

Literaturverzeichnis

Aaker, David A. (1989): Managing Assets and Skills: The Key To a Sustainable Competitive Advantage. In: *California Management Review* 31 (2), S. 91–106.

Altenburger, Otto A. (1980): Ansätze zu einer Produktions- und Kostentheorie der Dienstleistungen. Berlin (Betriebswirtschaftliche Schriften, 101).

Altobelli, Claudia Fantapié; Bouncken, Ricarda B. (1998): Wertkettenanalyse von Dienstleistungs-Anbietern. In: Anton Meyer (Hg.): *Handbuch Dienstleistungs-Marketing*. Stuttgart (1), S. 282–296.

Amit, Raphael; Schoemaker, Paul J. H. (1993): Strategic Assets and Organizational Rent. In: *Strategic Management Journal* 14, S. 33–46.

Andrews, Kenneth R. (1997): The Concept of Corporate Strategy. In: Nicolai J. Foss (Hg.): *Resources, Firms, and Strategies. A Reader in the Resource-Based Perspective*. Oxford, S. 52–59.

Asheim, Bjorn; Coenen, Lars (2006): Contextualising Regional Innovation Systems in a Globalising Learning Economy: On Knowledge Bases and Institutional Frameworks. In: *Journal of Technology Transfer* 31, S. 163–173.

Backhaus, Klaus; Kleikamp, Christian (2001): Marketing von investiven Dienstleistungen. In: Manfred Bruhn und Heribert Meffert (Hg.): *Handbuch Dienstleistungsmanagement. Von der strategischen Konzeption zur praktischen Umsetzung. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage*. Wiesbaden, S. 73–101.

Bader, Georg (1977): *Zur Preispolitik des Hotelbetriebes - unter besonderer Berücksichtigung seiner Beherbergungsfunktion* -. München.

Bailom, Franz; Hinterhuber, Hans H.; Matzler, Kurt; Sauerwein, Elmar (1996): Das Kano-Modell der Kundenzufriedenheit. In: *Marketing Zeitschrift für Forschung und Praxis* 18 (2), S. 117–126.

Bailom, Franz; Tschernernjak, Dieter; Matzler, Kurt; Hinterhuber, Hans H. (1998): Durch strikte Kundennähe die Abnehmer begeistern. In: *Harvard Business Manager* 20 (1), S. 47–56.

Bamberger, Ingolf; Wrona, Thomas (1996): Der Ressourcenansatz und seine Bedeutung für die Strategische Unternehmensführung. In: *Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung* 48 (2), S. 130–153.

- Barney, Jay B. (1986a): Strategic Factor Markets: Expectations, Luck and Business Strategy. In: *Management Science* 32 (10), S. 1231–1241.
- Barney, Jay B. (1986b): Types of Competition and the Theory of Strategy: Toward an Integrative Framework. In: *Academy of Management Review* 11 (4), S. 791–800.
- Barney, Jay (1991): Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. In: *Journal of Management* 17 (1), S. 99–120.
- Barney, Jay B (1999): How a Firm's Capabilities Affect Boundary Decisions. In: *Sloan Management Review* 40 (3), S. 137–145.
- Barney, Jay B (2011): Gaining and Sustaining Competitive Advantage. New Jersey.
- Barras, Richard (1986): Towards a theory of innovation in services. In: *Research Policy* 15, S. 161–173.
- Baumard, Philippe (1996): Organizations in the Fog: An Investigation into the Dynamics of Knowledge. In: Bertrand Moingeon und Amy Edmondson (Hg.): *Organizational Learning and Competitive Advantage*. London, Thousand Oaks, New Delhi, S. 74–91.
- Beckmann, Sara; Barry, Michael (2007): Innovation as a Learning Process: Embedding Design Thinking. In: *California Management Review* 50 (1), S. 25–56.
- Beinert, Markus; Weller, Björn Eric (2007): Planung und Realisierung von Marketinginnovationen - eine explorative Analyse auf Basis des dynamischen Kompetenzansatzes. In: Jörg Freiling und Hans Georg Gemünden (Hg.): *Jahrbuch Strategisches Kompetenz-Management. Dynamische Theorien der Kompetenzentstehung und Kompetenzverwertung im strategischen Kontext*. München (1), S. 245–289.
- Benkenstein, Martin (1994): Dienstleistungsqualität. Ansätze zur Messung und Implikationen für die Steuerung. In: Hans Corsten (Hg.): *Integratives Dienstleistungsmanagement. Grundlagen - Beschaffung - Produktion - Marketing - Qualität. Ein Reader*. Wiesbaden, S. 421–445.
- Benkenstein, Martin (2001): Besonderheiten des Innovationsmanagements in Dienstleistungsunternehmen. In: Manfred Bruhn und Heribert Meffert (Hg.): *Handbuch Dienstleistungsmanagement. Von der strategischen Konzeption zur praktischen Umsetzung*. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden, S. 687–702.
- Benkenstein, Martin; Steiner, Stephanie (2004): Formen von Dienstleistungsinnovationen. In: Manfred Bruhn und Bernd Stauss (Hg.): *Dienstleistungsinnovationen - Forum Dienstleistungsmanagement*. Wiesbaden, S. 27–43.

Benkenstein, Martin; Steiner, Stephanie; Spiegel, Thomas (2007): Die Wertkette in Dienstleistungsunternehmen. In: Manfred Bruhn und Bernd Stauss (Hg.): Wertschöpfungsprozesse bei Dienstleistungen. Forum Dienstleistungsmanagement. Wiesbaden, S. 51–70.

Benkenstein, Martin; Stenglin, Ariane von (2006): Innovationsmanagement im Service-Marketing: Neue Geschäfte für den Service erschließen. In: Hans-Jörg Bullinger und August-Wilhelm Scheer (Hg.): Service Engineering. Entwicklung und Gestaltung innovativer Dienstleistungen. 2., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Berlin, Heidelberg, S. 271–295.

Benölken, Heinz; Greipel, Peter (1990): Dienstleistungsmanagement. Service als strategische Erfolgsposition. Wiesbaden.

Berekoven, Ludwig (1974): Der Dienstleistungsbetrieb. Wesen - Struktur - Bedeutung. Wiesbaden.

Berger, Roland; Kalthoff, Otto (1995): Kernkompetenzen - Schlüssel zum Unternehmenserfolg. In: Hans Siegwart, Fredmund Malik und Julian Mahari (Hg.): Unternehmenspolitik und Unternehmensstrategie. Stuttgart, Zürich, Wien (Meilensteine im Management, 5), S. 159–174.

Bergmann, Gustav; Daub, Jürgen (2008): Systemisches Innovations- und Kompetenzmanagement. Grundlagen - Prozesse - Perspektiven. 2. aktualisierte Auflage. Wiesbaden.

Beritelli, Pietro; Romer, Daniel (2006): Inkrementelle versus radikale Innovationen im Tourismus. In: Birgit Pikkemaat, Mike Peters und Klaus Weiermair (Hg.): Innovationen im Tourismus. Wettbewerbsvorteile durch neue Ideen und Angebote. Berlin, S. 53–64.

Bernet, Beat; Bieger, Thomas (1999): Finanzierung im Tourismus. Herausforderungen und Lösungsansätze im Lichte der neuen Finanzbedingungen. Bern, Stuttgart, Wien.

Bidmon, Sonja; Matzler, Kurt (2006): Methoden zum Einbezug innovativer Kunden: der Lead User Ansatz. In: Birgit Pikkemaat, Mike Peters und Klaus Weiermair (Hg.): Innovationen im Tourismus. Wettbewerbsvorteile durch neue Ideen und Angebote. Berlin, S. 177–195.

Bieger, Thomas (2004): Customer Value für persönliche Dienstleistungen - Tourismus, Verkehr, Gesundheitsdienstleistungen oder Shopping Center. In: Christian Belz und Thomas Bieger (Hg.): Customer Value. Kundenvorteile schaffen Unternehmensvorteile. St. Gallen, S. 577–623.

Bieger, Thomas (2007): Dienstleistungs-Management. Einführung in Strategien und Prozesse bei Dienstleistungen. 4. überarbeitete Auflage. Bern, Stuttgart, Wien.

Bieger, Thomas; Gräf, Hjördis (2004): Das Konzept Attraktionspunkte - Ein Innovationskonzept für standortgebundene Dienstleistungen. In: Manfred Bruhn und Bernd Stauss (Hg.): Dienstleistungsinnovationen - Forum Dienstleistungsmanagement. Wiesbaden, S. 497-527.

Bieger, Thomas; Weinert, Robert (2006): On the nature of innovative organization in tourism: Structure, process and results. In: Bibiana Walder, Klaus Weiermair und Amparo Sancho Pérez (Hg.): Innovation and Product Development in Tourism. Creating Sustainable Competitive Advantage. Berlin, S. 87-102.

Bierfelder, Wilhelm H. (1994): Innovationsmanagement. Prozessorientierte Einführung. 3. überarbeitete u. erweiterte Auflage. München, Wien.

Bircher, Bruno (1988): Dienste um die Produktion. Informieren, Spezialisieren, Risiken tragen, Systeme verkaufen. In: Heik Afheldt (Hg.): Erfolge mit Dienstleistungen. Initiativen für neue Märkte. Stuttgart, S. 55-70.

Black, Janice A.; Boal, Kimberly B. (1994): Strategic Resources: Traits, Configurations and Paths to Sustainable Competitive Advantage. In: *Strategic Management Journal* 15, S. 131-148.

Blohm, Peter (2000): Strategische Planung von Kernkompetenzen? Möglichkeiten und Grenzen. Wiesbaden.

Blümm, Christian (2002): Die Bedeutung impliziten Wissens im Innovationsprozess. Wiesbaden.

Bode, Jürgen; Zelewski, Stephan (1994): Die Produktion von Dienstleistungen. Ansätze zu einer Produktionswirtschaftslehre der Dienstleistungsunternehmen. In: Hans Corsten (Hg.): Integratives Dienstleistungsmanagement. Grundlagen - Beschaffung - Produktion - Marketing - Qualität. Ein Reader. Wiesbaden, S. 139-154.

Bortz, Jürgen; Döring, Nicola (2006): Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler. 4. überarbeitete Auflage. Heidelberg.

Bouncken, Ricarda B. (2000): Dem Kern des Erfolges auf der Spur? State of the Art zur Identifizierung von Kernkompetenzen. In: *Zeitschrift für Betriebswirtschaft* 70 (7/8), S. 865-885.

Bowers, Michael R. (1989): Developing new services: improving the process makes it better. In: *The Journal of Services Marketing* 3 (1), S. 15-20.

Bratzel, Stefan; Tellermann, Ralf (2005): Statt eines Vorworts: Innovationsbedingungen in der Automobilindustrie – Einführende Bemerkungen. In: Bratzel, Stefan; Tellermann, Ralf (Hg.): Innovationen in der Automobilindustrie. Strukturen - Prozesse - Fallbeispiele. Aachen, S. III-VI.

- Brentani, Ulrike de (1989): Success and Failure in New Industrial Services. In: *Journal of Product Innovation Management* 6 (6), S. 239–258.
- Brentani, Ulrike de (1991): Success Factors in Developing New Business Services. In: *European Journal of Marketing* 25 (2), S. 33–59.
- Brentani, Ulrike de (1993): The New Product Process in Financial Services: Strategy for Success. In: *International Journal of Bank Marketing* 11 (3), S. 15–22.
- Brentani, Ulrike de (2001): Innovative versus incremental new business services: Different keys for achieving success. In: *Journal of Product Innovation Management* 18, S. 169–187.
- Brentani, Ulrike de; Cooper, Robert G. (1992): Developing Successful New Financial Services for Businesses. In: *Industrial Marketing Management* 21 (3), S. 231–241.
- Brockhoff, Klaus (1987): Wettbewerbsfähigkeit und Innovation. In: Erwin Dichtl, Wolfgang Gerke und Alfred Kieser (Hg.): *Innovation und Wettbewerbsfähigkeit*. Wiesbaden, S. 53–74.
- Brockhoff, Klaus (1999): *Forschung und Entwicklung. Planung und Kontrolle*. 5., ergänzte und erweiterte Auflage. München, Wien.
- Brown, Shona L.; Eisenhardt, Kathleen M. (1995): Product development: past research, present findings and future directions. In: *Academy of Management Review* 20 (2), S. 343–378.
- Brunner-Sperdin, Alexandra; Müller, Sabine (2005): Das Erlebnis als innovative Angebotsgestaltung. In: Harald Pechlaner, Paul Tschurtschenthaler, Mike Peters, Birgit Pikkemaat und Matthias Fuchs (Hg.): *Erfolg durch Innovation: Perspektiven für den Tourismus- und Dienstleistungssektor*. Wiesbaden, S. 199–208.
- Buhalis, Dimitrios (2000): Marketing the competitive destination of the future. In: *Tourism Management* 21, S. 97–116.
- Bullinger, Hans-Jörg; Meiren, Thomas (2001): Service-Engineering - Entwicklung und Gestaltung von Dienstleistungen. In: Manfred Bruhn und Heribert Meffert (Hg.): *Handbuch Dienstleistungsmanagement. Von der strategischen Konzeption zur praktischen Umsetzung*. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden, S. 149–175.
- Bullinger, Hans-Jörg; Schreiner, Peter (2006): Service Engineering: Ein Rahmenkonzept für die systematische Entwicklung von Dienstleistungen. In: Hans-Jörg Bullinger und August-Wilhelm Scheer (Hg.): *Service Engineering. Entwicklung und Gestaltung innovativer Dienstleistungen*. 2., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Berlin, Heidelberg, S. 53–84.

Bürgel, Hans Dietmar; Ackel-Zakour, René (2000): Die Bedeutung des Managements von Risiken für das strategische Forschungs- und Entwicklungs-Portfolio. In: Gerold E. Häfliger und Jörg D. Meier (Hg.): Aktuelle Tendenzen im Innovationsmanagement. Heidelberg, S. 55–70.

Burmann, Christoph (2001): Strategische Flexibilität und Strategiewechsel in turbulenten Märkten. Neue theoretische Ansätze zur Unternehmensflexibilität. In: *Die Betriebswirtschaft* 61 (2), S. 169–188.

Burmann, Christoph (2002): Strategische Flexibilität und Strategiewechsel als Determinanten des Unternehmenswertes. Wiesbaden.

Burmann, Christoph; Meffert, Heribert (2004): Strategische Flexibilität als Determinante des Marktwertes von Unternehmen. Ergebnisse einer empirischen Untersuchung. In: *Marketing ZFP* 26 (1), S. 43–54.

Burr, Wolfgang (2004): Innovationen in Organisationen. Stuttgart.

Burr, Wolfgang (2005): Chancen und Risiken der Modularisierung von Dienstleistungen aus betriebswirtschaftlicher Sicht. In: Thomas Herrmann, Uwe Kleinbeck und Helmut Krcmar (Hg.): Konzepte für das Service Engineering. Modularisierung, Prozessgestaltung und Produktivitätsmanagement. Heidelberg, S. 17–44.

Burr, Wolfgang (2009): Zur Anwendung des Resource Based View of the Firm auf Dienstleistungsunternehmen. In: Heike Proff, Christoph Burmann und Jörg Freiling (Hg.): Der kompetenzbasierte Ansatz auf dem Weg zu einer "Theorie der Unternehmung". München, Mering (Jahrbuch strategisches Kompetenz-Management, 3), S. 159–189.

Burr, Wolfgang; Stephan, Michael (2006): Dienstleistungsmanagement. Innovative Wertschöpfungskonzepte für Dienstleistungsunternehmen. Stuttgart.

Büschken, Joachim (2004): Higher Profits Through Customer Lock-In. Mason.

Busse, Daniel (2005): Innovationsmanagement industrieller Dienstleistungen. Theoretische Grundlagen und praktische Gestaltungsmöglichkeiten. Wiesbaden.

Carp, Hans-Jürgen (1974): Der Transformationsprozess in Dienstleistungsunternehmen. Eine Untersuchung der Leistungserstellung im außerindustriellen Bereich, dargestellt am Beispiel der Verkehrsunternehmung. Berlin.

Caves, Richard E.; Porter, Michael E. (1977): From Entry Barriers to Mobility Barriers: Conjectural Decisions and Contrived Deterrence to New Competition. In: *Quarterly Journal of Economics* 91, S. 241–261.

- Chan, Andrew; Go, Frank M.; Pine, Ray (1998): Service Innovation in Hong Kong: Attitudes and Practice. In: *The Service Industries Journal* 18 (2), S. 112–124.
- Chesbrough, Henry W. (2008): Introduction. In: *California Management Review* 50 (3), S. 6–11.
- Chesbrough, Henry W. (2006): Open Innovation. The New Imperative for Creating and Profiting from Technology. Boston.
- Chi, Tailan (1994): Trading in Strategic Resources: Necessary Conditions, Transaction Cost Problems, and Choice of Exchange Structure. In: *Strategic Management Journal* 15, S. 271–290.
- Chmielewicz, Klaus (1991): Unternehmungsverfassung und Innovation. In: Detlef Müller-Böling, Dietrich Seibt und Udo Winand (Hg.): Innovations- und Technologiemanagement. Stuttgart, S. 83–101.
- Cohen, Wesley M.; Levinthal, Daniel A. (1990): Absorptive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation. In: *Administrative Science Quarterly* 35 (1), S. 128–152.
- Collis, David J. (1991): A Resource-Based Analysis of Global Competition: The Case of the Bearings Industry. In: *Strategic Management Journal* 12, S. 49–68.
- Collis, David J. (1994): Research Note: How Valuable are Organizational Capabilities? In: *Strategic Management Journal* 15, S. 143–152.
- Collis, David J. (1996): Organizational Capability as a Source of Profit. In: Bertrand Moingeon und Amy Edmondson (Hg.): Organizational Learning and Competitive Advantage. London, Thousand Oaks, New Delhi, S. 139–163.
- Collis, David J.; Montgomery, Cynthia A. (1996): Wettbewerbsstärke durch hervorragende Ressourcen. In: *Harvard Business Manager* 2, S. 47–57.
- Conner, Kathleen 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* 17 (1), S. 121–154.
- Cooper, Robert G. (1979): The Dimensions of Industrial New Product Success and Failure. In: *Journal of Marketing* 43 (3), S. 93–103.
- Cooper, Robert G. (1986): Winning at new products. Reading, Massachusetts et al.
- Cooper, Robert G. (1988): Predevelopment Activities Determine New Product Success. In: *Industrial Marketing Management* 17 (3), S. 237–247.

Cooper, Robert G. (1994): Perspective: Third-Generation New Product Processes. In: *Journal of Product Innovation Management* 11, S. 3–14.

Cooper, Robert G. (2002): Top oder Flop in der Produktentwicklung. Erfolgsstrategien: Von der Idee zum Launch. Weinheim.

Cooper, Robert G. (2008): Perspective: The Stage-Gate Idea-to-Launch Process - Update, What's New, and NexGen Systems. In: *Journal of Product Innovation Management* 25 (3), S. 213–232.

Cooper, Robert G.; Edgett, Scott (1999): *Product Development for the Service Sector. Lessons from market leaders.* Cambridge, Massachusetts.

Cooper, Robert G.; Kleinschmidt, Elko J. (1986): An Investigation into the New Product Process: Steps, Deficiencies, and Impact. In: *Journal of Product Innovation Management* 3, S. 71–85.

Cooper, Robert G.; Kleinschmidt, Elko J. (1991): New Product Processes at Leading Industrial Firms. In: *Industrial Marketing Management* 20, S. 137–147.

Cooper, Robert G.; Kleinschmidt, Elko J. (1993): Screening New Products for Potential Winners. In: *Long Range Planning* 26 (6), S. 74–81.

Corsten, Hans (1985): *Die Produktion von Dienstleistungen. Grundzüge einer Produktionswirtschaftslehre des tertiären Sektors.* Berlin (Betriebswirtschaftliche Studien, 51).

Corsten, Hans (1989): Überlegungen zu einem Innovationsmanagement - organisationale und personale Aspekte. In: Hans Corsten (Hg.): *Die Gestaltung von Innovationsprozessen. Hindernisse und Erfolgsfaktoren im Organisations-, Finanz- und Informationsbereich.* Berlin (Technological economics, 29), S. 1–56.

Corsten, Hans (1990): *Betriebswirtschaftslehre der Dienstleistungsunternehmen.* Einführung. 2., durchgesehene Auflage. München, Wien.

Corsten, Hans (1994a): *Dienstleistungsmanagement. Von einer funktionsorientierten zu einer integrativen Betrachtung.* Unter Mitarbeit von a. In: Hans Corsten (Hg.): *Integratives Dienstleistungsmanagement. Grundlagen - Beschaffung - Produktion - Marketing - Qualität.* Ein Reader. Wiesbaden, S. 1–12.

Corsten, Hans (1994b): *Zum Problem der Mehrstufigkeit in der Dienstleistungsproduktion.* Unter Mitarbeit von b. In: Hans Corsten (Hg.): *Integratives Dienstleistungsmanagement. Grundlagen - Beschaffung - Produktion - Marketing - Qualität.* Ein Reader. Wiesbaden, S. 169–189.

Corsten, Hans (2001): Ansatzpunkte für ein integratives Dienstleistungsmanagement. In: Manfred Bruhn und Heribert Meffert (Hg.): Handbuch Dienstleistungsmanagement. Von der strategischen Konzeption zur praktischen Umsetzung. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden, S. 51–71.

Corsten, Hans; Gössinger, Ralf (2007): Dienstleistungsmanagement. 5. vollständig überarbeitete und wesentlich erweiterte Auflage. München, Wien.

Damanpour, Fariborz; Gopalakrishnan, Shanthi (1999): Organizational adaptation and innovation: The dynamics of adopting innovation types. In: Klaus Brockhoff, Alok K. Chakrabarti und Jürgen Hauschildt (Hg.): The Dynamics of Innovation. Strategic and Managerial Implications. Berlin, Heidelberg, New York, S. 57–80.

Dechmann, Manfred D. (1978): Teilnahme und Beobachtung als soziologisches Basisverhalten. Ein Lehrbuch für Sozialwissenschaftler und soziale Berufe. Bern, Stuttgart.

Deilmann, Benedikt (1995): Wissens- und Technologietransfer als regionaler Innovationsfaktor. Ausgangsbedingungen, Probleme und Perspektiven am Beispiel der Hochschulen und Forschungseinrichtungen in den neuen Bundesländern. Dortmund.

Deutsch, Karl J.; Diedrichs, Eva P.; Raster, Max; Westphal, Jörg (1997): Kernkompetenzen - dynamischer Mechanismus zur signifikanten und nachhaltigen Steigerung von Kundennutzen. In: Karl J. Deutsch, Eva P. Diedrichs, Max Raster und Jörg Westphal (Hg.): Gewinnen mit Kernkompetenzen. Die Spielregeln des Marktes neu definieren. München, Wien, S. 20–30.

DiBella, Anthony J.; Nevis, Edwin C.; Gould, Janet M. (1996): Organizational Learning Style as a Core Capability. In: Bertrand Moingeon und Amy Edmondson (Hg.): Organizational Learning and Competitive Advantage. London, Thousand Oaks, New Delhi, S. 38–55.

Dierickx, Ingemar; Cool, Karel (1989): Asset Stock Accumulation and Sustainability of Competitive Advantage. In: *Management Science* 35 (12), S. 1504–1511.

Disselkamp, Marcus (2005): Innovationsmanagement. Instrumente und Methoden zur Umsetzung im Unternehmen. Wiesbaden.

Donnelly, James H.; Berry, Leonard L.; Thompson, Thomas W. (1985): Marketing Financial Services. A Strategic Vision. Homewood.

Dosi, Giovanni; Teece, David J.; Winter, Sidney G. (1992): Toward a Theory of Corporate Coherence: Preliminary Remarks. In: Giovanni Dosi, Renato Giannetti und Pier Angelo Toninelli (Hg.): Technology and Enterprise in a Historical Perspective. Oxford, S. 185–211.

Drucker, Peter F. (1985): Innovation and Entrepreneurship. Practice and Principles. New York.

Dugaro, Maïke (2010): Viel Design für wenig Geld. In: *stern - Das Magazin* 44, 2010, S. 144–150.

Easingwood, Christopher J. (1986): New Product Development For Service Companies. In: *Journal of Product Innovation Management* 4, S. 264–275.

Easingwood, Christopher J.; Storey, Chris (1991): Success Factors for New Consumer Financial Services. In: *International Journal of Bank Marketing* 9 (1), S. 3–10.

Edge, Gordon; Klein, Jeremy A.; Hiscocks, Peter G.; Plasonig Gerhard (1995): Technologiekompetenz und Skill-basierter Wettbewerb. In: Erich Zahn (Hg.): *Handbuch Technologiemanagement*. Stuttgart, S. 185–217.

Edmondson, Amy; Moingeon, Bertrand (1996): Introduction: Organizational Learning as a Source of Competitive Advantage. In: Bertrand Moingeon und Amy Edmondson (Hg.): *Organizational Learning and Competitive Advantage*. London, Thousand Oaks, New Delhi, S. 7–15.

Edvardsson, Bo; Gustafsson, Anders; Kristensson, Per; Witell, Lars (2010): Customer integration in service innovation. In: Faiz Gallouj und Faridah Djellal (Hg.): *The Handbook of Innovation and Services. A Multi-disciplinary Perspective*. Cheltenham, Northampton, S. 301–317.

Ehrlenspiel, Klaus (2009): *Integrierte Produktentwicklung. Denkabläufe, Methodeneinsatz, Zusammenarbeit*. 4., überarbeitete Auflage. München, Wien.

Eisenhardt, Kathleen M. (1989): Building Theories from Case Study Research. In: *Academy of Management Review* 14 (4), S. 532–550.

Eisenhardt, Kathleen M.; Martin, Jeffrey A. (2000): Dynamic Capabilities: What are They? In: *Strategic Management Journal* 21, S. 1105–1121.

Endres, Walter (1979): *Unternehmen verschiedener Wirtschaftsbereiche. Ein betriebswirtschaftlicher Vergleich zum Aufbau einer Allgemeinen Unternehmenswirtschaftslehre*. Berlin (Betriebswirtschaftliche Vergleiche, 4).

Engelhardt, Werner Hans (1990): Dienstleistungsorientiertes Marketing - Antwort auf die Herausforderung durch neue Technologien. In: Dietrich Adam, Klaus Backhaus, Heribert Meffert und Wagner Helmut (Hg.): *Integration und Flexibilität. Eine Herausforderung für die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre*. Wiesbaden, S. 269–288.

Engelhardt, Werner Hans; Kleinaltenkamp, Michael; Reckenfelderbäumer, Martin (1994): Leistungsbündel als Absatzobjekte. Ein Ansatz zur Überwindung der Dichotomie von Sach- und Dienstleistungen. In: Hans Corsten (Hg.): *Integratives Dienstleistungsmanagement*.

Grundlagen - Beschaffung - Produktion - Marketing - Qualität. Ein Reader. Wiesbaden, S. 31–69.

Engelhardt, Werner Hans; Schwab, Wilfried (1994): Die Beschaffung von investiven Dienstleistungen. In: Hans Corsten (Hg.): Integratives Dienstleistungsmanagement. Grundlagen - Beschaffung - Produktion - Marketing - Qualität. Ein Reader. Wiesbaden, S. 119–136.

Erpenbeck, John; Rosenstiel, Lutz Von (2003): Einführung. In: John Erpenbeck und Lutz Von Rosenstiel (Hg.): Handbuch Kompetenzmessung. Erkennen, verstehen und bewerten von Kompetenzen in der betrieblichen, pädagogischen und psychologischen Praxis. Stuttgart, S. IX–XL.

Esser, Werner (1994): Die Wertkette als Instrument der Strategischen Analyse. In: Hans-Christian Riekhof (Hg.): Praxis der Strategieentwicklung. Konzepte - Erfahrungen - Fallstudien. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage. Stuttgart, S. 129–149.

Faché, Willy (2000): Methodologies for innovation and improvement of services in tourism. In: *Managing Service Quality* 10 (6), S. 356–366.

Falkensteiner, Erich (2010): Falkensteiner Michaeler Tourism Group. In: Harald Pechlaner, Christoph Engl und Hubert Hofer (Hg.): Lernen von anderen Branchen - Imparare da altri seti. Bozen, S. 110–115.

Flick, Uwe (2002): Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung. Hamburg.

Flick, Uwe; Kardorff, Ernst Von; Steinke, Ines (2008): Was ist qualitative Forschung? Einleitung und Überblick. In: Uwe Flick, Ernst Von Kardorff und Ines Steinke (Hg.): Qualitative Forschung. Ein Handbuch. 6. durchgesehene u. aktualisierte Auflage. Reinbek bei Hamburg, S. 13–29.

Fließ, Sabine (2009): Dienstleistungsmanagement. Kundenintegration gestalten und steuern. Wiesbaden.

Foss, Nicolai J. (1997): Resources and Strategy: A Brief Overview of Themes and Contributions. In: Nicolai J. Foss (Hg.): Resources, Firms, and Strategies. A Reader in the Resource-Based Perspective. Oxford, S. 3–18.

Foss, Nicolai J. (1998): The Resource-based Perspektive: An Assessment and Diagnosis of Problems. In: *Scandinavian Journal of Management* 14 (3), S. 133–149.

Franke, Nikolaus (1998): Verhalten in innovativen Situationen. Eine Studie zum handelsbezogenen Innovationsmarketing. In: Nikolaus Franke und Christoph-Friedrich Von Braun (Hg.): Innovationsforschung und Technologiemanagement. Konzepte, Strategien, Fallbeispiele. Berlin, Heidelberg, S. 261–274.

Frehse, Jörg (2005): Innovative Product Development in Hotel Operations. In: *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism* 6 (3/4), S. 129–146.

Frehse, Jörg (2006): Innovationen in der Markenhôtellerie - Fakt oder Fiktion? In: Birgit Pikkemaat, Mike Peters und Klaus Weiermair (Hg.): Innovationen im Tourismus. Wettbewerbsvorteile durch neue Ideen und Angebote. Berlin, S. 245–253.

Frei, Iona (2000): Expansionsstrategien in der Hotelindustrie. Deutsche Hotelketten im internationalen Vergleich. Hamburg (Volkswirtschaftliche Forschungsergebnisse, 56).

Freiling, Jörg (2001): Resource-based view und ökonomische Theorie. Grundlagen und Positionierung des Ressourcenansatzes. 1. Auflage. Wiesbaden.

Freiling, Jörg (2002): Terminologische Grundlagen des RBV. In: Klaus Bellmann, Jörg Freiling, Peter Hammann und Mildenerger Udo (Hg.): Aktionsfelder des Kompetenz-Managements. Ergebnisse des II. Symposiums Strategisches Kompetenz-Management. Wiesbaden, S. 3–28.

Freiling, Jörg (2004): Competence-based View der Unternehmung. In: *Die Unternehmung* 58 (1), S. 5–25.

Freiling, Jörg; Busse, Daniel; Estevao, Maria-José (2004): Black Box Engineering - Ein strategischer Koordinationsansatz zur Entwicklung neuer Dienstleistungen? In: Manfred Bruhn und Bernd Stauss (Hg.): Dienstleistungsinnovationen - Forum Dienstleistungsmanagement. Wiesbaden, S. 151–172.

Freiling, Jörg; Gersch, Martin (2006a): (Was) Kann der kompetenzbasierte Ansatz zu einer theoretischen Bezugsbasis für das Dienstleistungsmanagement beitragen? In: Michael Kleinaltenkamp (Hg.): Innovatives Dienstleistungsmarketing in Theorie und Praxis. 1. Auflage. Wiesbaden, S. 3-31.

Freiling, Jörg; Gersch, Martin (2007): Kompetenztheoretische Fundierung dienstleistungsbezogener Wertschöpfungsprozesse. In: Manfred Bruhn und Bernd Stauss (Hg.): Wertschöpfungsprozesse bei Dienstleistungen. Forum Dienstleistungsmanagement. Wiesbaden, S. 71–94.

Freiling, Jörg; Gersch, Martin; Goeke, Christian (2006b): Eine "Competence-based Theory of the Firm" als marktprozess-theoretischer Ansatz. Erste disziplinäre Basisentscheidungen eines evolutarischen Forschungsprogramms. In: Georg Schreyögg und Peter Conrad (Hg.): Management von Kompetenzen. 16 Bände. Wiesbaden (Managementforschung), S. 37–82.

Freiling, Jörg; Gersch, Martin; Goeke, Christian (2006c): Notwendige Basisentscheidungen auf dem Weg zu einer Competence-based Theory of the Firm. In: Christoph Burmann, Jörg

Freiling und Michael Hülsmann (Hg.): Neue Perspektiven des Strategischen Kompetenz-Managements. Wiesbaden, S. 3–34.

Friedrich, Stephan A.; Matzler, Kurt; Stahl, Heinz K. (2002): Quo vadis RBV? Stand und Entwicklungsmöglichkeiten des Ressourcenansatzes. In: Klaus Bellmann, Jörg Freiling, Peter Hammann und Mildenerger Udo (Hg.): Aktionsfelder des Kompetenz-Managements. Ergebnisse des II. Symposiums Strategisches Kompetenz-Management. Wiesbaden, S. 29–58.

Fritsch, Michael (1985): Führungskräftefortbildung bei innovationsorientierter Unternehmensführung. Determinanten und Aktionsfelder innovationsorientierter Fortbildung. Frankfurt am Main, Bern, New York.

Füglister, Urs (2002): Tertiärisierung und Dienstleistungskompetenz in schweizerischen Klein- und Mittelunternehmen (KMU). Konzeptionale Näherung und empirische Fakten. 2. Auflage. St. Gallen.

Gallouj, Faiz (2002): Innovation in the Service Economy. The New Wealth of Nations. Cheltenham, Northampton.

Gallouj, Faiz; Djellal, Faridah (2010): Introduction: filling the innovation gap in the service economy - a multidisciplinary perspective. In: Faiz Gallouj und Faridah Djellal (Hg.): The Handbook of Innovation and Services. A Multi-disciplinary Perspective. Cheltenham, Northampton, S. 1–23.

Gallouj, Faiz; Weinstein, Olivier (1997): Innovation in Services. In: *Research Policy* 26, S. 537–556.

Gemünden, Hans Georg (2001): Die Entstehung von Innovationen: eine Diskussion theoretischer Ansätze. In: Winfried Hamel und Hans Georg Gemünden (Hg.): Außergewöhnliche Entscheidungen. München, S. 409–439.

Georgy, Ursula (2010): Erfolg durch Innovation. Strategisches Innovationsmanagement in Bibliotheken und öffentlichen Informationseinrichtungen. Wiesbaden (B.I.T.online - Innovativ, 29).

Gersch, Martin; Freiling, Jörg; Goeke, Christian (2005): Grundlagen einer "Competence-based Theory of the Firm". Die Chance zur Schließung einer "Realisierungslücke" innerhalb der Marktprozesstheorie. Bochum.

Geschka, Horst (1983): Innovationsmanagement. In: Management-Enzyklopädie. Das Managementwissen unserer Zeit. Unter Mitarbeit von unter Mitwirkung führender Fachleute aus Wissenschaft und Praxis. 2. Aufl. Landsberg am Lech (4), S. 823–837.

Geschka, Horst (1989): Voraussetzungen für erfolgreiche Innovationen - Beachtung von Hindernissen und Erfolgsfaktoren bei der Innovationsplanung. In: Hans Corsten (Hg.): Die Gestaltung von Innovationsprozessen. Hindernisse und Erfolgsfaktoren im Organisations-, Finanz- und Informationsbereich. Berlin (Technological economics, 29), S. 57–69.

Godin, Benoit (2006): The Linear Model of Innovation: The Historical Construction of an Analytical Framework. In: *Science, Technology, & Human Values* 31 (6), S.639-667.

Grant, Robert M. (1991): The Resource-Based Theory of Competitive Advantage: Implications for Strategy Formation. In: *California Management Review*, S. 114–135.

Graumann, Jens (1983): Die Dienstleistungsmarke. Charakterisierung und Bewertung eines neuen Markttypus aus absatzwirtschaftlicher Sicht. München.

Grötsch, Kurt (2006): Design und Architektur als Instrumente der Innovation im Tourismus. In: Birgit Pikkemaat, Mike Peters und Klaus Weiermair (Hg.): Innovationen im Tourismus. Wettbewerbsvorteile durch neue Ideen und Angebote. Berlin, S. 277–288.

Gutenberg, Erich (1983): Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre Band I. Die Produktion. 24. Auflage. Berlin, Heidelberg, New York.

Güttel, Wolfgang H. (2003): Die Identifikation strategischer immaterieller Vermögenswerte im Post-Merger-Integrationsprozess. Ressourcen- und Wissensmanagement bei Mergers-and-Acquisitions. München, Mering (Personalwirtschaftliche Schriften, 20).

Hahn, Dietger; Bausch, Andreas; Mayer, Alexander (2000): Instrumente zur Beurteilung von Geschäftsfeldstrategien unter besonderer Berücksichtigung von Innovationen - Stand und Entwicklungstendenzen. In: Gerold E. Häfliger und Jörg D. Meier (Hg.): Aktuelle Tendenzen im Innovationsmanagement. Heidelberg, S. 217–248.

Hall, Michael C.; Williams, Allan M. (2008): *Tourism and Innovation*. Bodmin.

Hall, Richard (1992): The Strategic Analysis of Intangible Resources. In: *Strategic Management Journal* 13, S. 135–144.

Haller, Christine (2010a): Organisation von Innovation am Beispiel Business Innovation@Daimler. In: Ronald Gleich und Peter Russo (Hg.): Perspektiven des Innovationsmanagements 2009. Berlin (Innovationsmanagement und Entrepreneurship, 5), S. 103–120.

Haller, Sabine (2010b): Dienstleistungsmanagement. Grundlagen - Konzepte - Instrumente. 4. aktualisierte Auflage. Wiesbaden.

Hamel, Gary (1994): The Concept of Core Competence. In: Gary Hamel und Aimé Heene (Hg.): *Competence-Based Competition*. Chichester, New York, Birsbane, Toronto, Singapore, S. 11–33.

Hamel, Gary; Prahalad, C. K. (1994): *Competing for the Future*. Boston, Massachusetts.

Hamel, Gary; Prahalad, C. K. (1995a): Strategy as Stretch and Leverage. In: *IEEE engineering management review* 23 (1), S. 2–9.

Hamel, Gary; Prahalad, C. K. (1995b): *Wettlauf um die Zukunft. Wie Sie mit bahnbrechenden Strategien die Kontrolle über Ihre Branche gewinnen und die Märkte von morgen schaffen*. Wien.

Hauschildt, Jürgen (1986): Das Innovationsbewusstsein. In: Erich Staudt (Hg.): *Das Management von Innovationen*. Frankfurt am Main, S. 62–68.

Hauschildt, Jürgen (1998): Promotoren - Projektmanager der Innovation? In: Nikolaus Franke und Christoph-Friedrich Von Braun (Hg.): *Innovationsforschung und Technologiemanagement. Konzepte, Strategien, Fallbeispiele*. Berlin, Heidelberg, S. 175–189.

Hauschildt, Jürgen (2004): *Innovationsmanagement*. 3., völlig überarbeitete und erweiterte Auflage. München.

Hauschildt, Jürgen; Salomo, Sören (2011): *Innovationsmanagement*. 5. überarbeitete, ergänzte u. aktualisierte Auflage. München.

Haußer, Karl; Mayring, Philipp; Strehmel, Petra (1982): Praktische Probleme bei der Inhaltsanalyse offen erhobener Kognitionen, diskutiert am Beispiel der Variablen "Berufsinteresse arbeitsloser Lehrer". In: Hanns-Dietrich Dann, Winfried Humpert, Frank Krause und Kurt-Christian Tennstädt (Hg.): *Analyse und Modifikation subjektiver Theorien von Lehrern. Ergebnisse und Perspektiven eines Kolloquiums*. Kontanz, S. 159–173.

Helpat, Constance E.; Finkelstein, Sydney; Mitchell, Will; Peteraf, Margaret A.; Singh, Harbir; Teece, David J.; Winter, Sidney G. (2007): *Dynamic Capabilities. Understanding Strategic Change in Organizations*. Malden; Oxford; Victoria.

Henderson, Rebecca; Cockburn, Iain (1994): Measuring Competence? Exploring Firm Effects in Pharmaceutical Research. In: *Strategic Management Journal* 15, S. 63–84.

Hentschel, Bart (1994): Die Messung wahrgenommener Dienstleistungsqualität mit SERVQUAL. Eine kritische Auseinandersetzung. In: Hans Corsten (Hg.): *Integratives Dienstleistungsmanagement. Grundlagen - Beschaffung - Produktion - Marketing - Qualität*. Ein Reader. Wiesbaden, S. 397–419.

Herder-Dorneich, Philipp; Kötzt, Werner (1972): Zur Dienstleistungsökonomik. Systemanalyse und Systempolitik der Krankenhauspflegedienste. Berlin.

Herrmann, Thomas; Kleinbeck, Uwe; Krcmar, Helmut (2005): Einleitung: Service Engineering als multiperspektivische Aufgabe. In: Thomas Herrmann, Uwe Kleinbeck und Helmut Krcmar (Hg.): Konzepte für das Service Engineering. Modularisierung, Prozessgestaltung und Produktivitätsmanagement. Heidelberg, S. 1–6.

Herzhoff, Sabine (1991): Innovations-Management. Gestaltung von Prozessen und Systemen zur Entwicklung und Verbesserung der Innovationsfähigkeit von Unternehmungen. Köln.

Hielscher Udo; Dorn, Gerhard; Lampe, Gerhard (1982): Innovationsfinanzierung mittelständischer Unternehmen. Problemsituation und Lösungsansätze. Stuttgart.

Hilke, Wolfgang (1989): Grundprobleme und Entwicklungstendenzen des Dienstleistungs-Marketing. In: Wolfgang Hilke (Hg.): Dienstleistungs-Marketing. Banken und Versicherungen - Freie Berufe - Handel und Transport - Nicht-erwerbswirtschaftlich orientierte Organisationen. Wiesbaden (Schriften zur Unternehmensführung, 35), S. 5–44.

Hinterhuber, Hans H. (1975): Strategische Innovationsdynamik und Unternehmensführung. Wien, New York.

Hinterhuber, Hans H.; Friedrich, Stephan A. (1997): Markt- und ressourcenorientierte Sichtweise zur Steigerung des Unternehmenswertes. In: Dietger Hahn und Bernard Taylor (Hg.): Strategische Unternehmensplanung. Strategische Unternehmensführung. Stand und Entwicklungstendenzen. 7. völlig neu bearbeitete und erweiterte Auflage. Heidelberg, S. 988–1016.

Hinterhuber, Hans H.; Matzler, Kurt; Pechlaner, Harald; Rothenberger, Sandra (2004): Effektives Kundenwertmanagement im Tourismus. In: Hans H. Hinterhuber, Harald Pechlaner, Marc-Oliver Kaiser und Kurt Matzler (Hg.): Kundenmanagement als Erfolgsfaktor. Grundlagen des Tourismusmarketing. Berlin, S. 3–28.

Hipp, Christiane (2000): Innovationsprozesse im Dienstleistungssektor. Eine theoretisch und empirisch basierte Innovationstypologie. Heidelberg.

Hipp, Christiane (2006): Methoden zur Identifikation innovativer Potenziale im Dienstleistungsbereich - Eine Hinführung aus Sicht der Forschung und Wissenschaft. In: Deryk Streich und Dorothee Wahl (Hg.): Moderne Dienstleistungen. Impulse für Innovation, Wachstum und Beschäftigung. Beiträge der 6. Dienstleistungstagung des BMBF. Frankfurt/Main / New York, S. 499–509.

Hipp, Christiane; Herstatt, Cornelius; Husmann, Elmar (2007): Besonderheiten von Dienstleistungsinnovationen - eine fallstudiengestützte Untersuchung der frühen Innovationsphasen. In: Cornelius Herstatt und Birgit Verworn (Hg.): Management der frühen Innovationsphasen.

Grundlagen - Methoden - Neue Ansätze. 2. überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden, S. 405–427.

Hippel, Eric Von (1978): A customer-active paradigm for industrial product idea generation. In: *Research Policy* 7, S. 240–266.

Hitt, Michael A.; Bierman, Leonard; Shimizu, Katsuhiko; Kochhar, Rahul (2001): Direct and moderating effects of human capital on strategy and performance in professional service firms: A resource-based perspective. In: *Academy of Management Journal* 44 (1), S. 13–28.

Hjalager, Anne-Mette (1997): Innovation patterns in sustainable tourism. An analytical typology. In: *Tourism Management* 18 (1), S. 35–41.

Hjalager, Anne-Mette (2002): Repairing innovation defectiveness in tourism. In: *Tourism Management* 23, S. 465–474.

Hjalager, Anne-Mette (2010): A review of innovation research in tourism. In: *Tourism Management* 31, S. 1–12.

Hoelzl, Barbara; Pechlaner, Harald; Laesser, Christian (2005): Imitation processes of SMEs - A special form of innovation? In: Peter Keller und Thomas Bieger (Hg.): *Innovation in Tourism - Creating Customer Value*. St. Gallen (Publication of the AIEST International Association of Scientific Experts in Tourism, 47), S. 311–322.

Hofer, Charles W.; Schendel, Dan (1978): *Strategy Formulation: Analytical Concepts*. St. Paul, New York, Los Angeles, San Francisco.

Hofmann, Erik; Prockl, Günter (2009): Der Value-based View im Kompetenzansatz - Ein analytischer Blick zurück und Gedanken zur zukünftigen Reintegration. In: Heike Proff, Christoph Burmann und Jörg Freiling (Hg.): *Der kompetenzbasierte Ansatz auf dem Weg zu einer "Theorie der Unternehmung"*. München, Mering (Jahrbuch strategisches Kompetenz-Management, 3), S. 41–73.

Hofmann, Sabine (1996): *Hotelketten in Deutschland. Innovation - Diffusion - Standortwahl*. Wiesbaden.

Hollenstein, Heinz (2003): Innovation modes in the Swiss service sector: a cluster analysis based on firm-level data. In: *Research Policy* 32 (5), S. 845–864.

Home, Robert A. (2005): A New Tune from an Old Instrument: The Application of SERVQUAL to a Tourism Service Business. In: *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism* 6 (3/4), S. 185–202.

Hotelverband Deutschland (IHA) e.V. (2010): *Hotelmarkt Deutschland 2010*. Bonn.

Jacob, Frank (2003): Kundenintegrations-Kompetenz. Konzeptualisierung, Operationalisierung und Erfolgswirkung. In: *Marketing ZFP* 25 (2), S. 83–98.

Jacob, Marta; Tintoré, Joaquin; Aguiló, Eugeni; Bravo, Alfonso; Mulet, Juan (2003): Innovation in the tourism sector: results from a pilot study in the Balearic Islands. In: *Tourism Economics* 9 (3), S. 279–295.

Johnson, Eugene M.; Scheuing, Eberhard E.; Gaida, Kathleen A. (1986): *Profitable Service Marketing*. Homewood.

Johnson, Susan Paul; Menor, Larry J.; Roth, Aleda V.; Chase, Richard B. (2000): A Critical Evaluation of the New Service Development Process. Integrating Service Innovation and Service Design. In: James A. Fitzsimmons und Mona J. Fitzsimmons (Hg.): *New Service Development. Creating Memorable Experience*. United States of America, S. 1–32.

Jones, Peter; Hudson, Simon; Costis, Philip (1997): New Product Development in the UK Tour-Operating Industry. In: *Progress in Tourism and Hospitality Research* 3, S. 283–294.

Jugel, Stefan Von; Zerr, Konrad (1994): Dienstleistungen als strategisches Element eines Technologie-Marketing. In: Hans Corsten (Hg.): *Integratives Dienstleistungsmanagement. Grundlagen - Beschaffung - Produktion - Marketing - Qualität. Ein Reader*. Wiesbaden, S. 323–345.

Kaas, Klaus Peter (2001): Zur "Theorie des Dienstleistungsmanagements". In: Manfred Bruhn und Heribert Meffert (Hg.): *Handbuch Dienstleistungsmanagement. Von der strategischen Konzeption zur praktischen Umsetzung*. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden, S. 103–121.

Kamien, Morton I.; Schwartz, Nancy L. (1982): *Market structure and innovation*. Cambridge, London, New York et al.

Kaspar, Claude (1982): *Die Fremdenverkehrslehre im Grundriss*. 2., überarbeitete und ergänzte Auflage. Bern, Stuttgart (Reihe Fremdenverkehr, 1).

Kaspar, Claude (1991): *Die Tourismuslehre im Grundriss*. 4., überarbeitete und ergänzte Auflage. Bern, Stuttgart (Reihe Tourismus, 1).

Kaspar, Claude; Kunz, Beat R. (1982): *Unternehmensführung im Fremdenverkehr. Eine Grundlage für das Management von Hotels und Restaurants, Sportbahnen und -anlagen, Reisebüros, Kur- und Verkehrsbüros*. Bern, Stuttgart (Reihe Fremdenverkehr, 13).

Kasper, Helmut (1982): *Innovation in Organisationen. Konzeptionelle Arbeit mit empirischen Befunden*. Wien.

Kaufmann, Lutz; Schneider, Yvonne (2006): Intangible Unternehmenswerte als internationales Forschungsgebiet der Unternehmensführung - Literaturübersicht, Schwerpunkte und Forschungslücken. In: Kurt Matzler, Hans H. Hinterhuber, Birgit Renzl und Sandra Rothenberger (Hg.): Immaterielle Vermögenswerte. Handbuch der intangible Assets. Berlin, S. 23–41.

Keller, Peter (2002): Innovation und Tourismus. In: Thomas Bieger und Christian Laesser (Hg.): Jahrbuch 2001/2002 Schweizer Tourismuswirtschaft. St. Gallen, S. 179–194.

Keller, Peter (2006): Innovation and Tourism Policy. In: OECD - Organisation for Economic Co-operation and Development (Hg.): Innovation and Growth in Tourism. Paris, S. 17–40.

Kelly, David; Storey, Chris (2000): New Service Development: initiation strategies. In: *International Journal of Service Industry Management* 11 (1), S. 45–62.

Klausegger, Claudia; Salzberger, Thomas (2006): Innovationen und Unternehmenserfolg - untersucht am Beispiel ausgewählter Branchen im Tourismus. In: Birgit Pikkemaat, Mike Peters und Klaus Weiermair (Hg.): Innovationen im Tourismus. Wettbewerbsvorteile durch neue Ideen und Angebote. Berlin, S. 37–52.

Kleinaltenkamp, Michael (2001): Begriffsabgrenzungen und Erscheinungsformen von Dienstleistungen. In: Manfred Bruhn und Heribert Meffert (Hg.): Handbuch Dienstleistungsmanagement. Von der strategischen Konzeption zur praktischen Umsetzung. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden, S. 27–50.

Klien, Isabella (1991): Wettbewerbsvorteile von Groß- und Kettenhotels und deren Kompensierbarkeit durch Hotelkooperationen. Wien (Schriftenreihe für Empirische Tourismusforschung und Hospitality Management, 5).

Kline, Stephen J.; Rosenberg, Nathan (1986): An Overview of Innovation. In: Ralph Landau und Nathan Rosenberg (Hg.): *The Positive Sum Strategy. Harnessing Technology for Economic Growth*. Washington, D.C., S. 275–305.

Knoll, Jörg (2001): ... dass eine Bewegung entsteht. In: *Quem-Report* 67, S. 135–148.

Kobe, Carmen (2007): Technologiebeobachtung. In: Cornelius Herstatt und Birgit Verworn (Hg.): *Management der frühen Innovationsphasen. Grundlagen - Methoden - Neue Ansätze*. 2. überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden, S. 23–37.

Kogut, Bruce; Zander, Udo (1997): Knowledge of the Firm, Combinative Capabilities, and the Replication of Technology. In: Nicolai J. Foss (Hg.): *Resources, Firms, and Strategies. A Reader in the Resource-Based Perspective*. Oxford, S. 306–326.

Kraus, Markus (2004): *Dynamic Capabilities und ihre Operationalisierung - eine Einzelfallstudie*. Bamberg.

Kriegesmann, Bernd (2002): Innovationsorientierte Anreizsysteme. Aktivierung der Handlungsbereitschaft für Entwicklungsprozesse. In: Erich Staudt, Norbert Kailer, Marcus Kottmann, Bernd Kriegesmann, Andreas J. Meier, Claus Muschik et al. (Hg.): Kompetenzentwicklung und Innovation. Die Rolle der Kompetenz bei Organisations-, Unternehmens- und Regionalentwicklung. Münster, New York, München, Berlin (Studien zur beruflichen Weiterbildung im Transformationsprozeß, 14), S. 359–373.

Krogh, Georg Von; Roos, Johan (1994): Corporate Divestiture and the Phantom Limb Effect. In: *European Management Journal* 12 (2), S. 171–178.

Kromrey, Helmut (2006): Empirische Sozialforschung. Modelle und Methoden der standardisierten Datenerhebung und Datenauswertung. 11. überarbeitete Auflage. Stuttgart.

Krösbacher, Claudia (2006): Kulturelle Attraktionen im Wandel: Innovationen und veränderte Besucherbedürfnisse. In: Birgit Pikkemaat, Mike Peters und Klaus Weiermair (Hg.): Innovationen im Tourismus. Wettbewerbsvorteile durch neue Ideen und Angebote. Berlin, S. 97–107.

Krüger, Wilfried; Homp, Christian (1997): Kernkompetenz-Management. Steigerung von Flexibilität und Schlagkraft im Wettbewerb. Wiesbaden.

Kuckartz, Udo (2010): Einführung in die computergestützte Analyse qualitativer Daten. 3. aktualisierte Auflage. Wiesbaden.

Küsters, Ivonne (2009): Narrative Interviews. Grundlagen und Anwendungen. 2. Auflage. Wiesbaden.

Lado, Augustine A.; Boyd, Nancy G.; Wright, Peter (1992): A Competency-Based Model of Sustainable Competitive Advantage: Toward a Conceptual Integration. In: *Journal of Management* 18 (1), S. 77–91.

Lamnek, Siegfried (2010): Qualitative Sozialforschung. Lehrbuch. 5., vollständig überarbeitete Auflage. Weinheim, Basel.

Leder, Matthias (1989): Innovationsmanagement. In: Horst Albach (Hg.): Innovationsmanagement. Theorie und Praxis im Kulturvergleich. Zeitschrift für Betriebswirtschaft: Ergänzungsheft (1). Wiesbaden, S. 1–54.

Leonard-Barton, Dorothy (1992): Core Capabilities and Core Rigidities: A Paradox in Managing New Product Development. In: *Strategic Management Journal* 13, S. 111–125.

Lettl, Christopher (2003): Breakthrough-Innovationen in der Medizintechnik - eine Analyse der frühen Phasen. In: Cornelius Herstatt und Birgit Verworn (Hg.): Management der frühen Innovationsphasen. Grundlagen - Methoden - Neue Ansätze. Wiesbaden, S. 299–313.

Lovelock, Christopher H. (1984): Developing and Implementing New Services. In: William R. George und Claudia E. Marshall (Hg.): *Developing New Services*. United States of America, S. 44–64.

Lynn, Gary S.; Morone, Joseph G.; Paulson, Albert S. (1996a): Marketing and Discontinuous Innovation. The Probe and Learn Process. In: *California Management Review* 38 (3), S. 8–37.

Lynn, Gary S.; Morone, Joseph G.; Paulson, Albert S. (1996b): Wie echte Produktinnovationen entstehen. In: *Harvard Business Manager* 18 (4), S. 80-91.

Macharzina, Klaus; Wolf, Joachim (2010): Unternehmensführung. Das internationale Managementwissen. Konzepte - Methoden - Praxis. 7., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden.

Mahoney, Josef T.; Pandian, Rajendran (1992): The Resource-based view within the conversation of strategic management. In: *Strategic Management Journal* 13, S. 363–380.

Maleki, Edward (1991): *Technology And Economic Development: the dynamics of local, regional, and national change*. New York.

Maleri, Rudolf (1973): *Grundzüge der Dienstleistungsproduktion*. Berlin, Heidelberg, New York.

Maleri, Rudolf (2001): *Grundlagen der Dienstleistungsproduktion*. In: Manfred Bruhn und Heribert Meffert (Hg.): *Handbuch Dienstleistungsmanagement. Von der strategischen Konzeption zur praktischen Umsetzung*. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden, S. 125–149.

Maleri, Rudolf; Fritzsche, Ursula (2008): *Grundlagen der Dienstleistungsproduktion*. 5. vollständig überarbeitete Auflage. Berlin, Heidelberg.

Marklund, Goran (2000): Indicators of Innovation Activities in Services. In: Mark Boden und Ian Miles (Hg.): *Services and the Knowledge-Based Economy*. London, New York, S. 86–108.

Martin, Claude R.; Horne, David A. (1993): Services Innovation: Successful versus Unsuccessful Firms. In: *International Journal of Service Industry Management* 4 (1), S. 49–65.

Mayring, Philipp (2008): Qualitative Inhaltsanalyse. In: Uwe Flick, Ernst Von Kardorff und Ines Steinke (Hg.): *Qualitative Forschung. Ein Handbuch*. 6. durchgesehene u. aktualisierte Auflage. Reinbek bei Hamburg, S. 468–475.

Mayring, Philipp (2010a): Qualitative Inhaltsanalyse. In: Günter Mey und Katja Mruck (Hg.): *Handbuch qualitative Forschung in der Psychologie*. Wiesbaden, S. 601–613.

Mayring, Philipp (2010b): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. 11. aktualisierte und überarbeitete Auflage. Weinheim, Basel.

Meffert, Heribert (1999): Größere Flexibilität als Unternehmenskonzept. In: *Marktorientierte Unternehmensführung im Wandel*, S. 467–488.

Meffert, Heribert (2006): Marketing innovativer Dienstleistungen. In: Hans-Jörg Bullinger und August-Wilhelm Scheer (Hg.): *Service Engineering. Entwicklung und Gestaltung innovativer Dienstleistungen*. 2., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Berlin, Heidelberg, S. 249–270.

Meffert, Heribert; Bruhn, Manfred (2009): *Dienstleistungsmarketing. Grundlagen - Konzepte - Methoden*. 6., vollständig neubearbeitete Auflage. Wiesbaden.

Meffert, Heribert; Burmann, Christoph (2000): Strategische Flexibilität und Strategiewechsel in turbulenten Märkten. In: Gerold E. Häfliger und Jörg D. Meier (Hg.): *Aktuelle Tendenzen im Innovationsmanagement*. Heidelberg, S. 173–215.

Meinefeld, Werner (2008): Hypothesen und Vorwissen in der qualitativen Sozialforschung. In: Uwe Flick, Ernst Von Kardorff und Ines Steinke (Hg.): *Qualitative Forschung. Ein Handbuch*. 6. durchgesehene u. aktualisierte Auflage. Reinbek bei Hamburg, S. 265–275.

Mengen, Andreas (1993): Konzeptgestaltung von Dienstleistungsprodukten. Eine Conjoint-Analyse im Luftfrachtmarkt unter Berücksichtigung der Qualitätsunsicherheit beim Dienstleistungskauf. Stuttgart (Schriftenreihe der Wissenschaftlichen Hochschule für Unternehmensführung Koblenz: Management, 16).

Meyer, Anton (1994a): Die Automatisierung und Veredelung von Dienstleistungen. Auswege aus der dienstleistungsinhärenten Produktivitätsschwäche. Unter Mitarbeit von a. In: Hans Corsten (Hg.): *Integratives Dienstleistungsmanagement. Grundlagen - Beschaffung - Produktion - Marketing - Qualität*. Ein Reader. Wiesbaden, S. 71–90.

Meyer, Anton (1994b): *Dienstleistungs-Marketing. Erkenntnisse und praktische Beispiele*. 6. unveränderte Auflage. München.

Meyer, Anton (1994c): Kommunikationspolitik von Dienstleistungsunternehmen. Unter Mitarbeit von b. In: Hans Corsten (Hg.): *Integratives Dienstleistungsmanagement. Grundlagen - Beschaffung - Produktion - Marketing - Qualität*. Ein Reader. Wiesbaden, S. 257–286.

Meyer, Anton; Blümelhuber, Christian (1994a): Interdependenzen zwischen Absatz und Produktion in Dienstleistungsunternehmen und ihre Auswirkungen auf konzeptionelle Fragen des Absatzmarketing. Unter Mitarbeit von a. In: Hans Corsten und Wolfgang Hilke (Hg.): *Dienstleistungsproduktion*. Wiesbaden (Schriften zur Unternehmensführung, 52), S. 5–41.

Meyer, Anton; Blümelhuber, Christian (1998): Dienstleistungs-Innovation. In: Anton Meyer (Hg.): Handbuch Dienstleistungs-Marketing. Stuttgart (1), S. 807–826.

Meyer, Anton; Mattmüller, Roland (1994b): Qualität von Dienstleistungen. Entwurf eines praxisorientierten Qualitätsmodells. Unter Mitarbeit von b. In: Hans Corsten (Hg.): Integratives Dienstleistungsmanagement. Grundlagen - Beschaffung - Produktion - Marketing - Qualität. Ein Reader. Wiesbaden, S. 349–367.

Michalski, Silke; Jüttner, Uta; Hammer, Lukas (2007): Die Prozesswertanalyse als Ansatz zur Analyse von Wertschöpfungsprozessen in einem touristischen Dienstleistungsnetzwerk. In: Manfred Bruhn und Bernd Stauss (Hg.): Wertschöpfungsprozesse bei Dienstleistungen. Forum Dienstleistungsmanagement. Wiesbaden, S. 166–190.

Micheel, Heinz-Günther (2010): Quantitative empirische Sozialforschung: mit 34 Tabellen. München, Stuttgart.

Miles, Ian (1993): Services in the new industrial economy. In: *Futures* (July/August), S. 653–672.

Miles, Ian (2006): Innovation in Services. In: Jan Fagerberg, David C. Mowery und Richard R. Nelson (Hg.): The Oxford Handbook of Innovation. Oxford, S. 433–458.

Miles, Ian; Boden, Mark (2000): Introduction: Are Services Special? In: Mark Boden und Ian Miles (Hg.): Services and the Knowledge-Based Economy. London and New York, S. 5–20.

Miles, Matthew B.; Huberman, A. Michael (1994): Qualitative Data Analysis. An Expanded Sourcebook. Thousand Oaks, London, New Delhi.

Mirow, Michael (2003): Wertsteigerung durch Innovation. In: Max J. Ringelstetter, Herbert A. Henzler und Michael Mirow (Hg.): Perspektiven der strategischen Unternehmensführung. Theorien - Konzepte - Anwendungen. Wiesbaden, S. 331–346.

Mirow, Michael; Carsten, Linz (2000): Planung und Organisation von Innovationen aus systemtheoretischer Perspektive. In: Gerold E. Häfliger und Jörg D. Meier (Hg.): Aktuelle Tendenzen im Innovationsmanagement. Heidelberg, S. 249–268.

Moldaschl, Manfred (2006): Innovationsfähigkeit, Zukunftsfähigkeit, Dynamic Capabilities. Moderne Fähigkeitsmystik und eine Alternative. In: Georg Schreyögg und Peter Conrad (Hg.): Management von Kompetenzen. 16 Bände. Wiesbaden (Managementforschung), S. 1–36.

Möller, Claudia; Schuckert, Markus (2006): Customer orientation through emotional marketing - towards creating an innovative virtual buying experience. In: Bibiana Walder, Klaus

Weiermair und Amparo Sancho Pérez (Hg.): *Innovation and Product Development in Tourism. Creating Sustainable Competitive Advantage*. Berlin, S. 139–155.

Möller, Sabine (2004): Innovationspotenziale von Interaktionsepisoden zwischen Kunden und Kundenkontaktmitarbeitern. In: Manfred Bruhn und Bernd Stauss (Hg.): *Dienstleistungsinnovationen - Forum Dienstleistungsmanagement*. Wiesbaden, S. 281–302.

Müller, Hansruedi (2006): Qualitätsmanagement als Triebfeder von Innovationsprozessen und ihre Grenzen. In: Birgit Pikkemaat, Mike Peters und Klaus Weiermair (Hg.): *Innovationen im Tourismus. Wettbewerbsvorteile durch neue Ideen und Angebote*. Berlin, S. 109–117.

Müller-Stewens, Günter; Lechner, Christoph (2003): Strategische Prozessforschung - Grundlagen und Perspektiven. In: Max J. Ringelstetter, Herbert A. Henzler und Michael Mirow (Hg.): *Perspektiven der strategischen Unternehmensführung. Theorien - Konzepte - Anwendungen*. Wiesbaden, S. 43–71.

Nanda, Ashish (1996): Resources, Capabilities and Competencies. In: Bertrand Moingeon und Amy Edmondson (Hg.): *Organizational Learning and Competitive Advantage*. London, Thousand Oaks, New Delhi, S. 93–120.

Nasner, Nicolas (1998): Identifikation von Kernkompetenzen. In: *Absatzwirtschaft* 41 (3), S. 40–43.

Nelson, Richard R.; Winter, Sidney G. (1982): *An Evolutionary Theory of Economic Change*. Cambridge, Massachusetts, London.

Nelson, Richard R.; Winter, Sidney G. (1997): *An Evolutionary Theory of Economic Change*. In: Nicolai J. Foss (Hg.): *Resources, Firms, and Strategies. A Reader in the Resource-Based Perspective*. Oxford, S. 82–99.

Nonaka, Ikujiro (2007): The Knowledge-Creating Company. In: *Harvard Business Review* (July/August), S. 162–171.

Noy, Chaim (2008): Sampling Knowledge: The Hermeneutics of Snowball Sampling in Qualitative Research. In: *International Journal Social Research Methodology* 11 (4), S. 327–344.

Oke, Adegoke (2007): Innovation Types and innovation management practices in service companies. In: *International Journal of Operations & Production Management* 27 (6), S. 564–587.

Oppermann, Ralf (1998): Marktorientierte Dienstleistungsinnovation. Besonderheiten von Dienstleistungen und ihre Auswirkungen auf eine abnehmerorientierte Innovationsgestaltung. Göttingen.

Orfila-Sintes, Francina; Crespi-Cladera, Rafel; Martinez-Ros, Ester (2005): Innovation activity in the hotel industry: Evidence from Balearic Islands. In: *Tourism Management* 26, S. 851–865.

Orfila-Sintes, Francina; Mattsson, Jan (2009): Innovation behavior in the hotel industry. In: *Omega The International Journal of Management Science* 37 (2), S. 380–394.

Ossadnik, Wolfgang (2000): Markt- versus ressourcenorientiertes Management - alternative oder einander ergänzende Konzeptionen einer strategischen Unternehmensführung. In: *Die Unternehmung* 54 (4), S. 273–287.

Ottbacher, Michael; Gnoth, Juergen (2005): How to Develop Successful Hospitality Innovation. In: *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* 46 (2), S. 205–222.

Palmer, Adrian (2003): The Marketing of Services. In: Michael J. Baker (Hg.): *The Marketing Book*. 5. Aufl. Oxford, S. 585–609.

Parasuraman, A.; Zeithaml, Valarie A.; Berry, Leonard L. (1986): *SERQUAL: A Multiple - item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*. Cambridge, Massachusetts.

Pechlaner, Harald; Fischer, Elisabeth (2006): Alpine Wellness: A Resource-based View. In: *Tourism Recreation Research* 31 (1), S. 67–77.

Pechlaner, Harald; Fischer, Elisabeth (2007a): Die touristische Destination aus kompetenzorientierter Perspektive. In: Jörg Freiling und Hans Georg Gemünden (Hg.): *Dynamische Theorien der Kompetenzentstehung und Kompetenzverwertung im strategischen Kontext*. Mering, S. 291–322.

Pechlaner, Harald; Fischer, Elisabeth (2007b): Identitätsstiftende Werte als Basis für die kooperative Entwicklung differenzierter touristischer Produkte und Dienstleistungen. In: Matthias H. J. Gouthier, Christian Coenen, Henning S. Schulze und Christoph Wegmann (Hg.): *Service Excellence als Impulsgeber. Strategien - Management - Innovationen - Branchen*. Wiesbaden, S. 218–234.

Pechlaner, Harald; Fischer, Elisabeth; Hammann, Eva-Maria (2005a): Leadership and Innovation Processes - Development of Products and Services Based on Core Competencies. In: *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism* (6 (3/4)), S. 31–57.

Pechlaner, Harald; Fischer, Elisabeth; Prilinger, Petra (2006): Die Entwicklung von Innovationen in Destinationen - Die Rolle der Tourismusorganisationen. In: Birgit Pikkemaat, Mike Peters und Klaus Weiermair (Hg.): *Innovationen im Tourismus. Wettbewerbsvorteile durch neue Ideen und Angebote*. Berlin, S. 121–136.

Pechlaner, Harald; Hammann, Eva-Maria (2005): Unternehmensgründung und Unternehmenswachstum. Unternehmensgruppe Falkensteiner. In: Harald Pechlaner, Hans H. Hinterhuber und Eva-Maria Hammann (Hg.): Unternehmertum und Unternehmensgründung. Grundlagen und Fallstudien. Wiesbaden, S. 213–228.

Pechlaner, Harald; Hammann, Eva-Maria; Fischer, Elisabeth (2005b): Leadership und Innovationsprozesse: Von der Kernkompetenz zur Dienstleistung. In: Harald Pechlaner, Paul Tschurtschenthaler, Mike Peters, Birgit Pikkemaat und Matthias Fuchs (Hg.): Erfolg durch Innovation: Perspektiven für den Tourismus- und Dienstleistungssektor. Wiesbaden, S. 63–86.

Pechlaner, Harald; Hammann, Eva-Maria; Fischer, Elisabeth (2008): Industrie und Tourismus: Herausforderung und Chance für die Standortentwicklung. In: Harald Pechlaner, Eva-Maria Hammann und Elisabeth Fischer (Hg.): Industrie und Tourismus. Innovatives Standortmanagement für Produkte und Dienstleistungen. Berlin, S. 11–43.

Pechlaner, Harald; Raich, Frieda (2004): Network strategies in cultural tourism destinations - effects on the strategic value of cultural tourism. In: Peter Keller und Thomas Bieger (Hg.): The Future of Small and Medium Sized Enterprises in Tourism. St. Gallen (46), S. 399–413.

Penrose, Edith (1959): The Theory of the Growth of the Firm. Oxford.

Penrose, Edith (1997): The Theory of the Growth of the Firm. In: Nicolai J. Foss (Hg.): Resources, Firms, and Strategies. A Reader in the Resource-Based Perspective. Oxford, S. 27–39.

Perl, Elke (2003): Grundlagen des Innovations- und Technologiemanagements. In: Heinz Strebel (Hg.): Innovations- und Technologiemanagement. Wien, S. 15–48.

Perlitz, Manfred (1988): Wettbewerbsvorteile durch Innovation. In: Hermann Simon (Hg.): Wettbewerbsvorteile und Wettbewerbsfähigkeit. Stuttgart, S. 47–65.

Peteraf, M. A. (1993): The Cornerstone of Competitive Advantage: A Resource-Based-View. In: *Strategic Management Journal* 14, S. 179-191.

Peteraf, Margaret A.; Barney, Jay B (2003): Unraveling the Resource-Based Tangle. In: *Managerial and decision economics* 24, S. 309–323.

Petermann, Franz (1996): Einzelfallanalyse - Definition, Ziele und Entwicklungslinien. In: Franz Petermann (Hg.): Einzelfallanalyse. 3., verbesserte Auflage. München, Wien, S. 1–17.

Peters, Mike; Pikkemaat, Birgit (2005): Innovation in Tourism. In: *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism* 6 (3/4), S. 1–6.

Peters, Mike; Weiermair, Klaus (2002): Innovationen und Innovationsverhalten im Tourismus. In: Thomas Bieger und Christian Laesser (Hg.): Jahrbuch 2001/2002 Schweizer Tourismuswirtschaft. St. Gallen, S. 157–178.

Pikkemaat, Birgit (2005): Zur empirischen Forschung von Innovationen im Tourismus. In: Harald Pechlaner, Paul Tschurtschenthaler, Mike Peters, Birgit Pikkemaat und Matthias Fuchs (Hg.): Erfolg durch Innovation: Perspektiven für den Tourismus- und Dienstleistungssektor. Wiesbaden, S. 87–102.

Pikkemaat, Birgit; Peters, Mike (2005): Towards the Measurement of Innovation - A Pilot Study in the Small and Medium Sized Hotel Industry. In: *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism* 6 (3/4), S. 89–112.

Pikkemaat, Birgit; Peters, Mike (2006): Zur Relevanz von Innovationen im Tourismus: eine Einführung. In: Birgit Pikkemaat, Mike Peters und Klaus Weiermair (Hg.): Innovationen im Tourismus. Wettbewerbsvorteile durch neue Ideen und Angebote. Berlin, S. 3–6.

Pikkemaat, Birgit; Walder, Bibiana (2006): Innovationsmessung in touristischen Destinationen: Modellierung und Anwendung. In: Reinhard Bachleitner, Roman Egger und Thomas Herdin (Hg.): Innovationen in der Tourismusforschung: Methoden und Anwendungen. Wien, S. 113–139.

Pikkemaat, Birgit; Weiermair, Klaus (2004): Zur Problematik der Messung von Innovationen bei komplexen, vernetzten Dienstleistungen - dargestellt am Beispiel der touristischen Dienstleistung. In: Manfred Bruhn und Bernd Stauss (Hg.): Dienstleistungsinnovationen – Forum Dienstleistungsmanagement. Wiesbaden, S. 359–379.

Pine, Joseph B.; Gilmore, James H. (2000): Erlebniskauf. Konsum als Erlebnis, Business als Bühne, Arbeit als Theater. Unter Mitarbeit von Aus dem amerikanischen von Stephan Gebauer. München.

Pleschak, Franz; Sabisch, Helmut (1996): Innovationsmanagement. Stuttgart.

Pompl, Wilhelm; Buer, Christian (2006): Notwendigkeit, Probleme und Besonderheiten von Innovationen bei touristischen Dienstleistungen. In: Birgit Pikkemaat, Mike Peters und Klaus Weiermair (Hg.): Innovationen im Tourismus. Wettbewerbsvorteile durch neue Ideen und Angebote. Berlin, S. 21–35.

Popp, Werner; Schmitt, Markus (1999): Informationsgewinn beim Risikomanagement von Innovationsvorhaben. In: Claus Tintelnot, Dirk Meißner und Ina Steinmeier (Hg.): Innovationsmanagement. [zu Ehren von Professor Dr. Helmut Sabisch aus Anlaß seines 65. Geburtstag]. Berlin, S. 99–107.

Porter, Michael E. (1980): *Competitive Strategy. Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York, London.

Porter, Michael E. (1990a): *The competitive advantage of Nations*. New York.

Porter, Michael E. (1990b): *The Competitive Advantage of Nations*. In: *Harvard Business Review* 73 (2), S. 73–93.

Porter, Michael E. (1991): *Towards a Dynamic Theory of Strategy*. In: *Strategic Management Journal* 12 (Winter), S. 95–117.

Porter, Michael E. (2000): *Wettbewerbsvorteile. Spitzenleistungen erreichen und behaupten*. 6. Aufl. Frankfurt/Main/New York.

Prahalad, Coimbatore K.; Hamel, Gary (1990): *The Core Competence of the Corporation*. In: *Harvard Business Review* 68 (3), S. 79–91.

Prahalad, Coimbatore K.; Hamel, Gary (1995): *Nur Kernkompetenzen sichern das Überleben*. In: *Harvard Business Manager*, S. 7–18.

Rasmussen, Thomas (1977): *Entwicklungslinien des Dienstleistungssektors. Internationaler Strukturvergleich und Perspektiven für die Bundesrepublik Deutschland*. Göttingen (Wirtschaftspolitische Studien, 44).

Rasche, Christoph (1994): *Wettbewerbsvorteile durch Kernkompetenzen. Ein ressourcenorientierter Ansatz*. Wiesbaden.

Rasche, Christoph (2000): *Der Resource Based View im Lichte des hybriden Wettbewerbs*. In: Peter Hamann und Jörg Freiling (Hg.): *Die Ressourcen- und Kompetenzperspektive des Strategischen Managements*. Wiesbaden, S. 69–125.

Rasche, Christoph; Wolfrum, Bernd (1994): *Ressourcenorientierte Unternehmensführung*. In: *Die Betriebswirtschaft* 54 (4), S. 501–517.

Raub, Steffen; Büchel, Bettina (1996): *Organisationales Lernen und Unternehmensstrategie - "core capabilities" als Ziel und Resultat organisationalen Lernens*. In: *Zeitschrift Führung und Organisation* 65 (1), S. 26–31.

Ray, Gautam; Barney, Jay B; Muhanna, Waleed A. (2004): *Capabilities, business processes, and competitive advantage: choosing the dependent variable in empirical tests of the resource-based view*. In: *Strategic Management Journal* 25, S. 23–37.

Reckenfelderbäumer, Martin; Busse, Daniel (2006): *Kundenmitwirkung bei der Entwicklung von industriellen Dienstleistungen - eine phasenbezogene Analyse*. In: Hans-Jörg Bullinger

und August-Wilhelm Scheer (Hg.): *Service Engineering. Entwicklung und Gestaltung innovativer Dienstleistungen*. 2., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Berlin, Heidelberg, S. 141–166.

Reed, Richard; DeFillippi, Robert J. (1990): Causal Ambiguity, Barriers to Imitation, and Sustainable Competitive Advantage. In: *Academy of Management Review* 15 (1), S. 88–102.

Reichwald, Ralf; Piller, Frank (2006): *Interaktive Wertschöpfung. Open Innovation, Individualisierung und neue Formen der Arbeitsteilung*. Wiesbaden.

Reichwald, Ralf; Schaller, Christian (2006): *Innovationsmanagement von Dienstleistungen - Herausforderungen und Erfolgsfaktoren in der Praxis*. In: Hans-Jörg Bullinger und August-Wilhelm Scheer (Hg.): *Service Engineering. Entwicklung und Gestaltung innovativer Dienstleistungen*. 2., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Berlin, Heidelberg, S. 167–194.

Reinecker, Hans (1993): *Einzelfallanalyse*. In: Erwin Roth und Klaus Heidenreich (Hg.): *Sozialwissenschaftliche Methoden. Lehr- und Handbuch für Forschung und Praxis*. 3., völlig überarbeitete und erweiterte Auflage. München, Wien, S. 267–281.

Rispoli, Maurizio (1996): *Competitive Analysis and Competence-Based Strategies in the Hotel Industry*. In: Ron Sanchez, Aimé Heene und Howard Thomas (Hg.): *Dynamics of competence-based competition. Theory and practice in the new strategic management*. 1st edition. Oxford, UK, New York, S. 119–137.

Rogers, Everett M. (1995): *Diffusion of Innovations*. 4. Auflage. New York, London.

Rosada, Michael (1990): *Kundendienststrategien im Automobilssektor. Theoretische Fundierung und Umsetzung eines Konzeptes zur differenzierten Vermarktung von Sekundärdienstleistungen*. Berlin (Vertriebswirtschaftliche Abhandlungen, 32).

Rose, Peter M. (2000): *Analyse ausgewählter Methoden zur Identifikation dynamischer Kernkompetenzen*. München, Mering (Hamburger Schriften zur Marketingforschung, 12).

Rothwell, Roy; Zegveld, Walter (1985): *Reindustrialization and Technology*. Harlow.

Rück, Hans R. G. (2000): *Dienstleistungen in der ökonomischen Theorie*. Wiesbaden.

Rühl, Edwin (1994): *Die Resource-based View of Strategy. Ein Impuls für einen Wandel im unternehmungspolitischen Denken und Handeln?* In: Peter Gomez, Dietger Hahn, Günter Müller-Stewens und Rolf Wunderer (Hg.): *Unternehmerischer Wandel. Konzepte zur organisatorischen Erneuerung*. Wiesbaden, S. 31–57.

- Rühli, Edwin (1995): Ressourcenmanagement. Strategischer Erfolg dank Kernkompetenzen. In: *Die Unternehmung* (2), S. 91–105.
- Rühli, Edwin (2000): Strategie ist tot: Es lebe das Neue Strategische Management. In: Hans H. Hinterhuber, Stephan A. Friederich, Ayad Al-Ani und Gernot Handlbauer (Hg.): *Das Neue Strategische Management. Perspektiven und Elemente einer zeitgemäßen Unternehmensführung*. 2. Aufl. Wiesbaden, S. 73–90.
- Rumelt, Richard P. (1984): Towards a Strategic Theory of the Firm. In: Robert B Lamb (Hg.): *Competitive strategic management*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, S. 556–570.
- Rumelt, Richard P. (1991): How Much Does Industry Matter? In: *Strategic Management Journal* 12, S. 167–185.
- Rumelt, Richard P.; Schendel, Dan; Teece, David J. (1991): Strategic Management and Economics. In: *Strategic Management Journal* 12, S. 5–29.
- Rushton, Angela M.; Carson, David J. (1985): The Marketing of Services: Managing the Intangibles. In: *European Journal of Marketing* 19 (3), S. 19–40.
- Sanchez, Ron (2004): Understanding competence-based management. Identifying and managing five models of competence. In: *Journal of Business Research* 57, S. 518–532.
- Sanchez, Ron; Heene, Aimé (1996): A System View of the Firm in Competence-based Competition. In: Ron Sanchez, Aimé Heene und Howard Thomas (Hg.): *Dynamics of competence-based competition. Theory and practice in the new strategic management*. 1st edition. Oxford, UK, New York, S. 39–62.
- Sanchez, Ron; Heene, Aimé (2004): *The new strategic management. Organization, competition, and competence*. New York.
- Sanchez, Ron; Heene, Aimé; Thomas, Howard (1996): Introduction: Towards the Theory and Practice of Competence-based Competition. In: Ron Sanchez, Aimé Heene und Howard Thomas (Hg.): *Dynamics of competence-based competition. Theory and practice in the new strategic management*. 1st edition. Oxford, UK, New York, S. 1–35.
- Sancho Pérez, Amparo; Cabrer Borrás, Bernardi; Rico Belda, Paz (2006): Technology externalities in the tourism industry. In: Bibiana Walder, Klaus Weiermair und Amparo Sancho Pérez (Hg.): *Innovation and Product Development in Tourism. Creating Sustainable Competitive Advantage*. Berlin, S. 40–53.
- Schenk, Michael (1984): *Soziale Netzwerke und Kommunikation*. Tübingen.

Scheuing, Eberhard E.; Johnson, Eugene M. (1989): A Proposed Model for New Service Development. In: *The Journal of Services Marketing* 3 (2), S. 25–34.

Schewe, Gerhard; Becker, Stefan; Cramer, Christina (2010): Phasengliederung des Innovationsprozesses - Kritische Analyse und Gestaltungsempfehlungen. In: Ronald Gleich und Peter Russo (Hg.): *Perspektiven des Innovationsmanagements 2009*. Berlin (Innovationsmanagement und Entrepreneurship, 5), S. 69–86.

Schmidt, Christiane (2008): Analyse von Leitfadeninterviews. In: Uwe Flick, Ernst Von Kardorff und Ines Steinke (Hg.): *Qualitative Forschung. Ein Handbuch*. 6. durchgesehene u. aktualisierte Auflage. Reinbek bei Hamburg, S. 447–456.

Schmidt, Matthias (1987): Anpassungsfähigkeit als Systemziel von Unternehmungen. Entwicklung eines normativen Konzepts. Spardorf.

Schneider, Dieter (1997): *Betriebswirtschaftslehre. Band 3: Theorie der Unternehmung*. München, Wien.

Schneider, Kristof; Daun, Christine; Behrens, Hermann (2006): Vorgehensmodelle und Standards zur systematischen Entwicklung von Dienstleistungen. In: Hans-Jörg Bullinger und August-Wilhelm Scheer (Hg.): *Service Engineering. Entwicklung und Gestaltung innovativer Dienstleistungen*. 2., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Berlin, Heidelberg, S. 113–138.

Schneider, Markus (1999): *Innovation von Dienstleistungen. Organisation von Innovationsprozessen in Universalbanken*. Wiesbaden.

Schnell, Rainer; Hill, Paul B.; Esser, Elke (2008): *Methoden der empirischen Sozialforschung*. 8. unveränderte Auflage. München, Wien.

Schoemaker, Paul J. H. (1992): How to Link Strategic Vision to Core Capabilities. In: *Sloan Management Review* 34 (1), S. 67–81.

Schreyögg, Georg; Kliesch, Martina (2006): Zur Dynamisierung Organisationaler Kompetenzen - "Dynamic Capabilities" als Lösungsansatz? In: *Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung* 58, S. 455–476.

Schultze, Jan-Gisbert (1993): *Diagnose des strategischen Handlungsbedarfes für Hotelketten*. Bern, Stuttgart, Wien.

Schumpeter, Joseph (1964): *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung. Unveränderter Nachdruck der 1934 erschienenen vierten Auflage*, 6. Auflage. Berlin.

- Selznick, Philip (1957): *Leadership in Administration: A Sociological Interpretation*. New York, London.
- Selznick, Philipp (1997): *Leadership in Administration: A Sociological Interpretation*. In: Nicolai J. Foss (Hg.): *Resources, Firms, and Strategies. A Reader in the Resource-Based Perspective*. Oxford, S. 21–26.
- Shostack, Lynn G. (1977): *Breaking Free from Product Marketing*. In: *Journal of Marketing* 41 (2), S. 73–80.
- Shostack, Lynn G. (1984a): *Designing services that deliver*. In: *Harvard Business Review* (January-February), S. 133–139.
- Shostack, Lynn G. (1984b): *Service Design in the Operating Environment*. In: William R. George und Claudia E. Marshall (Hg.): *Developing New Services*. United States of America, S. 27–43.
- Smith, Stephen L. J. (1994): *The Tourism Product*. In: *Annals of Tourism Research* 21 (3), S. 582–595.
- Spannagel, Wolfgang (1974): *Linienfluggesellschaften im Hotelgewerbe. Eine betriebswirtschaftliche Untersuchung unter besonderer Berücksichtigung von Beteiligungsverhältnissen in der Bundesrepublik Deutschland*. München.
- Spiegel, Thomas (2003): *Prozessanalyse in Dienstleistungsunternehmen. Hierarchische Integration strategischer und operativer Methoden im Dienstleistungsmanagement*. Wiesbaden.
- Spöhring, Walter (1995): *Qualitative Sozialforschung*. 2. Aufl. Stuttgart (Studienskripten zur Soziologie).
- Staffelbach, Bruno (1994): *Strategisches Marketing von Dienstleistungen*. In: Hans Corsten (Hg.): *Integratives Dienstleistungsmanagement. Grundlagen - Beschaffung - Produktion - Marketing - Qualität*. Ein Reader. Wiesbaden, S. 287–301.
- Stalk, George; Evans, Philip; Shulman, Lawrence E. (1992): *Competing on Capabilities: The New Rules of Corporate Strategy*. In: *Harvard Business Review*.
- Staudt, Erich (1986): *Innovationsdynamik und Innovationswiderstände*. In: Erich Staudt (Hg.): *Das Management von Innovationen*. Frankfurt am Main, S. 601–610.
- Staudt, Erich; Kailer, Norbert; Kriegesmann, Bernd; Meier, Andreas J.; Stephan, Heidi; Ziegler, Arne (2002a): *Kompetenz und Innovation. Eine Bestandsaufnahme jenseits von Personalmanagement und Wissensmanagement*. In: Erich Staudt, Norbert Kailer, Marcus Kottmann, Bernd Kriegesmann, Andreas J. Meier, Claus Muschik et al. (Hg.): *Kompetenzent-*

wicklung und Innovation. Die Rolle der Kompetenz bei Organisations-, Unternehmens- und Regionalentwicklung. Münster, New York, München, Berlin (Studien zur beruflichen Weiterbildung im Transformationsprozeß, 14), S. 127–236.

Staudt, Erich; Kriegesmann, Bernd (2002): Zusammenhang von Kompetenz, Kompetenzentwicklung und Innovation. Objekt, Maßnahmen und Bewertungsansätze der Kompetenzentwicklung - Ein Überblick. In: Erich Staudt, Norbert Kailer, Marcus Kottmann, Bernd Kriegesmann, Andreas J. Meier, Claus Muschik et al. (Hg.): Kompetenzentwicklung und Innovation. Die Rolle der Kompetenz bei Organisations-, Unternehmens- und Regionalentwicklung. Münster, New York, München, Berlin (Studien zur beruflichen Weiterbildung im Transformationsprozeß, 14), S. 15–70.

Staudt, Erich; Kriegesmann, Bernd; Muschik, Claus (2002b): Systemkompetenz und Innovation. Ein Strukturierungsbeitrag zur Modellierung "lernender Organisationen". Unter Mitarbeit von c. In: Erich Staudt, Norbert Kailer, Marcus Kottmann, Bernd Kriegesmann, Andreas J. Meier, Claus Muschik et al. (Hg.): Kompetenzentwicklung und Innovation. Die Rolle der Kompetenz bei Organisations-, Unternehmens- und Regionalentwicklung. Münster, New York, München, Berlin (Studien zur beruflichen Weiterbildung im Transformationsprozeß, 14), S. 237–320.

Stauss, Bernd; Bruhn, Manfred (2004): Dienstleistungsinnovationen - Eine Einführung in den Sammelband. In: Manfred Bruhn und Bernd Stauss (Hg.): Dienstleistungsinnovationen - Forum Dienstleistungsmanagement. Wiesbaden, S. 3–25.

Stauss, Bernd; Bruhn, Manfred (2007): Wertschöpfungsprozesse bei Dienstleistungen - Eine Einführung in den Sammelband. In: Manfred Bruhn und Bernd Stauss (Hg.): Wertschöpfungsprozesse bei Dienstleistungen. Forum Dienstleistungsmanagement. Wiesbaden, S. 4–28.

Steinhauser, Carolin; Theiner, Barbara (2006): Wellness als Quelle touristischer Innovationen. In: Birgit Pikkemaat, Mike Peters und Klaus Weiermair (Hg.): Innovationen im Tourismus. Wettbewerbsvorteile durch neue Ideen und Angebote. Berlin, S. 289–300.

Steinhauser, Carolin; Theiner, Barbara; Jochum, Bernhard (2005): Schnittstelle Wissenschaft und Praxis: Innovative Produktentwicklung im Tourismus, illustriert am Beispiel „Alpine Wellness“. In: Harald Pechlaner, Paul Tschurtschenthaler, Mike Peters, Birgit Pikkemaat und Matthias Fuchs (Hg.): Erfolg durch Innovation: Perspektiven für den Tourismus- und Dienstleistungssektor. Wiesbaden, S. 363–381.

Steinke, Ines (2008): Gütekriterien qualitativer Forschung. In: Uwe Flick, Ernst Von Kardorff und Ines Steinke (Hg.): Qualitative Forschung. Ein Handbuch. 6. durchgesehene u. aktualisierte Auflage. Reinbek bei Hamburg, S. 319–331.

Steven, Marion; Behrens, Sven (2000): Kernkompetenzen aus produktionstheoretischer Sicht. In: Peter Hammann und Jörg Freiling (Hg.): Die Ressourcen- und Kompetenzperspektive des Strategischen Managements. Wiesbaden, S. 439–463.

Strasmann, Jochen; Schüller, Achim (1996): Einführung. In: Jochen Strasmann und Achim Schüller (Hg.): Kernkompetenzen. Was ein Unternehmen wirklich erfolgreich macht. Stuttgart, S. 1–5.

Sundbo, John (1997): Management of Innovation in Services. In: *The Service Industry Journal* 17 (3), S. 432–455.

Sundbo, Jon (2000): Organization and Innovation Strategy in Services. In: Mark Boden und Ian Miles (Hg.): Services and the Knowledge-Based Economy. London and New York, S. 109–128.

Sundbo, Jon (2008a): Customer-based innovation of knowledge e-services: the importance of after-innovation. In: *International Journal of services technology and management* 9 (3), S. 218–233.

Sundbo, Jon (2008b): Innovation and involvement in services. In: Lars Fuglsang (Hg.): Innovation and the Creative Process. Towards Innovation with Care. Cheltenham, Northampton, S. 25–47.

Sundbo, Jon (2010): The toilsome path of service innovation: the effects of the law of low human multi-task capability. In: Faiz Gallouj und Faridah Djellal (Hg.): The Handbook of Innovation and Services. A Multi-disciplinary Perspective. Cheltenham, Northampton, S. 279–300.

Teece, David J.; Pisano, Gary (1994): The Dynamic Capabilities of Firms: An introduction. In: *Industrial and Corporate Change* 3 (3), S. 537–556.

Teece, David J.; Pisano, Gary; Shuen, Amy (1997): Dynamic Capabilities and Strategic Management. In: *Strategic Management Journal* 18 (7), S. 509–533.

Tether, Bruce; Howells, Jeremy (2007): Changing Understanding of Innovation in Services. From Technological Adoption to Complex Complementary Changes to Technologies, Skills and Organisation. In: DTI (Hg.): Innovation in Services. London (DTI Occasional Paper No. 9), S. 21–60.

Tiele, Michael (1997): Kernkompetenzorientierte Unternehmensstrukturen. Ansätze zur Neugestaltung von Geschäftsbereichsorganisationen. Wiesbaden.

Thom, Norbert (1980): Grundlagen des betrieblichen Innovationsmanagements. 2., völlig neu bearbeitete Auflage. Hanstein.

Thom, Norbert; Etienne, Michèle (2000): Organisatorische und personelle Ansatzpunkte zur Förderung eines Innovationsklimas im Unternehmen. In: Gerold E. Häfliger und Jörg D. Meier (Hg.): Aktuelle Tendenzen im Innovationsmanagement. Heidelberg, S. 269–281.

Thomas, Dan R. E. (1978): Strategy is different in service businesses. In: *Harvard Business Review* 56, S. 158–165.

Thomas, Hansjörg (1989): Die Finanzierung von Innovationen und die Bedeutung der Beteiligungsgesellschaft. In: Hans Corsten (Hg.): Die Gestaltung von Innovationsprozessen. Hindernisse und Erfolgsfaktoren im Organisations-, Finanz- und Informationsbereich. Berlin (Technological economics, 29), S. 82–102.

Tidd, Joseph; Bessant, John R (2009): *Managing innovation. Integrating technological, market and organizational change*. 4. edition. Chichester.

Tidd, Joe; Hull, Frank M. (2010): Service innovation: development, delivery and performance. In: Faiz Gallouj und Faridah Djellal (Hg.): *The Handbook of Innovation and Services. A Multi-disciplinary Perspective*. Cheltenham, Northampton, S. 250–278.

Toivonen, Marja (2010): Different types of innovation processes in services and their organisational implications. In: Faiz Gallouj und Faridah Djellal (Hg.): *The Handbook of Innovation and Services. A Multi-disciplinary Perspective*. Cheltenham, Northampton, S. 221–249.

Töpfer, Armin (1986): Innovationsmarketing. In: Erich Staudt (Hg.): *Das Management von Innovationen*. Frankfurt am Main, S. 544–560.

Trasser, Robert (2006): (Destinations-)Marken als innovatives Verkaufsinstrument im alpinen Tourismus am Beispiel des österreichischen Bundeslandes Tirol. In: Birgit Pikkemaat, Mike Peters und Klaus Weiermair (Hg.): *Innovationen im Tourismus. Wettbewerbsvorteile durch neue Ideen und Angebote*. Berlin, S. 223–244.

Trott, Paul (2008): *Innovation Management and New Product Development*. 4. Auflage. Harlow et al.

Tsai, Weiyu; Verma, Rohit; Schmidt, Glen (2008): New service development. In: Christoph H. Loch und Stylianos Kavadias (Hg.): *Handbook of New Product Development Management*. Amsterdam, S. 495–526.

Uhlmann, Luitpold (1978): *Der Innovationsprozeß in westeuropäischen Industrieländern. Der Ablauf industrieller Innovationsprozesse*. Berlin, München (Schriftenreihe des IFO-Instituts für Wirtschaftsforschung 98, 2).

Ulrich, Dave; Lake, Dale (1991): Organizational Capability: Creating Competitive Advantage. In: *Academy of Management Executive* 5 (1), S. 77–92.

- Utterback, James M. (1971): The Process of Technological Innovation within the Firm. In: *The Academy of Management Journal* 14 (1), S. 75–88.
- Vahs, Dietmar; Burmester, Ralf (2005): Innovationsmanagement. Von der Produktidee zur erfolgreichen Vermarktung. 3. überarbeitete Auflage. Stuttgart.
- Verworn, Birgit; Herstatt, Cornelius (2007): Strukturierung und Gestaltung der frühen Phasen des Innovationsprozesses. In: Cornelius Herstatt und Birgit Verworn (Hg.): Management der frühen Innovationsphasen. Grundlagen - Methoden - Neue Ansätze. 2. überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden, S. 111–134.
- Volberda, Henk W. (1996): Toward the Flexible Form: How to Remain Vital in Hypercompetitive Environments. In: *Organization Science* 7 (4), S. 359–374.
- Volo, Serena (2004): Foundations for an innovation indicator for tourism: an application to SME. In: Peter Keller und Thomas Bieger (Hg.): The Future of Small and Medium Sized Enterprises in Tourism. St. Gallen (46), S. 361–376.
- Volo, Serena (2005): Tourism Destination Innovativeness. In: Peter Keller und Thomas Bieger (Hg.): Innovation in Tourism - Creating Customer Value. St. Gallen (Publication of the Aiest International Association of Scientific Experts in Tourism, 47), S. 199–211.
- Walder, Bibiana (2005): Entwicklung neuer Dienstleistungen und Produkte im Unternehmen. In: Harald Pechlaner, Paul Tschurtschenthaler, Mike Peters, Birgit Pikkemaat und Matthias Fuchs (Hg.): Erfolg durch Innovation: Perspektiven für den Tourismus- und Dienstleistungssektor. Wiesbaden, S. 103–118.
- Wangenheim, Florian Von; Holzmüller, Hartmut (2005): Gestaltung von Dienstleistungen - Gutstheoretische und kundenorientierte Determinanten. In: Thomas Herrmann, Uwe Kleinbeck und Helmut Kremer (Hg.): Konzepte für das Service Engineering. Modularisierung, Prozessgestaltung und Produktivitätsmanagement. Heidelberg, S. 247–261.
- Weidler, Andreas (1997): Entwicklung integrierter Innovationsstrategien. Frankfurt am Main (Schriften zur Unternehmensplanung, 44).
- Weiermair, Klaus (2001): Von der Dienstleistungsökonomie zur Erlebnisökonomie. In: Hans H. Hinterhuber, Harald Pechlaner und Kurt Matzler (Hg.): IndustrieErlebnisWelten. Berlin, S. 35–48.
- Weiermair, Klaus (2005): Prospects for Innovation in Tourism: Analyzing the Innovation Potential Throughout the Tourism Value Chain. In: *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism* 6 (3/4), S. 59–72.

Weiermair, Klaus (2006): Product Improvement or Innovation: What is the Key to Success in Tourism? In: OECD - Organisation for Economic Co-operation and Development (Hg.): Innovation and Growth in Tourism. Paris, S. 53–69.

Weiermair, Klaus; Brunner-Sperdin, Alexandra (2007): Wertprozessmanagement von extrem intangiblen Dienstleistungen: Der Fall touristischer Erlebnisprodukte und Erlebnisdienstleistungen. In: Manfred Bruhn und Bernd Stauss (Hg.): Wertschöpfungsprozesse bei Dienstleistungen. Forum Dienstleistungsmanagement. Wiesbaden, S. 386–402.

Weiermair, Klaus; Peters, Mike; Frehse, Jörg (2005): Innovation in small businesses vs. MNEs. In: Peter Keller und Thomas Bieger (Hg.): Innovation in Tourism - Creating Customer Value. St. Gallen (Publication of the AIEST International Association of Scientific Experts in Tourism, 47), S. 361–371.

Wernerfelt, Birger (1984): A Resource Based View of the Firm. In: *Strategic Management Journal* 5, S. 171–180.

Wildemann, Horst (2008): Produkte und Services entwickeln und managen. Strategien, Konzepte, Methoden. München.

Wind, Yoram J. (1982): Product Policy: Concepts, Methods, and Strategy. Reading, Massachusetts.

Winter, Sidney G. (1987): Knowledge and Competence as Strategic Assets. In: David J. Teece (Hg.): The Competitive Challenge. Strategies for Industrial Innovation and Renewal. Cambridge, Massachusetts, S. 159–184.

Winter, Sidney G. (1995): Four Rs of Profitability: Rents, Resources, Routines, and Replication. In: Cynthia A. Montgomery (Hg.): Resource-Based and Evolutionary Theories of the Firm: Towards a Synthesis. Boston, Dordrecht, London, S. 147–178.

Winter, Sidney G. (2003): Understanding Dynamic Capabilities. In: *Strategic Management Journal* 24, S. 991–995.

Witt, Jürgen (Hg.) (1996): Produktinnovation. München.

Witte, Eberhard (1973): Organisation für Innovationsentscheidungen. Göttingen.

Wolf, Joachim (2008): Organisation, Management, Unternehmensführung. 3. vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden.

Wolfrum, Bernd (1994): Strategisches Technologiemanagement. 2., überarbeitete Auflage. Wiesbaden.

Woratschek, Herbert; Roth, Stefan; Schafmeister, Guido (2007): Ansätze zur Analyse von Wertschöpfungsprozessen - Eine theoretische und empirische Betrachtung der Besonderheiten bei Dienstleistungen. In: Manfred Bruhn und Bernd Stauss (Hg.): Wertschöpfungsprozesse bei Dienstleistungen. Forum Dienstleistungsmanagement. Wiesbaden, S. 30–49.

Xiao, Honggen; Smith, Stephen L. J. (2006): Case studies in tourism research: A state-of-the-art analysis. In: *Tourism Management* 27, S. 738–749.

Yin, Robert K. (2009): Case Study Research. Design and Methods. 4. Aufl. Thousand Oaks, London, New Delhi.

Zahn, Erich (1991): Innovation und Wettbewerb. In: Detlef Müller-Böling, Dietrich Seibt und Udo Winand (Hg.): Innovations- und Technologiemanagement. Stuttgart, S. 115–133.

Zahn, Erich (2000): Strategische Innovationen für den dynamischen Wettbewerb. In: Gerold E. Häfliger und Jörg D. Meier (Hg.): Aktuelle Tendenzen im Innovationsmanagement. Heidelberg, S. 155–171.

Zahra, Shaker A.; George, Gerard (2002): Absorptive Capacity: A Review, Reconceptualization, and Extension. In: *Academy of Management Review* 27 (2), S. 185–203.

Zahra, Shaker A.; Sapienza, Harry J.; Davidsson, Per (2006): Entrepreneurship and Dynamic Capabilities: A Review, Model and Research Agenda. In: *Journal of Management Studies* 43 (4), S. 917–955.

Zhang, Ning (2009): Effektive Innovationsprozesse. Kritische Analyse von Entscheidungssituationen und Anforderungen an Bewertungsinstrumente. Hamburg.

Zeithaml, Valarie A.; Parasuraman, A.; Berry, Leonard L. (1985): Problems and Strategies in Services Marketing. In: *Journal of Marketing* 43 (Spring), S. 33–46.

Zollo, Maurizio; Winter, Sidney G. (2002): Deliberate Learning and the Evolution of Dynamic Capabilities. In: *Organization Science* 13 (3), S. 339–351.

Zott, Christoph (2003): Dynamic Capabilities and the Emergence of Intraindustry Differential Firm Performance: Insights from a Simulation Study. In: *Strategic Management Journal* 24, S. 97–125.

Zotter, Karl-Andreas (2003): Modelle des Innovations- und Technologiemanagements. In: Heinz Strebel (Hg.): Innovations- und Technologiemanagement. Wien, S. 49–91.

Quellenverzeichnis

Internet

Alps & Cities Hotelmanagement GmbH: Sonnenhotels - eine Marke der Alps & Cities Hotelmanagement GmbH. Unsere Partner. Online verfügbar unter <http://www.sonnenhotels.de/de/fusszeile/unsere-partner.html>, zuletzt geprüft am 28.06.2011.

Ekapija (2011): Falkensteiner Hotelkette in Belgrad. 40. Mio. Euro für Viersternehotel und Business-Turm im "Maxima centar". Online verfügbar unter http://www.ekapija.com/website/sr/page/400879_de, zuletzt geprüft am 28.06.2011.

Falk Tours GmbH: Falk Tours Incoming & Touristik. Online verfügbar unter <http://www.falktours.com/de/falktours/reiseb%C3%BCro/1-0.html>, zuletzt geprüft am 26.06.2011.

Falkensteiner Hotels & Residences. Online verfügbar unter <http://www.falkensteiner.com/de/>, zuletzt geprüft am 25.06.2011.

Falkensteiner Hotels & Residences: Angebote. Online verfügbar unter <http://www.falkensteiner.com/de/angebote/>, zuletzt geprüft am 27.06.2011.

Falkensteiner Hotels & Residences: Bonus Card. Online verfügbar unter <http://www.falkensteiner.com/de/bonuscard/>, zuletzt geprüft am 25.06.2011.

Falkensteiner Hotels & Residences: Service. Partner & Friends. Online verfügbar unter <http://www.falkensteiner.com/de/service/partner-friends/>, zuletzt geprüft am 28.06.2011.

Falkensteiner Hotels & Residences: Wellnesshotels. Kulinarik. Online verfügbar unter <http://www.falkensteiner.com/de/urlaubswelten/wellness/kulinarik.htm>, zuletzt geprüft am 25.06.2011.

Falkensteiner Hotels & Residences: Wellnesshotels. Private SPA. Online verfügbar unter <http://www.falkensteiner.com/de/urlaubswelten/wellness/privatespa-wellnesshotels.htm>, zuletzt geprüft am 25.06.2011.

FMTG: Geschäftsbereiche. Verkaufsteam der FMTG Development. Online verfügbar unter <http://www.fmtg.com/de/geschaefts-bereiche/verkauf-development.htm>, zuletzt geprüft am 25.06.2011.

FMTG: Geschäftsbereiche. Online verfügbar unter <http://www.fmtg.com/de/geschaefts-bereiche/>, zuletzt geprüft am 25.06.2011.

FMTG: Märkte. Online verfügbar unter <http://www.fmtg.com/de/maerkte/>, zuletzt geprüft am 25.06.2011.

FMTG: We Live Tourism. Online verfügbar unter <http://www.fmtg.com/de/>, zuletzt geprüft am 25.06.2011.

FMTG: Werte & Ziele. Online verfügbar unter <http://www.fmtg.com/de/werte-ziele/>, zuletzt geprüft am 25.06.2011.

FMTG: Unternehmensgeschichte. Online verfügbar unter <http://www.fmtg.com/de/unternehmens-geschichte/>, zuletzt geprüft am 25.06.2011.

Motel One: Motel One Entdecken. Online verfügbar unter <http://www.motel-one.com/de/hotel-entdecken.html>, zuletzt geprüft am 24.06.2011.

Motel One: Motel One Group. Standort Entwicklung. Online verfügbar unter <http://www.motel-one.com/de/motel-one-group/standort-entwicklung.html>, zuletzt geprüft am 24.06.2011.

Motel One: Motel One Group. Standort Entwicklung. Standortprofil. Online verfügbar unter <http://www.motel-one.com/de/motel-one-group/standort-entwicklung/standortprofil.html>, zuletzt geprüft am 26.06.2011.

Motel One: Motel One Group. Strategie & Philosophie. Online verfügbar unter <http://www.motel-one.com/de/motel-one-group/strategie-philosophie.html>, zuletzt geprüft am 24.06.2011.

Motel One: Motel One Group. Investor Relations. Quartalsberichte – Bericht zum 4. Quartal 2010. Online verfügbar unter <http://www.motel-one.com/de/motel-one-group/investor-relations/quartalsberichte.html>, zuletzt geprüft am 24.06.2011.

Motel One: Motel One Group. Investor Relations. Kennzahlen. Online verfügbar unter <http://www.motel-one.com/de/motel-one-group/investor-relations/kennzahlen.html>, zuletzt geprüft am 24.06.2011.

Motel One: Motel One Group. Daten & Fakten. Online verfügbar unter <http://www.motel-one.com/de/motel-one-group/daten-fakten.html>, zuletzt geprüft am 24.06.2011.

Motel One: Motel One Group. Standort Entwicklung. Wunschstandorte. Online verfügbar unter <http://www.motel-one.com/de/motel-one-group/standort-entwicklung/wunschstandorte.html>, zuletzt geprüft am 24.06.2011.

Motel One: Motel One Partner. Online verfügbar unter <http://www.motel-one.com/de/motel-one-partner.html>, zuletzt geprüft am 24.06.2011.

Research and Consulting GmbH. Online verfügbar unter <http://www.irc-austria.com/irc/index.php>, zuletzt geprüft am 27.06.2011.

Statistisches Bundesamt Deutschland. Strukturhebung im Dienstleistungsbereich. Online verfügbar unter http://www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites/destatis/Internet/DE/Navigation/Statistiken/DienstleistungenFinanzdienstleistungen/Dienstleistungen,templateId=renderPrint.psml__nnn=true, zuletzt geprüft am 22.09.2011.

Pressemitteilungen

Motel One Group (Pressemitteilung vom 01.03.2011): Doppelte Ehre für Motel One. Die Nutzer der Onlineforen TripAdvisor und hotel.de zeichnen die Low Budget Design Hotels der Münchner Erfolgsmarke mit Bestnoten aus. München. Online verfügbar unter <http://www.motel-one.com/de/motel-one-group/presse/aktuelle-presseinfos.html?det=557>, zuletzt geprüft am 24.06.2011.

Motel One Group (Pressemitteilung vom 16.03.2011): Motel One ist Service-Sieger. Das Deutsche Institut für Service-Qualität zeichnet das Münchner Erfolgsunternehmen mit dem "Deutschen Servicepreis 2011" aus. München. Online verfügbar unter <http://www.motel-one.com/de/motel-one-group/presse/aktuelle-presseinfos.html?det=558>, zuletzt geprüft am 24.06.2011.

Motel One Group (Pressemitteilung vom 04.04.2011): Motel One Saarbrücken eröffnet. Das erste Low Budget Design Hotel in der saarländischen Landeshauptstadt überzeugt mit 90 Zimmern und viel Design für wenig Geld. München. Online verfügbar unter <http://www.motel-one.com/de/motel-one-group/presse/aktuelle-presseinfos.html?det=560>, zuletzt geprüft am 24.06.2011.

Motel One Group (Pressemitteilung vom 01.06.2011): Motel One München-Garching feiert Eröffnung. Erstmals ist "viel Design für wenig Geld" auch im Norden Münchens zu finden. München. Online verfügbar unter <http://www.motel-one.com/de/motel-one-group/presse/aktuelle-presseinfos.html?det=563>, zuletzt geprüft am 24.06.2011.

Sonstige Quellen

Falkensteiner Hotels & Residences (2010): Acquapura Spa. Wellness-Genuss bei Falkensteiner.

MAXQDA, Software für qualitative Datenanalyse, 1989 – 2010, VERBI Software. Consult. Sozialforschung GmbH, Berlin-Marburg-Amöneburg.

Motel One (2010): Einarbeitungsplan Reservierungsmitarbeiter. München.

Motel One (2010): Mitarbeiterhandbuch. Motel One Team München-City-Süd. München.

Anhang

A. Fallstudien und Interviewdurchführung

	Fallstudie 1	Fallstudie 2
Unternehmen	FMTG	One Hotels & Resort AG
Analysierter Geschäftsbereich	FMTG Service GmbH	Motel One GmbH
Unternehmenssitz	Wien	München
Gründungsjahr	2001	1999
Marke	Falkensteiner Hotels & Residences	Motel One
Klassifizierung	4 bis 5-Sterne-Hotellerie	2-Sterne-Hotellerie Low Budget Segment
Umsatz	104 Mio. € (Stand 2010)	106 Mio. €
Anzahl der Mitarbeiter	Ca. 1.400	Ca. 900
Anzahl der Hotelbetriebe (Stand September 2011)	29 Hotels und 2 Residenzen	36 Hotels
Zimmeranzahl	Ca. 4.000	Ca. 7.000

Tabelle 27: Fallstudien

Quelle: eigene Darstellung.

Fallstudie	Interviewpartner	Datum	Unternehmensebene	Funktionsbereiche
Fallstudie I FMTG	Interview 1	November 2010	Unternehmenszentrale	Marketing & Vertrieb, Operation Management, Personalmanagement, Qualitätsmanagement
	Interview 2	Dezember 2010		
	Interview 7	Februar 2011		
	Interview 8	Februar 2011		
	Interview 3	Dezember 2010	Hotelbetriebe	Hoteldirektoren
	Interview 4	Dezember 2010		
	Interview 5	Dezember 2010		
	Interview 6	Dezember 2010		
	Interview 9	Dezember 2010		

	Interview 10 Interview 11 Interview 12	Dezember 2010 März 2011 April 2011 April 2011 April 2011		
Fallstudie 2 Motel One	Interview 1	Mai 2011	Unternehmenszentrale	Marketing, Operation Management, Personalmanagement, Vertrieb
	Interview 2	Mai 2011		
	Interview 3	Mai 2011		
	Interview 7	Juni 2011		
	Interview 4	Juni 2011	Hotelbetriebe	Hoteldirektoren
	Interview 5	Juni 2011		
	Interview 6	Juni 2011		
	Interview 8	Juni 2011		
	Interview 9	Juli 2011		
	Interview 10	August 2011		

Tabelle 28: Interviewdurchführung

Quelle: eigene Darstellung.

B. Interviewleitfragen für die Unternehmenszentrale**Strategische Innovationen in touristischen Dienstleistungsunternehmen der Hotellerie****Eine ressourcenorientierte Fallstudienanalyse**

Interview	Interviewpartner
Unternehmen: _____	Name: _____
Ort: _____	Funktion: _____

I Block – Einstiegsfragen1. Allgemeine Fragen zur Orientierung im Unternehmen

- Größe, Organisationsstruktur und Rechtsform des Unternehmens
- Anzahl der Hotelbetriebe und Mitarbeiterstruktur
- Unternehmensinterne Organisation: Zentralisierte versus dezentrale Unternehmensbereiche, Schnittstellen Unternehmen/Hotelbetriebe
- Unternehmenskultur, Unternehmenswerte, Unternehmensphilosophie
- Zielgruppe

II Block – Inhaltliche Fragen2. Innovationen im Unternehmen

- Was versteht das Unternehmen unter Innovation?
- Was sind große, relevante Verbesserungen, Veränderungen und Neuerungen der letzten Jahre?
- Bitte beschreiben Sie die genannten Innovationen!

3. Ablauf und Gestaltung des Innovationsprozesses

- Beschreiben Sie bitte anhand einer genannten Beispielinnovation den typischen Verlauf und Ablauf des Innovationsprozesses? Nach welchen Schritten wird vorgegangen? Gegebenenfalls folgende Nachfragen des Interviewers:
 - Wie kam es zu der Idee und wer war involviert?
 - Was passiert in der Konzeptentwicklung?
 - Wie wurde die Entscheidung zur Umsetzung getroffen und wer trifft diese?
 - Gibt es eine Testphase?
 - Wie wird die Innovation an die Hotelbetriebe kommuniziert?
 - Wie erfolgt die Umsetzung bzw. Markteinführung?
 - Wie wird die Umsetzung kontrolliert (Erfolg gemessen)?
- Welche Ressourcen und Kompetenzen kommen wann (in welcher Phase) zur Anwendung?
- Was ist die wichtigste Voraussetzung für einen erfolgreichen Prozess?

4. Organisation des Innovationsprozesses

- Wie wird der Prozess gesteuert und durch welche Maßnahmen wird er unterstützt? Gegebenenfalls folgende Nachfragen des Interviewers:
 - Wer steuert wann?
 - Dominieren Freiheiten/Entscheidungsspielräume oder klare, strikte Vorgaben?
 - Welche Verantwortlichkeiten werden delegiert?
 - Welche Rolle spielt die Marketingabteilung?
- In welcher Phase und bei welchen Aufgabenfeldern sehen sie die zentrale Rolle der Unternehmenszentrale/der Hotelbetriebe?
- Welche Personen (Unternehmensleitung, Front-Stage-Mitarbeiter, Back-Stage-Mitarbeiter) sind wann (in welcher Phase) am Prozess beteiligt?
- Welche Rolle spielt der Gast im Innovationprozess?
- Was sind Probleme und Herausforderungen im Zusammenhang mit der Entwicklung von Innovationen?

III Block – Schlussfragen

5. Lernen im Unternehmen

- Wie werden die Mitarbeiter auf die Innovation vorbereitet?
- Welche Rolle spielt das Lernen vom Markt bzw. von Wettbewerbern, Kunden und anderen Branchen?
- Wie werden im Unternehmen Lernprozesse initiiert und wie wird mit Veränderungen umgegangen?
- Wie wird mit Konflikten und Fehlern umgegangen?
- Was ist das größte Hindernis für die Umsetzung neuer Ideen?

6. Stärken und Kernkompetenzen des Unternehmens

- Was sind besondere Stärken/Kernkompetenzen des Unternehmens?
- Was bei den genannten Innovationen ist das klare Differenzierungsmerkmal zum Wettbewerber?

Empfehlung einer/eines nächsten Interviewpartnerin/Interviewpartners

Ende des Interviews
Besten Dank für Ihre Zeit!

C. Interviewleitfragen für die Hotelbetriebe

Strategische Innovationen in touristischen Dienstleistungsunternehmen der Hotellerie

Eine ressourcenorientierte Fallstudienanalyse

Interview	Interviewpartner
Unternehmen: _____	Name: _____
Ort: _____	Funktion: _____

I Block – Einstiegsfragen

1. Allgemeine Fragen

- Karriereweg bzw. Werdegang im Unternehmen
- Aufgabenfelder und Zuständigkeitsbereiche
- Größe, Anzahl der Mitarbeiter, Gästestruktur des Hotelbetriebes
- Schnittstellen zur Unternehmenszentrale
- Unternehmenskultur, Unternehmenswerte, Unternehmensphilosophie

II Block – Inhaltliche Fragen

2. Innovationen im Unternehmen

Gegeben der identifizierten Innovationen:

Fallbeispiel 1: Acquapura Spa, Alpe Adria Kulinarik, Welcome Home Prozess, Premium Living

Fallbeispiel 2: Dienstleistungsqualität/Qualitätsoffensive, Frühstücks- und Loungekonzept,

- Welche dieser Innovationen haben Sie umgesetzt? Bitte beschreiben Sie die genannte Innovation?
- Gibt es weitere auf Hotelbetriebsebene generierte und umgesetzte Innovationen (unabhängig von der Unternehmenszentrale)?

3. Ablauf und Gestaltung des Innovationsprozesses

- Beschreiben Sie bitte anhand einer genannten Beispielinnovation den typischen Verlauf und Ablauf des Innovationsprozesses? Nach welchen Schritten wird vorgegangen? Gegebenenfalls folgende Nachfragen des Interviewers:
 - Wie kam es zu der Idee und wer war involviert?
 - Was passiert in der Konzeptentwicklung?
 - Wie wurde die Entscheidung zur Umsetzung getroffen und wer trifft diese?
 - Gibt es eine Testphase?
 - Wie wird die Innovation an Sie kommuniziert?
 - Wie erfolgt die Umsetzung bzw. Markteinführung?
 - Wie wird die Umsetzung kontrolliert (Erfolg gemessen)?
- Welche Ressourcen und Kompetenzen kommen wann (in welcher Phase) zur Anwendung?
- Was ist die wichtigste Voraussetzung für einen erfolgreichen Prozess?

4. Organisation des Innovationsprozesses

- Wie wird der Prozess gesteuert und durch welche Maßnahmen wird er unterstützt? Gegebenenfalls folgende Nachfragen des Interviewers:
 - Wer steuert wann?
 - Dominieren Freiheiten/Entscheidungsspielräume oder klare, strikte Vorgaben?
 - Welche Verantwortlichkeiten werden delegiert?
- In welcher Phase und bei welchen Aufgabenfeldern sehen sie die zentrale Rolle der Unternehmenszentrale und wo sehen Sie Ihre zentrale Rolle als Hotelbetrieb?
- Welche Personen (Unternehmensleitung, Front-Stage-Mitarbeiter, Back-Stage-Mitarbeiter) sind wann (in welcher Phase) am Prozess beteiligt?
- Welche Rolle spielt der Gast im Innovationprozess?
- Was sind Probleme und Herausforderungen im Zusammenhang mit der Entwicklung von Innovationen?

III Block – Schlussfragen

5. Lernen im Unternehmen

- Wie werden die Mitarbeiter des Hotelbetriebes auf die Innovation vorbereitet?
- Welche Rolle spielt das Lernen vom Markt bzw. von Wettbewerbern, Kunden und anderen Branchen?
- Wie werden im Unternehmen Lernprozesse initiiert und wie wird mit Veränderungen umgegangen?
- Wie wird mit Konflikten und Fehlern umgegangen?
- Was ist das größte Hindernis für die Umsetzung neuer Ideen?

6. Stärken und Kernkompetenzen des Unternehmens

- Was sind besondere Stärken/Kernkompetenzen des Unternehmens?
- Was bei den genannten Innovationen ist das klare Differenzierungsmerkmal zum Wettbewerber?
- Was unterscheidet Sie von anderen Hotelbetrieben des Unternehmens?

Empfehlung einer/eines nächsten Interviewpartnerin/Interviewpartners

Ende des Interviews
Besten Dank für Ihre Zeit!

D. Kategoriensystem aus der QDA-Software MAXQDA

Kategoriensystem		
Kategorien	Subkategorien	Definitionen/Kodierregeln
Unternehmensbeschreibung		Alle Aussagen und Informationen, die sich auf die Organisationsstruktur des Unternehmens beziehen und die Wertschöpfungsstruktur beschreiben. Dazu gehören auch historische Entwicklungsprozesse.
Unternehmenswerte und -philosophie		Diese Kategorie beschreibt die Werte und Philosophie des Unternehmens, aber auch deren Weiterentwicklung und Probleme in der Umsetzung.
Kernkompetenzen - Stärken		Mit den Kernkompetenzen sind hier alle Stärken, Differenzierungspotentiale vom Wettbewerber und Kompetenzen, die für das Unternehmen Wert und für den Kunden Nutzen generieren, gemeint.
Innovationen		Verständnis des Begriffs Innovation
	Marketing- und Vertriebsinnovation	Innovationen, die sich auf neue Marketing- und Vertriebswege oder Marketingkooperationen beziehen.
	Managementinnovation/Organisationale Innovation	Innovationen, die Veränderungen in der Organisation des Unternehmens, wie z.B. im Human Resource Bereich, beschreiben.
	Dienstleistungsinnovation	Innovationen, die die Dienstleistung bzw. die Dienstleistungserbringung am Kunden betreffen. Dienstleistungsinnovationen sind meist von Produktinnovationen begleitet, die die Neuerung visualisieren.
	Produktinnovation	Innovationen, die sich auf Neuerungen oder Veränderungen in der Hotelinfrastruktur oder auf im Hotel verwendete Produkte

		beziehen. Treten häufig in Kombination mit Dienstleistungsinnovationen auf.
Ressourcen	<p>Tangible Ressourcen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Finanzielle Ressourcen - Physische Ressourcen <ul style="list-style-type: none"> • Natürliche Ressourcen • Infrastruktur • Standort 	Sie geben die Rahmenbedingungen für Innovationen vor und wirken sowohl innovationsinitiiierend als auch innovationslimitierend. Ohne Anwendung von Kompetenzen sind sie nicht touristisch in Wert gesetzt, Sie erfüllen eine Visualisierungsfunktion der immateriellen Dienstleistungsinnovation und haben dadurch direkten Einfluss auf die Attraktivität der Leistung.
	<p>Intangible Ressourcen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Humanressourcen - Organisationale Ressourcen - Technologische Ressourcen - Intangible Vermögenswerte 	Sie geben die Rahmenbedingungen für Innovationen vor und wirken sowohl innovationsinitiiierend als auch innovationslimitierend. Für sich alleine gestellt generieren sie keinen Wert. Dies vollzieht sich erst im organisationalen Umfeld und unternehmerischen Kontext.
Kompetenzen – Basiskompetenzen	<p>Steuerungsprozesse - Kompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> - im Management der Hotels - in der Mitarbeiterführung - in der Mitarbeiterbindung - in der Rekrutierung - im Qualitätsmanagement - in der Steuerung des IP - im Produktmanagement + Planung - im Umgang mit Fehlern - Entscheidungskompetenz - konzeptionelle Entwicklungscompetenz 	Diese Prozesse betreffen Steuerungs- und Managementkompetenzen und spielen sich hauptsächlich auf der Ebene der Unternehmenszentrale ab.
	<p>Operative Prozesse – Kompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> - in der Standortintegration - konzeptionelle Umsetzungskompetenz - in der Bedienung einer Zielgruppe 	Diese Kompetenzen dienen der Ausübung und Durchführung der Kernfunktionen, leisten einen wesentlichen Beitrag zur Wertschöpfung und spielen sich hauptsächlich auf Hotelbetriebs-

	<ul style="list-style-type: none"> - im Aufbau einer Gästebeziehung - in Marketing & Vertrieb 	ebene ab.
	<ul style="list-style-type: none"> Unterstützende Prozesse – Kompetenz - in der Vernetzung der Hotelbetriebe - in Einkauf & Logistik - in Bezug auf die Infrastruktur - im Kostenmanagement 	Diese Kompetenzen ermöglichen und sichern die Durchführung der Kernfunktionen, indem sie Ressourcen und Fähigkeiten bereitstellen. Sie spielen sich primär auf Ebene der Unternehmenszentrale ab.
Kompetenzen – Metakompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> Wandlungsprozesse – Kompetenz - in der Erkennung von Trends - in der Anpassung der Unternehmensstrukturen/-prozesse 	Wandlungskompetenzen umfassen Veränderungen von Produkten und Dienstleistungen, aber auch der Unternehmensstrategie, -struktur und -kultur, wenn dies erforderlich ist.
	<ul style="list-style-type: none"> Kontinuierliche Verbesserungsprozesse Kompetenz - in Bezug auf Lernprozesse im UN - im Lernen vom Markt 	Verbesserungskompetenzen betreffen die Verbesserung bestehender Abläufe und Routinen zur Umsetzung von Innovationen.
	<ul style="list-style-type: none"> Geplante Evolution – Kompetenz - in der Weiterentwicklung der Humanressourcen - in der Weiterentwicklung bestehender Produkte und Konzepte - zur Expansion 	Die Weiterentwicklungskompetenz bezieht sich auf geplante und gesteuerte Entwicklung des gesamten Unternehmens.
Phasen des Innovationsprozesses	Ideenphase	Die Kategorie beschreibt die erste Phase des Prozesses und bezieht sich auf die Herkunft, die Quelle und die Entstehung der Idee.
	Konzeptentwicklungsphase	Die Phase der Konzeptentwicklung beschreibt den Ablauf der Ausarbeitung und Konkretisierung der Idee für die anschließende Implementierung.
	Testphase	Diese Kategorie beschreibt das erstmalige Ausprobieren/Testen der Innovation.
	Markteinführungsphase	Die Markteinführungsphase beschreibt die definitive Erstellung der Dienstleistung und deren Übertragung bzw. Erbringung

		am Gast. Die Prozess- und Ergebnisebene der Dienstleistung fallen zusammen.
	Kontrollphase	Die Kontrollphase bezieht sich auf die Kontrolle der Umsetzung der Innovation. Im Rahmen der Nachjustierung kann eine Verbesserung oder Weiterentwicklung der Innovation in dieser Phase ausgelöst werden.
Organisation des Innovationsprozesses		Die Kategorie beschreibt organisatorische Aspekte des Innovationsprozesses und umfasst die Verbreitung der Innovation im Unternehmen sowie Maßnahmen, die die Prozesssteuerung betreffen.
Probleme und Herausforderungen		Die Kategorie umfasst Probleme und Herausforderungen, mit welchen sich die Unternehmenszentrale und die Hotelbetriebe konfrontiert sehen.
Wichtigste Voraussetzung für erfolgreichen Prozess		Als wichtigste Voraussetzung in der Entwicklung und Umsetzung von Innovationen können sowohl Ressourcen als auch Kompetenzen gelten.