management zur Evolutionären Führung. Stuttgart 1991
- Seth, A./Thomas, H. (1994): Theories of the Firm: Implications for Strategy Research. In: Journal of Management Studies 31: 2 March 1994, S. 165 - 191
- Siegle, K.-P. (1994): Geschäftsprozesse und Kernkompetenzen. In: Gaitanides, M./Scholz, R./Vrohling, A./Raster, M. (Hrsg.): Prozessmanagement: Konzepte, Umsetzungen und Erfahrungen des Reengineering. München, Wien, Hanser 1994, S. 164 - 180
- Simon, H. (1988): Management Strategischer Wettbewerbsvorteile. In: Zeitschrift für Betriebswirtschaft 58, Jg. (1988), H.4, S. 461- 480

- Simon, H. (1994): Die Zeit als strategischer Erfolgsfaktor. In: Rieckhoff, H.-C. (Hrsg.): Praxis der Strategieentwicklung. Konzepte-Erfahrungen-Fallstudien. Stuttgart 1994, 2. Auflage, S. 47 - 72
- Snow, C.C./Hrebiniak, L.G. (1980): Strategy, Distinctive Competence, and Organizational Performance. In: Administrative Science Quarterly, June 1980, Vol. 25, S. 317 - 336
- Sousa de Vasconcellos, J.A./Hambrick, D.C. (1989): Key Success Factors: Test of a General Theory in the Mature Industrial-Product Sector. In: Strategic Management Journal, Vol. 19, S. 367 - 382 (1989)
- Spender, J.-C. (1996): Making Knowledge the Basis of a Dynamic Theory of the Firm. In: Strategic Management Journal, Vol. 17 (Winter Special Issue), S. 45-62 (1996)
- Staehle, W. (1989): Management. 4. Auflage. München 1989
- Steinmann, H./Schreyögg, G. (1993): Management Grundlagen der Unternehmensführung. 3. Auflage. Wiesbaden 1990
- Steinle, C./Bruch, H./Nasner, N. (1997): Kernkompetenzen - Konzepte, Ermittlung und Einsatz zur Strategieevaluation. In: Zeitschrift für Planung (1997) 8, S. 1 - 23
- Strassmann, J./Schüller, A. (1996): Kernkompetenzen - Ein integratives Konzept. In: Strassmann, J./Schüller A. (Hrsg.): Kernkompetenzen. Stuttgart 1996, S. 7 - 21
- Sydow, J./van Well, B. (1996): Wissensintensiv durch Netzwerkorganisation-Strukturierungstheoretische Analyse eines wissensintensiven Netzwerkes, In: Schreyögg, C./Conrad, P.: Managementforschung 6 – Wissensmanagement, Berlin, New York 1996, S. 191 - 234
- Szulanski, G. (1996): Exploring Internal Stickiness: Impediments to the Transfer of Best Practice Within the Firm. In: Strategic Management Journal, Vol. 17 (Winter Special Issue), S. 27-43 (1996)
- Tallman, S.B. (1991): Strategic Management Models and Resource-Based Strategies among MNE'S in a Host Market. In: Strategic Management Journal, Vol. 12, S. 60 - 82 (1991)

- 
- Tampoe, M. (1994): Exploiting the Core Competences of Your Organization. In: Long Range Planning, Vol. 21, No. 4, S. 66 - 77
- Thiele, M. (1996): Kernkompetenzorientierte Unternehmensstrukturen. Wiesbaden 1997
- Tomczak, T. (1989): Situative Marketingstrategien. Berlin, New York 1989
- Tomczak, T. (1992): Forschungsmethoden in der Marketingwissenschaft. In: Marketing ZFP Heft 2, II. Quartal 1992, S. 77 - 87
- Tomczak, T./Reinecke, S. (1995): Die Rolle der Positionierung im strategischen Marketing. In: Thammen, J.-P. (Hrsg.): Management-Kompetenz - Die Gestaltungsansätze des Executive MBA der Hochschule St.Gallen. Wiesbaden 1995, S. 499 - 517
- Tomczak, T./Reinecke, S. (1996): Der aufgabenorientierte Ansatz. In: Thexis, Fachbericht für Marketing, 96/5, S. 1 - 24 (1996)
- Töpfer, A. (1998): Die Restrukturierung des Daimler-Benz Konzerns 1995-1997. Neuwied, Kriftel, Luchterhand 1998
- Trommsdorff, V. (1989): Konsumentenverhalten. Stuttgart, Berlin, Köln 1989
- Tsoukas, H. (1996): The Firm as a Distributed Knowledge System: A Constructionist Approach. In: Strategic Management Journal, Vol. 17 (Winter Special Issue), S. 11 - 25 (1996)
- Ulrich, D./Lake, D. (1991): Organizational capability: creating competitive advantage. In Academy of Management Executive, 1991. Vol. 5, No. 1, S. 77 - 91
- Ulrich, H. (1981): Die Betriebswirtschaftslehre als anwendungsorientierte Sozialwissenschaft. In: Geist, M./Köhler, R. (Hrsg.): Führung des Betriebes, Stuttgart 1981, S. 1 - 26
- Useem, M. (1996): Shareholder as a Strategic Asset. In: California Management Review, Vol. 39, No. 1, Fall 1996, S. 8 - 27
- van Well, B. (1996): Strategische Allianzen, virtuelle Unternehmungen und Netzwerke: Neue Organisationsformen erfordern ein anderes Ressourcenmanagement. In: Hinterhuber, H.H./Al-Ani, A./Handlbauer, G. (Hrsg.): Das Neue Strategische Management. Wiesbaden 1996, S. 159 - 185



- Varadarajan, P.R./Clark (1994): Delineating the Scope of Corporate, Business, and Marketing Strategy. In: *Journal of Business Research*, Vol. 31 (1994), S. 93 – 105
- Varadarajan, P.R./Clark, T./Pride, W.M: (1992): Aktive Unternehmen gestalten ihr Marktumfeld selbst. In: *Harvard manager* 4/1992, S. 98 - 106
- Verdin, P.J./Williamson, P.J. (1994): Core Competences, Competitive Advantage and Market Analysis: Forging the Links. In: Hamel, G./Heene, A. (Hrsg.): *Competence-based Competition*. Chichester 1994, S. 77 - 110
- Walley, K./Thwaites, D. (1996): A review, synthesis and interpretation of the literature on competitive advantage. In: *Journal of Strategic Marketing*, 4 (1996), S. 163 - 179
- Wehrli, H.P./Jüttner, U. (1994): Competitive Advantage by Competence-Based Marketing Management. In: *American Marketing Association / Winter 1994*, S. 223 - 231
- Wernerfelt, B.(1984): A Resource-based View of the Firm. In: *Strategic Management Journal*, Vol. 5, S. 171 - 180
- Wheelen, T.L./Hunger, J.D. (1987): *Strategic Management*. 2. Aufl., Reading 1987
- Whetten, D. A. (1989): What Constitutes a Theroretical Contribution. In: *Academy of Mangement Review*, 1989, Vol. 14, No. 4, S. 490 - 495
- Whitehill, M. (1997): Knowledge-based Strategy to Deliver Sustained Competitive Advantage. In: *Long Range Planning*, Vol. 30, No. 4, S. 621 - 627
- Wieandt v., A (1994): Versunkene Kosten und strategische Unternehmensführung. In: *Zeitschrift für Betriebswirtschaft* 64. Jg. (1994), H. 8, S. 1027 - 1044
- Williams , J.R. (1992): How Sustainable is Your Competitive Advantage? In: *California Management Review*, Spring 1992, S. 29 - 51
- Williamson, O.E. (1990): *Die ökonomischen Institutionen des Kapitalismus: Unternehmen, Märkte, Kooperationen*. Tübingen 1990
- Williamson, O.E. (1996): Economic and Organizations: A Primer. In: *California Management Review*, Vol. 38, No. 2, Winter 1996, S. 131 - 146

- 
- Williamson, P.J./Verdin, P.J. (1992): Age, Experience and Corporate Synergy: When are they Sources of Business Unit Advantage. In: British Journal of Management, S. 221 - 235 (1992)
- Willman, P. (1996): Protecting Know-how. In: Business Strategy Review, Spring 1996, Volume 7, S. 9 - 13
- Wolfrum, B./Rasche, C. (1993): Kompetenzorientiertes Management. In: Thexis 5./6.93, S. 65 - 70
- Wolfrum, U. (1993): Erfolgspotentiale - Kritische Würdigung eines zentralen Konzeptes der strategischen Unternehmensführung. München 1993
- Yin, R.K. (1989): Case Study Research - Design and Methods. Newbury Park, London, New Dehli 1989
- Zahra, S.A./Das, S.R. (1993): Building Competitive Advantage on Manufacturing Resources. In: Long Range Planning, Vol. 26, No. 2, S. 90 - 100
- Zeithaml, V.A./Varadarajan, P.R./Zeithaml, C.P. (1988): The Contingency Approach: Its Foundations and Relevance to Theory Building and Research in Marketing. In: European Journal of Marketing 22, 7 (1998), S. 37 - 63
- Zentes, J./Ihrig, F. (1994): Bedeutung der Markenpolitik für das vertikale Marketing. In: Bruhn, M (Hrsg.): Handbuch Markenartikel, Stuttgart 1994, S. 1201 - 1237