

Literatur

- Aguiló, E.; Alegre, J.; Sard, M. (2005): "The persistence of the sun and sand tourism model", in: *Tourism Management*, Vol. 26, No. 2, S. 219-231
- Ahmed, Z.U. (1991): "The influence of the components of a state's tourist image on product positioning strategy", in: *Tourism Management*, Vol. 12, No. 4, S. 331-340
- Alford, P. (2005): "Destination Marketing", in: *Travel & Tourism Analyst*, No. 5, London, S. 1-54
- Althof, W. (2001): *Incoming-Tourismus*, München/Wien
- Amit, R.; Zott, C. (2001): „Value creation in E-business“, in: *Strategic Management Journal*, Vol. 22, No. 6/7, S. 493-520
- Ansoff, H.I. (1981): "Die Bewältigung von Überraschungen und Diskontinuitäten durch die Unternehmensführung – strategische Reaktionen auf schwache Signale", in: *Steinmann, H.* (Hrsg.): *Planung und Kontrolle*, München, S. 233-264
- Anthony, R.N. (1965): *Planning and Control System*, Boston
- Armitage, H.; Atkinson, A.A. (1990): "The choice of productivity measures in organizations", in: *Harvard Business School Press*, S. 91-126
- ATC (2004): "Corporate Plan: 2004-2009", Australian Tourist Commission: http://www.atc.net.au/cms/pdf/atc_corporateplan_0409.pdf, abgerufen am 20. März 2004
- Attelander, P. (1995): *Methoden der empirischen Sozialforschung*, 8. bearb. Aufl., Berlin
- Baddeley, A. (1994): "The magical number seven: still magic after all those years?", in: *Psychological Review*, Vol. 101, No. 2, S. 353-356
- Baker, G.; Gibbons, R.; Murphy, K.J. (1994): "Subjective performance measures in optimal incentive contracts", in: *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 109, No. 4, S. 1125-1156
- Baloglu, S.; McCleary, K.W. (1999): "A model of destination image formation", in: *Annals of Tourism Research*, Vol. 26, No. 4, S. 868-897
- Banker R.D.; Potter, G.; Srinivasan, D. (2000): „An empirical investigation of an incentive plan that includes nonfinancial performance measures“, in: *The Accounting Review*, Vol. 75, No. 1, S. 65-92
- Baum, H.G.; Coenberg, A.G.; Günther, T. (1999): *Strategisches Controlling*, Stuttgart
- Baumgartner, B. (1980): *Die Controller-Konzeption. Theoretische Darstellung, praktische Anwendung*, Bern
- Beamon, B.M. (1999): „Measuring supply chain performance“, in: *International Journal of Operations and Production Management*, Vol. 19, No. 3, S. 275-292
- Beer, St. (1979): *The heart of enterprise*, Chichester

- Beirman, D. (2000): "Destination marketing: The marketing in of Israel in Australia and the south-west Pacific", in: *Journal of Vacation Marketing*, Vol. 6, No. 3, S. 145-153
- Bellenger, D. N.; Bernhardt, K. L.; Goldstucker, J. L. (1976): *Qualitative Research in Marketing*, Chicago
- Bengtsson, M.; Kock, S. (2000): " "Coopetition" in business networks – to cooperate and compete simultaneously", in: *Industrial Marketing Management*, Vol. 29, No. 5, S. 411-426
- Berekhoven, L.; Eckert, W.; Ellenrieder, P. (2004): *Marktforschung*, Wiesbaden
- Berens, W.; Karlowitsch, M.; Mertes, M. (2000): „Die Balanced Scorecard als Controllinginstrument von Non-Profit-Organisationen“, in: *Controlling*, Vol. 12, No. 1, S. 23-28
- Beritelli, P.; Bieger, T.; Boksberger, P.E. (2004): „Destinations-Auditing – Ein integrativer Ansatz zur Evaluation der Effektivität und Effizienz im Destinationsmanagement“, in: *Tourismus Journal*, Vol. 8, No. 1, S. 51-63
- Bieger, T. (2002): *Management von Destinationen*, München/Wien
- Bieger, T. (2001): „Perspektiven der Tourismuspolitik in traditionellen alpinen Tourismusländern – Welche Aufgaben hat der Staat noch?“, in: *Kreilkamp, E.; Pechlaner, H.; Steinecke, A.* (Hrsg.): *Gemachter oder gelebter Tourismus?*, Wien, S. 11-40
- Bieger, T. (2000): „Destinationsmanagement“, in: *Gewald, S.* (Hrsg.): *Handbuch des Touristik- und Hotelmanagement*, München/Wien, S. 56-59
- Bieger, T. (1998): „Reengineering destination marketing organisations – the case of Switzerland“, in: *Revue de Tourisme*, Vol. 53, No. 3, S. 4-17
- Bieger, T. (1997): *Management von Destinationen und Tourismusorganisationen*, München/Wien
- Bieger, T.; Ludwig, E. (2000): „Markenmanagement im alpinen Tourismus – Notwendigkeit der Regionalisierung von Destinationen?“ in: *Tourismus Journal*, Vol. 4, No. 3, S. 337-342
- Bieger, T.; Weibel, C. (1998): „Möglichkeiten und Grenzen des kooperativen Tourismusmarketing – Schaffung von Tourismussystemen als Strategien gegen destinationsähnliche Konkurrenzprodukte“, in: *Keller, P.* (Hrsg.), *Destinationsmarketing – Möglichkeiten und Grenzen*, St. Gallen, Aiest, S. 167-200
- Bittner, M.J.; Booms, B.M., Tetreault, M.S. (1990): „The Service Encounter: Diagnosing Favorable and Unfavorable Incidents“, in: *Journal of Marketing*, Vol. 54, No. 1, S. 71-84
- Blumberg, K. (2005): „Tourism Destination Marketing – A tool for Destination Management? A case study from Nelson/Tasman Region, New Zealand“, in: *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, Vol. 10, No. 1, S. 45-57
- Bock, M. (1992): "Das halbstrukturierte leitfadenorientierte Tiefeninterview. Theorie und Praxis der Methode am Beispiel von Paarinterviews“, in: *Hoffmeyer-Zlotnik, J.H.P.* (Hrsg.): *Analyse verbaler Daten: Über den Umgang mit qualitativ verbalen Daten*, Opladen, S. 90-107

- Böhler, H. (2004): *Marktforschung*, Stuttgart
- Böhler, H. (1993): „Früherkennungssysteme“, in: *Wittmann, W.* (Hrsg.): *Handwörterbuch der Betriebswirtschaftslehre*, Stuttgart, S. 1256-1270
- Böhler, H.; Scigliano, D. (2005): *Marketing-Management*, Stuttgart
- Bornheim, M.; Stüllenber, F. (2002): „Effizienz- und Effektivitätssteuerung von Kooperationen mit Hilfe der Balanced Scorecard“, in: *Controlling*, Vol. 14, No. 4/5, S. 283-289
- Bramwell, B.; Sharman, A. (1999): „Collaboration in local tourism policymaking“, in: *Annals of Tourism Research*, Vol. 26, No. 2, S. 392-415
- Brancato, C.K. (1995): „New performance measures – A research report“, Report Number 1118-95-RR, New York, NY: Conference Board
- Brandenburger, B.J.; Nalebuff, A.M. (1996): *Coopetition – Kooperativ konkurrieren*, Frankfurt am Main
- Bratl, H.; Schmidt, F., Trippel, M. (2002): „DestinationsManagement Monitor Austria zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit von touristischen Verbundökonomien“, in: *Pechlaner, H.; Weiermair, K., Laesser, C.* (Hrsg.): *Tourismuspolitik und Destinationsmanagement*, Bern/Stuttgart/Wien, S. 123-144
- Briggs, C. L. (1986): *Learning how to ask. A sociolinguistic appraisal of the role of the interview in social science research*, Cambridge.
- Bronder, C. (1992): *Unternehmensdynamisierung durch Strategische Allianzen*, Diss. Nr. 1362, St. Gallen
- Brown, D.M.; Laverick, S. (1994): „Measuring corporate performance“, in: *Long Range Planning*, Vol. 27, No. 4, S. 89-98
- Brüsemeister, T. (2000): *Qualitative Forschung. Ein Überblick*, Wiesbaden
- Bruns, W. (1998): „Profit as a performance measure: powerful concept, insufficient measure“, in: *Performance Measurement – Theory and practice: The First International Conference on Performance Measurement*, Cambridge
- Buhalis, D. (2000): „Marketing the competitive destination of the future“, in: *Tourism Management*, Vol. 21, No. 1, S. 97-116
- Buhalis, D. (1999): „Limits of tourism development in peripheral destinations: problems and challenges“, in: *Tourism Management*, Vol. 20, No. 2, S. 183-185
- Buhalis, D.; Cooper, C. (1998): „Competition or co-operation: Small and medium sized tourism enterprises at the destination“, in: *Laws, B.; Faulkner, G.* (Hrsg.): *Embracing and managing change in Tourism*, Routledge, London, S. 324-346
- Bungay, S.; Goold, M. (1991): „Creating a strategic control system“, in: *Long Range Planning*, Vol. 24, No. 3, S. 32-39
- Butler, R. (1980): „The concept of a tourism area cycle of evolution: implications for resources“, in: *Canadian Geographer*, Vol. 24, No. 1, S. 5-12
- Byrne, J.A.; Brandt, R.; Port, O. (1993): „The virtual corporation“, in: *Business Week*, Vol. 3, No. 26, S. 36-40

- Caduff, T. (1981): Zielerreichungsorientierte Kennzahlenetze industrieller Unternehmungen, Bedingungsmerkmale – Bildung – Einsatzmöglichkeiten, Dissertation, Frankfurt am Main
- Carnap, R. (1973): Einführung in die symbolische Logik mit besonderer Berücksichtigung ihrer Anwendungen, Wien [u.a.]
- Carson, D.; Beattie, S.; Gove, B. (2003): "Tourism management capacity of local government – An analysis of Victorian local government", in: *Braithwaite, R.W.; Braithwaite, R.L.* (Hrsg.): Riding the wave of tourism and hospitality research – Proceedings of the Council of Australian University Tourism and Hospitality Education Conference, Coffs Harbour: Southern Cross University, Lismore. CD-Rom
- Centre for Business Performance, Cranfield School of Management: "Literature Review on Performance Measurement and Management" (ohne Datum), <http://www.idea-knowledge.gov.uk/idk/aio/306299>, abgerufen am 1. März 2006
- Chen, P.; Kerstetter, D. (1999): "International students' image of rural Pennsylvania as a travel destination", in: *Journal of Travel Research*, Vol. 37, No. 3, S. 256-266
- Chisnall, P. (1986): *Marketing Research*, London: McGraw-Hill
- Chon, K.S. (1992): "The role of destination image in tourism: an extension"; in: *The Tourist Review*, Vol. 2, S. 2-7
- Coenenberg, A. (2003): *Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse*, Stuttgart
- Collier, A. (1999): *Principles in tourism. A New Zealand perspective*, Addison Wesley Longman, Essex
- Cook, S. (1995): *Practical Benchmarking*, Kogan Page, London
- Cooper, C.; Fletcher, J.; Gilbert, D.; Wanhill, S. (1998): *Tourism. Principles and practice*, Longman
- Corsten, H. (1990): *Betriebswirtschaftslehre für Dienstleistungsunternehmen*, München/Wien
- Crompton, J.L.; Fakeye, P.C.; Lue, C.-C. (1992): "Positioning: The example of the lower Rio Grande valley in the winter long stay destination market", in: *Journal of Travel Research*, Vol. 31, No. 2, S. 20-26
- Crouch, G.I.; Ritchie, J.R.B. (1999): „Tourism, competitiveness, and societal prosperity“, in: *Journal of Business Research*, Vol. 44, S. 137-152
- Cullingsworth, B. (1997): *Planning in the USA. Policies, issues and processes*, London/New York, Routledge
- Currle, M. (2001): „Performance Management Konzept für IT-Services-Unternehmen“, *Controlling-Forschungsbericht*, Nr. 65, Betriebswirtschaftliches Institut der Universität Stuttgart, Lehrstuhl Controlling
- Curtis, K. (1994): *From management goal setting to organizational results: Transforming strategies into action*, Quorum Books, Westport, CT
- Deutsche Gesellschaft für Qualität (1992): "Qualitätsmanagement und Elemente eines Qualitätssicherungssystems", Berlin

- de Oliveira, J.A.P. (2003): "Governmental responses to tourism development: three Brazilian case studies", in: *Tourism Management*, Vol. 24, No. 1, S. 97-110
- Dhavale, D.G. (1996): „Problems with existing manufacturing performance measures“, in: *Journal of Cost Management*, Vol. 9, No. 4, S. 50-55
- Diekmann, A. (2004): *Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen*, Reinbek bei Hamburg
- DMAI - Destination Marketing Association International (2005): *Standard CVB performance reporting – A handbook for CVBs*, Washington D.C.
- Dore, L.; Crouch, G.I. (2003): „Promoting destinations: A explanatory study of publicity programmes used by national tourism organisations“, in: *Journal of Vacation Marketing*, Vol. 9, No. 2, S. 137-151
- d’Hauteserre, A.-M. (2000): "Lessons in managed destination competitiveness: The case of Foxwoods Casino Resort", in: *Tourism Management*, Vol. 21, No. 1, S. 23-32
- Eccles, R.G. (1991): *The Performance Measurement Manifesto*", in: *Harvard Business Review*, Vol. 69, No. 1, S. 131-137
- Echtner, C.M.; Ritchie, J.R.B. (1991): "The meaning and measurement of destination image", in: *The Journal of Tourism Studies*, Vol. 2, No. 2, S. 2-12
- Edgell, Sr.; David, L.; Haenisch, R.T. (1995): *Coopetition: Global tourism beyond the millennium*, International Policy Publishing, Kansas City
- Elberenz, R. (2000): „Meinungsspiegel zum Thema Balanced Scorecard“, in: *Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis*, Vol. 52, No. 1, S. 72-83
- Engelhardt, W.H.; Kleinaltenkamp, M.; Reckenfelderbäumer, M. (1993): „Leistungs-bündel als Absatzobjekte“, in: *ZfbF*, Vol. 45, No. 5, S. 395-426
- Enright, M.J.; Newton, J. (2004): "Tourism destination competitiveness: a quantitative approach", in: *Tourism Management*, Vol. 25, S. 777-788
- Eschenbach, R.; Niedermayr, R. (1996a): „Controlling in der Literatur“, in: *Eschenbach, R. (Hrsg.): Controlling*, Stuttgart, S. 49-52
- Eschenbach, R.; Niedermayr, R. (1996b): "Die Konzeption des Controllings", in: *Eschenbach, R. (Hrsg.): Controlling*, Stuttgart, S. 65-93
- Ewert, R. (1992): *Controlling, Interessenkonflikte und asymmetrische Information*; in: *Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis* 4/92, S. 277-303
- Ewert, R.; Wagenhofer, A. (2005): *Interne Unternehmensrechnung*, Berlin [u.a.]
- Fakeye, P.C.; Crompton, J.L. (1991): "Image differences between prospective, first-time, and repeat visitors to the Lower Rio Grande Valley", in: *Journal of Travel Research*, Vol. 30, No. 2, S. 10-19
- Fantapié Altobelli, C.; Bouncken, R.B. (1998): *Wertkettenanalyse von Dienstleistungsanbietern*“, in: *Meyer, A. (Hrsg.): Handbuch Dienstleistungs-Marketing*, Stuttgart, S. 283-296
- Faulkner, B. (1997): "A model for evaluation of national tourism destination marketing programs", in: *Journal of Travel Research*, Vol. 34, No. 3, S. 23-32

- Fayos-Solá, E. (1996): "Tourism policy: a midsummer night's dream?", in: *Tourism Management*, Vol. 17, No. 6, S. 405-412
- Fechtel, A.; Stelter, D. (1997): "Umsetzung wertorientierten Managements", in: *Technologie & Management*, Vol. 46, No. 2; S. 30-33
- Feige, M. (2003): „Touristische Raumanalyse und Raumbewertung durch Monitoring“, in: *Becker, C.; Hopfinger, H. Steinecke, A.* (Hrsg.): *Geographie der Freizeit und des Tourismus*, München/Wien, S. 486-501
- Fesenmaier, D., Pena, C.; O'Leary, J.T. (1992): "Assessing information needs of visitor bureaus", in: *Annals of Tourism Research*, Vol. 19, No. 3, S. 571-574
- Fickert, R.; Schedler, B. (1995): "Trends im Management – Accounting für Service-Unternehmen", in: *Fickert, R.; Meyer, C.* (Hrsg.): *Managementaccounting im Dienstleistungsbereich*, Bern [u.a.], S. 383-415
- Fiedler, R. (1998): *Einführung in das Controlling*, München [u.a.]
- Fink, C.A.; Grundler, C. (1998): „Strategieimplementierung im turbulenten Umfeld – Steuerung der Firma fischerwerke mit der Balanced Scorecard“, in: *Controlling*, Vol. 10, No. 4, S. 226-235
- Fitzgerald, L.; Johnson, R.; Brignall, S.; Silvestro, R., Voss, Chr. (1991): *Performance Measurement in Service Businesses*, Cambridge
- Fitzgerald, L.; Moon, P. (1996): *Performance Measurement in Service Industries: Making it work*, London
- Fjeldstad, Ø. D.; Haanæs, K. (2001): „Strategy tradeoffs in the knowledge and network economy“, in: *Business Strategy Review*, Vol. 12, No. 1, S. 1-10
- Flagestad, A.; Hope, C.A. (2001): „Strategic success in winter sports destinations: a sustainable value creation perspective“, in: *Tourism Management*, Vol. 22, No. 5, S. 445-461
- Flamholtz, E.G. (1996): "Effective Organizational Control: A Framework, Applications and Implications", in: *European Management Journal*, Vol. 14, Nr. 6, S. 596-611
- Flick, U. (1998): *Qualitative Forschung. Theorie, Methoden, Anwendung in Psychologie und Sozialwissenschaften*, Reinbek bei Hamburg
- Fließ, S.; Lashof, B.; Matznick, T. (2006): „Balanced Scorecard für Dienstleister. Das Beispiel der Flughafen Stuttgart GmbH“ in: *Controlling*, Vol. 18, No. 2, S. 99-106
- Fontanari, M.L. (2000): „Trends und Perspektiven für das Destinationsmanagement erste empirische Erkenntnisse“, in: *Fontanari, M.L.; Scherhag, K.* (Hrsg.): *Wettbewerb der Destinationen*, Wiesbaden, S. 73-93
- Formica, S.; Littlefield, J. (2000): "National tourism organizations: A promotional plans framework", in: *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, Vol. 7, No. 1, S. 103-119
- Freyer, W. (2001a): *Tourismus*, München/Wien
- Freyer, W. (2001b): *Tourismus-Marketing*, München/Wien

- Freyer, W. (1993): *Tourismus-Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie*, München/Wien
- Fridgen, J. (1986): „Recreation and Tourism: Creative Interrelationships“, in: *Proceedings of Symposium on Leisure Research*, S. 74-76, Alexandria, Va.: National Recreation and Parks Association
- Friedl, B. (2003): *Controlling*; Stuttgart
- Friedrichs, J. (1973): *Methoden empirischer Sozialforschung*, Reinbeck
- Frisby, E. (2002): „Communicating in a crisis: The British Tourist Authority’s responses to the foot-and-mouth outbreak and 11th September 2001“, in: *Journal of Vacation Marketing*, Vol. 9, No. 1, S. 89-100
- Früh, W. (2001): *Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis*, Konstanz
- Früh, W. (1992): „Analyse sprachlicher Daten. Zur konvergenten Entwicklung „quantitativer“ und „qualitativer“ Methoden“, in: *Hoffmeyer-Zlotnik, J.H.P.* (Hrsg.): *Analyse verbaler Daten: Über den Umgang mit qualitativ verbalen Daten*, Opladen, S. 59-89
- Fuchs, M. (2002): “Destination Benchmarking”, in: *Tourismus Journal*, Vol. 6, No. 3, S. 291-320
- Galbraith, J.R.; Lawler, E.E. (1993): *Organizing for the future*. San Francisco, Jossey-Bass
- Gartrell, S. (1994): *Destination Marketing for Convention and Visitor Bureaus*, Kendal/Hunt, Dubuque
- Gartrell, R.B. (1988): *Destination Marketing for Convention and Visitors Bureaus*, Dubuque, Iowa; Kendall/Hunt
- Geiß, W. (1986): *Betriebswirtschaftliche Kennzahlen – Theoretische Grundlagen einer problemorientierten Kennzahlenanwendung*, Frankfurt [u.a.]
- Getz, D. (2005): *Event management and event tourism*, New York [u.a.]
- Getz, D.; Anderson, D.; Sheehan, L. (1998): “Roles, issues, and strategies for convention and visitors’ bureaus in destination planning and product development: a survey of Canadian bureaus”, in: *Tourism Management*, Vol. 19, No. 4, S. 331-340
- Gilbert, D. (1990): “Strategic planning for national tourism”, in: *The Tourist Review*, Vol. 1, S. 18-27
- Gleich, R. (2002): „Performance Measurement im Controlling“, in: *Gleich, R.; Möller, K.; Seidenschwarz, W.; Stoi, R.* (Hrsg.): *Controllingfortschritte*, München, S. 345-365
- Gleich, R. (2001): *Das System des Performance Measurement*, München, 2001
- Gleich, R. (1997a): „Performance Measurement im Controlling“, in: *Gleich, R. und Seidenschwarz, W.* (Hrsg.): *Die Kunst des Controlling*, München, S. 343-365
- Gleich, R. (1997b): „Fachbuch Test Performance Measurement“, in: *Controlling*, Vol. 9, No. 5, S. 364-367
- Gleich, R. (1997c): “Balanced Scorecard“, in: *Die Betriebswirtschaft*, 57 (1997) 3, S. 432-435

- Gleich, R.; Möller, K.; Seidenschwarz, W.; Stoi, R. (2002): Controllingfortschritte, München
- Go, F.M.; Govers, R. (2000): "Integrated quality management for tourist destinations: a European perspective on achieving competitiveness", in: *Tourism Management*, Vol. 21, S. 79-88
- Gomez, L (1993). Wertmanagement. Vernetzte Strategie für Unternehmen im Wandel, Düsseldorf [u.a.]
- Goode, W. J.; Hatt, P. K. (1976): Beispiel für den Aufbau eines Fragebogens, in: *König, R.* (Hrsg.): *Das Interview. Formen Technik Auswertung*, S. 115-124
- Gremler, D. D. (2004): "The critical incident technique in service research", in: *Journal of Service Research*, Volume 7, No.1, S. 65-89
- Guatri, L. (1994): Theorie der Unternehmenswertsteigerung – ein europäischer Ansatz, Wiesbaden
- Guthrie, J., Gale, P. (1991): "Positioning ski areas", in: *New Horizons Conference Proceedings*, Calgary, S. 551-569
- Hachmeister, D. (1997): „Shareholder Value“, in: *Die Betriebswirtschaft*, Vol. 57, No. 6, S. 823-839
- Haedrich, G.; Tomczak T. (1990): Strategische Markenführung, Bern [u.a.]
- Hakansson, H.; Sharma, D.D. (1996): "Strategic alliances in a network perspective", in: *Iacobucci, D.* (Hrsg.): *Networks in Marketing*, London: Sage, S. 108-124
- Hall, C.M. (2004): *Tourism planning. Policies, processes and relationships*, Harlow [u.a.], Prentice Hall
- Hauser, J.R.; Simester, D.I.; Wernerfelt, B. (1994): „Customer satisfaction incentives“, in: *Marketing Science*, Vol. 13, No. 4, S. 327-350
- Hawes, D.K., Taylor, D.T., Hampe, G.D. (1991): „Destination marketing by states“, in: *Journal of Travel Research*, Vol. 30, No. 1, S. 11-17
- Hayes, R.H.; Abernathy, W.J. (1980): „Managing our way to economic decline“, in: *Harvard Business Review*, July-August, S. 67-77
- Heath, E.; Wall, G. (1992): *Marketing Tourism Destinations*, New York [u. a.]
- Heinen, E. (1969): "Betriebliche Kennzahlen. Eine organisationstheoretische und kybernetische Analyse", in: *Linhardt, H.* (Hrsg.): *Dienstleistungen in Theorie- und Praxis*, Stuttgart
- Hemmer, T. (1996): „On the design and choice of „modern“ management accounting measures“, in: *Journal of Managerial Accounting Research*, S. 87-116
- Heskett, J.L.; Jones, T.O.; Loveman, G.W.; Sasser, W.E.jr.; Schlesinger, L.A. (1994): "Putting the Service-profit Chain to work", in: *Harvard Business Review*, Vol. 72, No. 2, S. 164-174
- Hinterhuber, H.H.; Levin, B.M. (1994): "Strategic networks – The organization of the future", in: *Long Range Planning*, Vol. 27, No. 3, S. 43-53
- Hiromoto, T. (1988): „Another hidden edge: Japanese management accounting“, in: *Harvard Business Review*, Vol. 66, No. 7/8, S. 22-31

- Ho, S.K.; McKay, R.B. (2003): "Balanced Scorecard: two perspectives", in: *The CPA Journal*, Vol. 72, No. 3, S. 20-25
- Hoffmeyer-Zlotnik, J. H. P. (1992): *Analyse verbaler Daten: über den Umgang mit qualitativ verbalen Daten*, Opladen
- Holstein, J. A.; Gubrium, J. F. (1995): *The active Interview*, Thousand Oaks
- Holsti, O.R. (1968): „Content Analysis“, in: *Lindzey, G.; Aronson, E.* (Hrsg.): *Handbook of Social Psychology*, Vol. 2, Reading
- Hopf, C. (1978): „Die Pseudo-Exploration. Überlegungen zur Technik qualitativer Interviews in der Sozialforschung“, in: *Zeitschrift für Sozioaologie*, Nr. 2, S. 97-115
- Horváth, P. (2003): *Controlling*, München
- Horváth, P. (1998): *Controlling*, München
- Horváth, P.; Gaiser, B. (2000): "Implementierungserfahrungen mit der Balanced Scorecard im deutschsprachigen Raum – Anstöße zur konzeptionellen Weiterentwicklung“, *Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis*, Vol. 52, No. 1, S. 17-35
- Horváth, P.; Reichmann, T. (1993): *Vahlens großes Controllinglexikon*, München
- Howie, F. (2003): *Managing the tourist destination*, London: Continuum
- Hudson, S.; Ritche, J.R.B. (2006): "Promoting destination via film tourism: An empirical identification of supporting marketing initiatives", in: *Journal of Travel Research*, Vol. 44, No. 4, S. 387-396
- Hüttner, M.; Schwarting, U. (1999): *Grundzüge der Marktforschung*, 6. unwesentlich veränderte Aufl., München.
- Hunt, S.D. (1997): "Competing through relationships: grounding relationship marketing in resource-advantage theory", in: *Journal of Marketing Management*, Vol. 13, No. 5, S. 431-445
- Hunt, S.D. (1983): *Marketing Theory*, Homewood, Il.
- Ittner, C.D.; Larcker, D.F. (1998): „Innovations in performance measurement: trends and research applications“, in: *Journal of Management Accounting Research*, Vol. 10, S. 205-238
- Ittner, C.D.; Larcker, D.F.; Meyer, M.W. (2003): „Subjectivity and the weighting of performance measures: evidence form a balanced scorecard“, in: *Accounting Review*, Vol. 78, No. 3, S. 725-758
- Ittner, C.D.; Larcker, D.F.; Raja, M.V. (1997): „The Choice of Performance Measures in Annual Bonus Contracts“, in: *The Accounting Review*, Vol. 72, No. 2, S. 231-255
- Jacobi, F. (1996): *Ansatzpunkte zur Bewertung von Kooperationen im Tourismus am Beispiel ausgewählter Ferienorte des Alpenraums*, Bamberg
- Jamal, T.B.; Getz, D. (1995): "Collaboration theory and community tourism planning“, in: *Annals of Tourism Research*, Vol. 22, No. 1, S. 186-204
- Jandala, C. (1998): "Destination image development – tools and techniques“, in: *Keller, P.* (Hrsg.): *Destination Marketing*, St. Gallen, S. 341-346

- Johnson, H.T. (1983): „The search for gain in markets and firms: A review of the historical emergence of management accounting systems”, in: *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 8, No. 2/3, S. 139-146
- Johnson, H.T.; Kaplan, R.S. (1987): *Relevance lost – the rise and fall of management accounting*, Harvard Business School Press, Boston
- Joos-Sachse, T. (2002): *Controlling, Kostenrechnung und Kostenmanagement*, Wiesbaden, 2. Auflage
- Kamakura, W.A.; Mittal, V.; de Rosa, F.; Mazzon, J.A. (2002): „Assessing the Service Profit Chain“, in: *Marketing Science*, Vol. 21, No. 3, S. 294-317
- Kaplan, R.S. (1984): “The evolution of management accounting”, in: *The Accounting Review*, Vol. 59, No. 3, S. 390-418
- Kaplan, R. S.; Norton, D.P. (1999): *Balanced Scorecard – Strategien erfolgreich umsetzen*, Stuttgart
- Kaplan, R.S.; Norton, D.P. (1997): *Balanced Scorecard*, Stuttgart
- Kaplan, R.S.; Norton, D.P. (1996): “Linking the Balanced Scorecard to strategy”, *California Management Review*, Vol. 39, No. 1, S. 53
- Kaplan, R.S.; Norton, D.P. (1992): „The balanced scorecard – measures that drive performance“, in: *Harvard Business Review*, Vol. 70, No. 1, S. 71-79
- Kaspar, C. (1996): *Tourismuslehre im Grundriss*, Bern/Stuttgart
- Kaspar, C. (1995): *Management im Tourismus*, Bern/Stuttgart/Wien
- Kassarjian, H.H. (1977): “Content Analysis in Consumer Research”, in: *Journal of Consumer Research*, Vol. 4, No. 4, S. 8-18
- Katz, M.; Shapiro, C. (1985): “Network externalities, competition and compatibility”, in: *American Economic Review*, Vol. 75, S. 424-440
- Kaufmann, J. C. (1999): *Das verstehende Interview*, Paris
- Keaveney, S.M. (1995): „Customer Switching Behavior in Service Industries: An Exploratory Study“, in: *Journal of Marketing*, Vol. 59, No. 2, S. 71-82
- Kennerley, M.; Neely, A. (2002): “A framework of the factors affecting the evolution of performance measurement systems”, in: *International Journal of Operations and Production Management*, Vol. 22, No. 11, S. 1222-1245
- Keller, K.L. (2003): *Strategic brand management*, Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall
- Keller, P. (1999): „Zukunftsorientierte Tourismuspolitik – Synthese des 49. AIEST Kongresses“, in: *Revue de Tourisme*, Vol. 54, No. 3, S. 13-17
- Keller, P. (1998): „Destinationsmarketing: strategische Fragestellung“, in: *Keller, P.* (Hrsg.): *Destination Marketing*, St. Gallen, S. 40-51
- Kennerley, M.; Neely, A. (2002): “A framework of the factors affecting the evolution of performance measurement systems”, in: *International Journal of Operations & Production Management*, Vol. 22, No. 11, S. 1222-1245

- Kepper, G. (1994): *Qualitative Marktforschung. Methoden, Einsatzmöglichkeiten und Beurteilungskriterien*, Wiesbaden
- Kerlinger, F.M. (1975-1979): *Grundlagen der Sozialwissenschaften*, Weinheim
- Ketelsen-Sontag, H. (1988): *Empirische Sozialforschung im Marketing: Theorie und Praxis in der Marktforschung*, Hamburg
- Kim, H.; Richardson, S.L. (2003): „Motion picture impacts on destination images“, in: *Annals of Tourism Research*, Vol. 30, No. 1, S. 216-237
- Kim, H.B. (1998): „Perceived attractiveness of Korean destinations“, in: *Annals of Tourism Research*, Vol. 25, No. 2, S. 340-361
- Klingebiel, N. (2002): *Performance Measurement & Balanced Scorecard*, München
- Klingebiel, N. (2001): *Performance Measurement & Balanced Scorecard*, Vahlen, München
- Klingebiel, N. (1999): *Performance Measurement: Grundlagen - Ansätze – Fallstudien*; Gabler Verlag, Wiesbaden
- Kolbe, R.H.; Burnet, M.S. (1991): „Content-Analysis Research: An Examination of Applications with Directives for Improving Research Reliability and Objectivity“, in: *Journal of Consumer Research*, Vol. 18, No. 2; S. 243-250
- Kotler, P. (1984): *Marketing Management Analysis, Planning and Control*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ
- Kotler, P., Bowen, J., Makens, J. (1993): *Marketing for Hospitality and Tourism*, Upper Saddle River, Prentice Hall
- Kozak, M.; Rimmington, M. (1997): “Developing a benchmarking model for tourist destinations“, in: *Chon, K.S.; Mok, C.C.B.* (Hrsg.): *Advances in Hospitality and Tourism Research*, Vol. 111, Proceedings of the Third Annual Graduate Education and Graduate Students Research Conference in Hospitality and Tourism, University of Houston
- Kreilkamp, E. (1998): „Strategische Planung im Tourismus“, in: *Haedrich, G.; Kaspar, C.; Klemm, K.; Kreilkamp, E.* (Hrsg.): *Tourismus-Management*, Berlin/New York, S. 287-324
- Kromrey, H. (2002): *Empirische Sozialforschung. Modelle und Methoden der standardisierten Datenerhebung und Datenauswertung*, Opladen
- Krüger, W. (2004): „Von der Wertorientierung zur Wertschöpfungsorientierung der Unternehmensführung“, in: *Bühner, R.; Wildemann, H.* (Hrsg.): *Personal und Organisation*, München, S. 57-81
- Krystek, U.; Müller-Stewens, G. (1997): *Strategische Frühaufklärung als Element strategischer Führung*“, in: *Hahn, D.; Taylor, B.* (Hrsg.): *Strategische Unternehmensplanung, Strategische Unternehmensführung – Stand und Entwicklungstendenzen*, Heidelberg
- Küchler, M. (1983): „„Qualitative“ Sozialforschung – ein neuer Königsweg?“, in: *Garz, D.; Kraimer, L.* (Hrsg.): *Brauchen wir andere Forschungsmethoden? Beiträge zur Diskussion interpretativer Verfahren*, Frankfurt am Main, S. 9-30
- Kueng, P.; Krahn, A. (2000): „Performance Measurement-Systeme: State-of-practise und Weiterentwicklung“, Working paper Nr. 00-12, Universität Fribourg

- Küpper, H.U. (1987): „Konzeption des Controlling aus betriebswirtschaftlicher Sicht“, in: *Scheer, A.-W.* (Hrsg.): Rechnungswesen und EDV, Heidelberg, S. 82-116
- Küpper, H.U.; Weber, J.; Zünd, A. (1990): „Zum Verständnis des Controlling. Thesen zur Konsensbildung“, in: *Zeitschrift für Betriebswirtschaft*, Vol. 60, S. 281-293
- Kütting, K. (1983): „Grundsatzfragen von Kennzahlen als Instrumente der Unternehmensführung“, in: *WiSt – Wirtschaftswissenschaftliches Studium*, No. 5, S. 237-241
- Laatz, W. (1993): *Empirische Methoden. Ein Lehrbuch für Sozialwissenschaftler*, Thun/Frankfurt am Main
- Lachnit, L. (1979): *Systemorientierte Jahresabschlussanalyse – Weiterentwicklung der externen Jahresabschlussanalyse mit Kennzahlensystemen, EDV und mathematisch-statistischen Methoden*, Wiesbaden
- Lachnit, L. (1976): „Zur Weiterentwicklung betriebswirtschaftlicher Kennzahlensysteme“, in: *ZfbF*, Vol. 28
- Laesser, C. (2002): „Aufgaben des Destinationsmanagements und Herausforderungen für eine zukunftsorientierte Tourismuspolitik“, in: *Pechlaner, H.; Laesser, C.; Weiermair, K.* (Hrsg.): *Tourismuspolitik und Destinationsmanagement*, Bern/Stuttgart/Wien, S. 77-122
- Laesser, C.; Jäger, S. (2001): “Tourism in the new economy”, in: *Bieger, T.; Keller, P.* (Hrsg.): *Tourism Growth and global competition, Reports of the 51st Congress of the Aiest at Valetta (Malta)*, St. Gallen, S. 39-84
- Lakhal, S.; Martel, A.; Oral, M.; Montreuil, B. (1999): “Network companies and competitiveness: A framework for analysis”, in: *European Journal of Operational Research*, Vol. 118, No. 2, S. 278-294
- Lamnek, S. (2005): *Qualitative Sozialforschung*, Weinheim
- Lamnek, S. (1995): *Qualitative Sozialforschung. Methoden und Techniken*, Band 2, München
- Lamnek, S. (1989): *Qualitative Sozialforschung. Methodologie*, München
- Langley, A. (1995): “Between ‘paralysis by analysis’ and ‘extinction by instinct’”, in: *Sloan Management Review*, Vol. 36, No. 3, S. 63-76
- Larbig, Ch.; Kämpf, R.; Keller, F.; Kozak, A. (2004): „Graubündner Destinationsbenchmarking – Der Einsatz eines Geografischen Informations-systems (GIS) als Planungs- und Managementinstrument in touristischen Ziel-gebieten“, in: *Tourismus Journal*, Vol. 8, No. 1, S. 77-86
- Leffson, U. (1977): *Bilanzanalyse*, Stuttgart
- Lehar, G. (2002): “Tourismuspolitik und Destinationsmanagement – ARGE ALP I“, in: *Pechlaner, H.; Laesser, C.; Weiermair, K.*: *Tourismuspolitik und Destinationsmanagement*, Bern/Stuttgart/Wien
- Leiper, N. (1995): *Tourism Management*, Collingwood

- Leong, G.K.; Snyder, D.L.; Ward, P.T. (1990): "Research in the process and content of manufacturing strategy", in: *OMEGA International Journal of Management Science*, Vol. 18, No. 2, S. 109-122
- Lewis, J.D. (1991): Strategische Allianzen – Informelle Kooperationen, Minderheitsbeteiligungen, Joint Ventures, Strategische Netze, Frankfurt/New York
- Lienert, G.A. (1961): Testaufbau und Testanalyse, Weinheim
- Lueger, M. (2000): Grundlagen qualitativer Feldforschung, Wien
- Lundtorp, S.; Wanhill, S. (2001): "The resort lifecycle theory: generating processes and estimation", in: *Annals of Tourism Research*, Vol. 28, No. 4, S. 947-964
- Lynch, R.L.; Cross, K.F. (1991): *Measure Up!*, Blackwell Publishers, Cambridge
- Maisel, L.S. (2001): "Performance Measurement Practices: a long way from strategy management", *The Balanced Scorecard Report* (May-June)
- Maleri, R. (1991): Grundlagen der Dienstleistungsproduktion, Berlin [u.a.]
- Margreiter, J.G. (2001): „Die Marke Tirol: Ziele – Strategien – Maßnahmen“, in: *Bieger, T. et al. (Hrsg.): Erfolgskonzepte im Tourismus*, Wien, S. 29-34
- Matzler, K.; Pechlaner, H. (1999): "Customer Value Management für touristische Destinationen", in: *Pechlaner, H., Weiermair, K. (Hrsg.): Destinationsmanagement*, Wien, S. 179-208
- Mayntz, R.; Holm, K.; Hübner, P. (1978): Einführung in die Methoden der empirischen Soziologie, Opladen
- Mayring, P. (2003): Qualitative Inhaltsanalyse, Weinheim/Basel
- Mayring, P. (2002): Einführung in die qualitative Sozialforschung, Weinheim/Basel
- Mayring, P. (1985): „Qualitative Inhaltsanalyse“, in: *Jüttemann, G. (Hrsg.): Qualitative Forschung in der Psychologie – Grundfragen, Verfahrensweisen, Anwendungsfelder*, Weinheim/Basel, S. 187-211
- Medeiros de Araujo, L.; Bramwell, B.: „Stakeholder assessment and collaborative tourism planning: the case of Brazil's Costa Dourada Project“, in: *Bramwell, B.; Lane, B. (Hrsg.): Tourism collaboration and partnerships. Politics, practice and sustainability*, Clevedon, Channel View, S. 272-294
- Meffert, H. (2000): Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele, Wiesbaden
- Meffert, H.; Bruhn, M. (1995): Dienstleistungsmarketing, Wiesbaden
- Melián-González, A.; Garcá-Falcón, J.M. (2003): „Competitive potential of tourism destinations“, in: *Annals of Tourism Research*, Vol. 30, No. 3, S. 720-740
- Merl, A. (2000): „Management“, in: *Gewald, S. (Hrsg.): Handbuch des Touristik- und Hotelmanagement*, München/Wien, S. 228-230
- Merton, R. K.; Kendall, P. L. (1979): Das fokussierte Interview, in: *Hopf, C.; Weingarten, E. (Hrsg.): Qualitative Sozialforschung*, Stuttgart, S. 171-204

- Meuser, M.; Nagel, U. (1991): „ExpertInneninterviews – vielfach erprobt, wenig bedacht. Ein Beitrag zur qualitativen Methodendiskussion“, in: *Garz, D.; Kramer, K.* (Hrsg.): *Qualitativ-empirische Sozialforschung – Konzepte, Methoden, Analysen*; Opladen, S. 441-471
- Meyer, A. (1996): *Dienstleistungs-Marketing: Erkenntnisse und praktische Beispiele*, München
- Meyer, C. (1994): *Kennzahlen und Kennzahlensysteme*, Stuttgart
- Meyer, M.W. (2002): *Rethinking Performance Measurement. Beyond the Balanced-Scorecard*, Cambridge University Press, Cambridge [u.a.]
- Meyer-Merz, A. (1985): *Wertschöpfungsrechnung in Theorie und Praxis*, Zürich
- Mihalic, T. (2000): “Environmental management of a tourist destination – A factor of tourism competitiveness”, in: *Tourism Management*, Vol. 21, S. 65-78
- Miles, R.E.; Snow, C.C. (1986): “Organisations: new concepts for new forms”, in: *California Management Review*, Vol. 28, S. 62-73
- Minghetti, V. (2001): “From Destination to Destination Marketing and Management: Designing and repositioning tourism products”, in: *International Journal of Tourism Research*, Vol. 3 (2001), S. 253-259
- Möhlenbruch, D.; Wurm, T. (2002): “Die Leistungsfähigkeit der Balanced Scorecard im Einzelhandel”, in: Möhlenbruch, D.; Hartmann, M. (Hrsg.): *Der Handel im Informationszeitalter*, Wiesbaden, S. 29-51
- Morgan, N. (2000): „Creating supra-brand Australia: Answering the challenges of contemporary destination marketing“, in: *Robinson, M.; Evans, N.; Long, P.; Sharpley, R.; Swarbrooke, J.* (Hrsg.): *Management, marketing and political economy of travel and tourism*, Sunderland: Business Education Publishers, S. 352-364
- Morgan, N.; Pritchard, A. (1998): *Tourism promotion and power: creating images, creating identities*, Chichester, Wiley
- Morrison, A.M.; Bruen, S.M.; Anderson, D.J. (1998): “Convention and visitor bureaus in the USA: a profile of bureaus, bureau executives, and budgets”, in: *Journal of Travel and Tourism Marketing*, Vol. 7, No. 1, S. 1-19
- Müller, H. (2002): *Freizeit und Tourismus*, Bern
- Muralidharan, R. (1997): „Strategic control for fast-moving markets: updating the strategy and monitoring performance“, in: *Long Range Planning*, Vol. 30, No. 1, S. 64-73
- Neely, A. (2005): “The evolution of performance measurement research – Developments in the last decade and a research agenda for the next”, in: *International Journal of Operations and Production Management*, Vol. 25, No. 12, S. 1264-1277
- Neely, A. (1999): “The performance measurement revolution: why now and where next?”, in: *International Journal of Operations and Production Management*, Vol. 19, No. 2, S. 205-228
- Neely, A. (1998): *Measuring Business Performance: Why, what and how*, Economist Books, London

- Neely, A.; Gregory, M.; Platts, K. (1995): "Performance measurement system design: A literature review and research agenda", in: *International Journal of Operations and Production Management*, Vol. 15, No. 4, S. 80-116
- Neely, A.; Jarrar, Y. (2004): „Extracting value from data – the performance planning value chain“, in: *Business Process Management Journal*, Vol. 10, No. 5, S. 506-509
- Niedermayr, R. (1996): "Die Realität des Controlling", in: *Eschenbach, R.* (Hrsg.): *Controlling*, Stuttgart, S. 127-174
- Nørreklit, H. (2000): "The balance on the balance scorecard – A critical analysis of some of its assumptions", in: *Management Accounting Research*, Vol. 11, No. 1, S. 65-88
- o.V.: <http://www.baederkalender.de/lang25/cat327/cat329/cat428/art964.php>, abgerufen am 16. November 2005
- o.V.: <http://www.ifitt.org>; abgerufen am 23. März 2006
- o.V.: http://www.investorwords.com/5960/shareholder_value.html; abgerufen am 9. Februar, 2006
- o.V.: <http://plato.stanford.edu/entries/free-rider>; abgerufen am 26. September 2006
- o.V.: <http://www.ttra.com>; abgerufen am 27. März 2006
- Olson, A.; Weber, A. Melling, C. (1995): *Performance Measurement*, in: *Monograph Series (Coopers & Lybrand)*, No. 5, Arlington
- Opaschowski, H. (1990): *Urlaub 89/90 – Trendwende im Urlaubsverhalten? Die Grenzen des grenzenlosen Reisens*, Hamburg
- Oppitz, W. (2000): *Tourismuspolitik international*, Wien [u.a.]
- OSGV – Ostdeutscher Sparkassen- und Giroverband (2004): *Tourismusbarometer, Jahresbericht 2004*, Berlin
- Otley, D. (1999): "Performance Measurement: a framework for management control systems research", in: *Management Accounting Research*, Vol. 10, No. 4, S. 363-382
- Parkhe, A. (1991): "Interfirm diversity, organizational learning, and longevity in global strategic alliances", in: *Journal of International Business Studies*, Vol. 22, S. 579-601
- Pearce, D.G. (1997): "Competitive destination analysis in Southeast Asia", in: *Journal of Travel Research*, Vol. 35, No. 4, S. 16-24
- Pearce, P.L., Morrison, A.M.; Rutledge, J.L. (1998): *Tourism. Bridges between continents*, Irwin/McGraw-Hill, Roseville
- Pechlaner, H. (2003): *Tourismus-Destinationen im Wettbewerb*, Wiesbaden
- Pechlaner, H. (2000): „Tourismusorganisationen und Destinationen im Verbund“, in: *Fontanari, M.L.; Scherhag, K.*: *Wettbewerb der Destinationen*, Wiesbaden, S. 27-40
- Pechlaner, H. (1998a): „Strategisches Management von Destinationen im Alpenraum“, in: *Handlbauer, G. et al.*: *Perspektiven im Strategischen Management*, Berlin/New York, S. 219-238

- Pechlaner, H. (1998b): „Strategisches Management und Marketing von Destinationen im Alpenraum“, in: *Keller, P.* (Hrsg.), *Destinationsmarketing – Möglichkeiten und Grenzen*, St. Gallen, AIEST, S. 365-382
- Pechlaner, H.; Magreiter, J. (2002): „Aufgaben eines grenzüberschreitenden Tourismusmarketings und –managements unter Berücksichtigung der Konsequenzen für die Tourismuspolitik – Das Beispiel AlpNet“, in: *Pechlaner, H. Weiermair, K.; Laesser, C.* (Hrsg.): *Tourismuspolitik und Destinationsmanagement: Neue Herausforderungen und Konzepte*, Bern, S. 177-215
- Penrose, E.G. (1959): *The theory of the growth of the firm*, New York, Oxford Press
- Perrault, W.D.; Leigh, L.E. (1989): „Reliability of Nominal Data Based on Qualitative Judgements“, in: *Journal of Marketing Research*, Vol. 26; No. 2, S. 135-148
- Pfaff, D.; Kunz, A.H.; Pfeiffer, T. (2000): „Balanced Scorecard als Bemessungsgrundlage finanzieller Anreizsysteme“, in: *BFuP*, Vol. 52, No. 1, S. 36-55
- Pflaumer, P.; Heine, B.; Hartung, J. (2001): *Statistik für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften: Deskriptive Statistik*, München [u.a.]
- Pike, S. (2004): *Destination Marketing Organisations*, Amsterdam [u.a.], Elsevier
- Pike, S. (2002a): “Destination image analysis: A review of 142 papers from 1973-2000”, in: *Tourism Management*, Vol. 23, No. 5, S. 541-549
- Pike, S. (2002b): “ToMA as a measure of competitive advantage for short break holiday destinations”, in: *Journal of Tourism Studies*, Vol. 13, No. 1, S. 9-19
- Pine, B.D.; Gilmore, J.J. (1999): *The experience economy*, Boston, Harvard Business Press
- Pizam, A. (1990): “Evaluating the effectiveness of travel trade shows and other tourism sales-promotion techniques”, in: *Journal of Travel Research*, Vol. 19, No.1, S. 3-8
- Podnar, K. (2004): “Is it all a question of reputation? The role of branch identity (The case of an oil company)”, in: *Corporate Reputation Review*, Vol. 6, No. 4, S. 376-387
- Poon, A. (2002): *Tourism, technology and competitive strategies*, Wallingford (UK), CAB International
- Porter, M.E. (1996): “What is strategy?”, in: *Harvard Business Review*, Vol. 74, S. 61-78
- Porter, M.E. (1989): *Wettbewerbsvorteile – Spitzenleistungen erreichen und behaupten*, Frankfurt a. M.
- Porter, M.E. (1985): *Competitive Advantage*, New York
- Porter, M.E. (1980): *Competitive Strategy*, New York
- Preißler, P.R. (1996): *Controlling*, München/Wien

- Prezenza, A.; Sheehan, L.; Ritchie, B.J.R. (2006): "Towards a model of the roles and activities of destination management organizations", in: *Journal of Hospitality, Tourism and Leisure Science*, elektronisch veröffentlicht: <http://hotel.unlv.edu/pdf/The%20Role%20of%20the%20DMO%20Final%20version%20for%20launching%2010-22-05.pdf>, abgerufen am 23. März 2006
- Ramanathan, K.V. (1997): "Value based performance control strategies", in: *Journal of Strategic Performance Measurement*, Vol. 1, No. 3, S. 12-17
- Reed, M. (1997): "Power relations and community-based tourism planning", in: *Annals of Tourism Research*, Vol. 24, No. 3, S. 556-591
- Reichmann, T. (1997): *Controlling mit Kennzahlen und Managementberichten*, München
- Reichmann, T.; Form, S. (2000): "Balanced Chance- and Risk-Management", in: *Controlling*, Vol. 12, Heft 4/5, April/Mai, S. 189 – 198
- Reichmann, T.; Lachnit, L. (1977): „Kennzahlensysteme als Instrument zur Planung, Steuerung und Kontrolle von Unternehmen“, in: *Fachzeitschrift Maschinenbau*, No. 9, S. 45-53
- Reichmann, T.; Lachnit, L. (1976): „Planung, Steuerung und Kontrolle mit Hilfe von Kennzahlen“, in: *ZfbF*, Vol. 26 (1976), S. 706-732
- Reinecke, S. (2004): *Marketing Performance Measurement*, Wiesbaden
- Richter, R. (1990): "Sichtweise und Fragestellungen der Neuen Institutionenökonomik", in: *Zeitschrift für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften*, Vol. 110, S. 571-591
- Richter, C.; Feige, M. (2004): „Benchmarkingorientiertes Monitoring von Tourismusmarketingorganisationen in Großstädten“, in: Maschke, J. (Hrsg.): *Jahrbuch für Fremdenverkehr 2004*, Vol. 46, S. 35-62
- Ritchie, J.R.B.; Crouch, G.K.T. (2003): "The competitive destination: A sustainable tourism perspective", Oxon, UK, CABI Publishing
- Ritchie, J.R.B.; Crouch, G.K.T. (2000): „The competitive destination: a sustainability perspective“, in: *Tourism Management*, Vol. 21, No.1, S. 1-7
- Ritchie, R.J.B.; Ritchie, B.J.R. (1998): "The branding of tourism destinations – past achievements and future challenges", in: Keller, P. (Hrsg.): *Destination marketing – Reports of the 48th Aiest Congress in Marrakech*, S. 89-116
- Robson, I. (2004): „From process measurement to performance improvement“, in: *Business Process Management Journal*, Vol. 10, No. 5, S. 510-521
- Roth, S. (2001): Interaktionen im Dienstleistungsmanagement – eine informationsökonomische Analyse, in: *Bruhn, M./Stauss, B.* (Hrsg.): *Jahrbuch Dienstleistungsmanagement 2001*, Wiesbaden, S. 35-66
- Rouse, P.; Putterill, M. (2003): "An integral framework for performance measurement", in: *Management Decision*, Vol. 41, No. 8, S. 791-805
- Rudolph, H. (2002): *Tourismus-Betriebswirtschaftslehre*, München/Wien
- Sampson, P. (1972): *Qualitative Research and Motivational Research*, in: *Worcester, R. M.: Consumer Market Research Handbook*, London; S. 7

- Sautter, E.T.; Leisen, B. (1999): "Managing Stakeholders", in: *Annals of Tourism Research*, Vol. 26, No. 2, S. 312-328
- Schafmeister, G. (2004): „Wertschöpfungskonfigurationen bei Sportdienstleistern – unter besonderer Berücksichtigung von problemlösenden Unternehmen“, in: *Meyer, A. (Hrsg.): Dienstleistungsmarketing – Impulse für Forschung und Management*, Wiesbaden, S. 169-190
- Schertler, W. (1998a): „Einsatz von neuen Technologien im Marketingmanagement von Tourismusorganisationen“, in: *AIEST (Hrsg.): Destination Marketing – Scopes and limitations*, St. Gallen, S. 117-152
- Schertler, W. (1998b): „Kooperationsstrategien und deren Umsetzung im Konzept der Virtuellen Unternehmung“, in: *Handbauer, G. et al.: Perspektiven im Strategischen Management*, Berlin/New York, S. 290-306
- Schertler, W.; Rohte, S. (1995): „Benchmarking im Tourismus“, in: *Fontanari, M.L.; Rohte, S. (Hrsg.): Management des europäischen Tourismus*, Wiesbaden, S. 37-56
- Scherhag, K.; Schneider, S. (1999): „Strategische Herausforderung an ein zukunftsweisendes Kooperationsmanagement“, in: *Haas, H.-D.; Meyer, A. (Hrsg.): Jahrbuch für Fremdenverkehr 1998*, S. 5-30
- Scheuch, E.K. (1967): "Das Interview in der Sozialforschung", in: *König, R. (Hrsg.): Handbuch der empirischen Sozialforschung*, Band 1, 1967, Stuttgart, S. 136-196
- Schmidt, R. (1995): Grundfunktionen des Controllings: Eine Analyse der betriebswirtschaftlichen Literatur zum Stand der aufgabenorientierten Controlling-Diskussion, Frankfurt [u.a.]
- Schnell, R.; Hill, P. B.; Esser, E. (2005): *Methoden der empirischen Sozialforschung*, München
- Schott, G. (1988): *Kennzahlen – Instrument der Unternehmensführung*, Wiesbaden
- Schräder, A. (2000): *Netzeffekte in Transport und Tourismus*, St. Gallen
- Schreyögg, G.; Steinmann, H. (1987): „Strategic Control – a new perspective“, in: *Academy of Management Review*, Vol. 12, No. 1; S. 91-103
- Schroeder – *Lexikon der Tourismuswirtschaft (2002)*, *TourCon Hannelore Niedecken GmbH* (Hrsg.), Hamburg
- Schweizer, M.; Friedl, B. (1992): „Beitrag zu einer umfassenden Controlling-Konzeption“, in: *Spremann, K.; Zur, E. (Hrsg.): Controlling – Informationssysteme, Anwendungen*, Wiesbaden, S. 141-167
- Seaton, A.V. (1996): „The comparative evaluation of tourism destination performance: Scotland and European tourism, 1985-1994“. Scottish Tourist Board, Edinburgh
- Seidmann, I. E. (1991): *Interviewing as qualitative research: a guide for researchers in education and the social sciences*, New York.
- Sessa, A. (1989): „Characteristics of tourism“, in: *Witt S.F.; Moutinho, L.: Tourism Marketing and Management Handbook*, New York [u.a.], S. 43-45

- Shapiro, C., Varian, H.R. (1999): *Information Rules. A strategic guide to the network economy*, Boston
- Shapiro, C.; Varian, H.R. (1998): „Versioning: The smart way to sell information“, in: *Harvard Business Review*, Vol. 76, No. 6 S. 106-114
- Sheatsley, P. B. (1976): „Die Kunst des Interviewens“, in: *König, R.* (Hrsg.): *Das Interview. Formen Technik Auswertung*, Köln, S. 125-142
- Sheehan, L.; Ritchie, J.R.B. (2005): “Destination Stakeholders – Exploring Identity and Salience”, in: *Annals of Tourism Research*, Vol. 32, No. 3, S. 711-734
- Sheehan, L.; Ritchie, J.R.B. (1997): “Financial management in tourism: a destination perspective”, in: *Tourism Economics*, Vol. 3, No. 2, S. 93-118
- Sieber, P. (1997): “Virtual organizations: static and dynamic viewpoints”, in: *Institut für Wirtschaftsinformatik der Universität Bern*: Newsletter [www. virtual-organization.net](http://www.virtual-organization.net), Vol. 1, No. 2
- Sieglwart, H. (1998): *Kennzahlen für die Unternehmensführung*, Bern/Stuttgart/Wien
- Simons, R. (1991): „Strategic orientation and top management attention to control systems“, in: *Strategic Management Journal*, Vol. 12, No. 1, S. 49-62
- Simons, R. (1987): “Planning, control, and uncertainty: A process view”, in: *Bruns, W.; Kaplan, R.* (Hrsg.): *Accounting and Management: Field Study Perspectives*, Harvard Business School Press, Boston
- Skiera, B.; Lambrecht, A. (2000): Erlösmodelle im Internet, in: *Albers, S.; Herrmann, A.* (Hrsg.): *Handbuch Produktmanagement*, Wiesbaden, S. 813-831
- Socher, K.; Tschurtschenthaler, P. (2002): “Destination Management. Die ordnungspolitische Perspektive und die Rolle flankierender Politikbereiche: Umwelt-, Raumordnungs-, Bildungs-, Verkehrs- und Kulturpolitik“, in: *Pechlaner, H.; Laesser, C.; Weiermair, K.* (Hrsg.): *Tourismuspolitik und Destinationsmanagement*, Bern/Stuttgart/Wien, S. 145-176
- Stabell, C.B.; Fjeldstad, Ø.D. (1998): „Configuring value for competitive advantage: on chains, shops, and networks“, in: *Strategic Management Journal*, Vol. 19, N. 5, S. 413-437
- Stahle, W. (1969): *Kennzahlen und Kennzahlensysteme als Mittel der Organisation und Führung von Unternehmen*, Wiesbaden
- Stähler, P. (2001), *Geschäftsmodelle in der digitalen Ökonomie*, Köln
- Staub, R. (1990): „Organisationskonzepte zur Verbesserung der Leistungsfähigkeit lokaler Fremdenverkehrsinstitutionen in Schweizer Ferienorten“, in: *Kaspar, C.* (Hrsg.): *Jahrbuch der Schweizerischen Tourismuswirtschaft 1989/90*, S. 131-133
- Staudt, E. (1985): *Kennzahlen und Kennzahlensysteme*, Berlin
- Steinke, I. (2004): „Gütekriterien qualitativer Forschung“, in: *Flick, U.; von Kardorff, E.; Steinke, I.* (Hrsg.): *Qualitative Forschung. Ein Handbuch.*, Reinbek bei Hamburg, S. 319-331
- Steinmann, H.; Schreyögg, G., (1997): *Management*, Wiesbaden

- Sturm, A. (2000): Performance Measurement und Environmental Performance Measurement, Dissertation, Dresden
- Sturm, R. (1979): Finanzwirtschaftliche Kennzahlen als Führungsmittel, Dissertation, Berlin
- Sydow, J. (1992): Strategische Netzwerke – Evolution und Organisation, Wiesbaden
- Synek, H. (1996): „Die Organisation des Controlling“, in: *Eschenbach, R.* (Hrsg.): Controlling, Stuttgart, S. 95-125
- Tamma, M. (1999): „Strategische Aspekte des Destinationsmanagements“, in: *Pechlaner, H.; Weiermair, K.* (Hrsg.): Destinationsmanagement, Wien, S. 37-63
- Timmers, P. (1999): Electronic Commerce: Strategies and Models for Business-to-Business Trading, Chichester
- Thompson, J.D. (1967): Organizations in Action, McGraw-Hill, New York
- Tooke, N.; Baker, M. (1996): “Seeing is believing: The effect of film on visitor numbers to screened locations”, in: *Tourism Management*, Vol. 17, No. 2, S. 87-94
- Tschiderer, F. (1980): Ferienortplanung – eine Anwendung unternehmensorientierter Planungsmethodik auf den Ferienort, Bern [u.a.]
- Tschurtschenthaler, P. (1999): „Destination Management/Marketing als (vorläufiger) Endpunkt der Diskussion der vergangenen Jahre im alpinen Tourismus“, in: *Pechlaner, H.; Weiermair, K.* (Hrsg.): Destinations-Management, Wien, S. 7-35
- Tschurtschenthaler, P.; Pechlaner, H.; Weiermair, K. (2001): „Qualifikationsdefizite in Tourismusorganisationen und tourismuspolitische Implikationen“, in: *Kreilkamp, E.; Pechlaner, H. Steinecke, A.* (Hrsg.): Gemachter oder gelebter Tourismus?, Wien, S. 117-139
- Ullmann, S. (2000): Strategischer Wandel im Tourismus: Dynamische Netzwerke als Zukunftsperspektive, Wiesbaden
- Ulrich, H. (1984): Management, Bern
- Valiris, F., Chytas, P.; Glykas, M. (2005): “Making decisions using the balanced scorecard and the simple multi-attribute rating technique”, in: *Performance Measurement and Metrics*, Vol. 6, No. 3, S. 159-171
- Vantrappen, H.J.; Metz, P.D. (1996): Measuring the Performance of the Innovation Process, in: *Arthur D. Little* (Hrsg.), S. 129-141
- von Friedrichs Grängsjö, Yvonne (2003): “Destination networking – Coopetition in peripheral surroundings”, in: *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management*, Vol. 33, No. 5, S. 427-448
- Wahab, S.; Crampon, L.J., Rothfield, L.M. (1976): Tourism Marketing, London: Tourism International Press
- Wall, F. (2001): „Ursache-Wirkungsbeziehungen als ein zentraler Bestandteil der Balanced Scorecard – Möglichkeiten und Grenzen ihrer Gewinnung“, in: *Controlling*, Vol. 13, No. 2, S. 65-74

- Walmsley, D.H.; Young, M. (1998): "Evaluative images and tourism: The use of perceptual constructs to describe the structure of destination images", in: *Journal of Travel Research*, Vol. 36, No. 3, S. 65-69
- Walsh, G.; Wiedmann, K.-P. (2004): "A Conceptualization of Corporate Reputation in Germany: An Evaluation and Extension of the RQ", in: *Corporate Reputation Review*, Vol. 6, No. 4, S. 304-312
- Weber, J. (1993): *Einführung in das Controlling*, Stuttgart, 4. Auflage
- Weber, J.; Schäffer, U. (2000a): „Entwicklung von Kennzahlensystemen“, in: *BFuP* 1/2000, S. 1-16
- Weber, J.; Schäffer, U. (2000b): *Balanced Scorecard & Controlling*, Wiesbaden
- Weber, J./Schäffer, U. (1999): *Auf dem Weg zu einem aktiven Kennzahlenmanagement*; WHU Forschungspapier Nr. 66 der Wissenschaftlichen Hochschule für Unternehmensführung (WHU) – Otto Beisheim Hochschule, Valldar
- Weber, R.P. (1985): *Basic Content Analysis*, London: Sage Publications Inc.
- Weiermair, K. (2002): "Aufgaben der Tourismuspolitik im Rahmen eines zukunftsorientierten Destinationsmanagements", in: *Pechlaner, H.; Weiermair, K., Laesser, C.* (Hrsg.): *Tourismuspolitik und Destinationsmanagement*, Bern/Stuttgart/Wien, S. 53-75
- Werner, H. (2000): "Die Balanced Scorecard", in: *WiSt Heft 8*, August 2000, S. 455-457
- Wheeler, M. (1993): „Tourism marketers in local government“, in: *Annals of Tourism Research*, Vol. 13, S. 64-80
- Wiese, H. (1990): *Netzeffekte und Kompatibilität. Ein theoretischer und simulationsgeleiteter Beitrag zur Absatzpolitik für Netzeffekt-Güter*, Stuttgart
- Wiese, J. (2000): *Implementierung der Balanced Scorecard*, Wiesbaden
- Wissenbach, H. (1967): *Betriebliche Kennzahlen und ihre Bedeutung im Rahmen der Unternehmerentscheidung – Bildung, Auswertung und Verwendungsmöglichkeiten in der unternehmerischen Praxis*, Berlin
- Wöhler, K. (1999): „Wettbewerbssituation und Handlungsspielräume kleiner und mittlerer Tourismusunternehmen“, in: *Tourismus Journal*, Vol. 3, No. 2, S. 205-229
- Wöhler, K. (1997): *Marktorientiertes Tourismusmanagement 1*, Berlin [u.a.]
- Wolf, J. (1977): *Kennzahlensysteme als betriebliche Führungsinstrumente*, München
- Woratschek, H. (2004a): "Kooperenz im Sportmanagement – eine Konsequenz der Wertschöpfungslogik von Sportwettbewerben und Ligen", in: *Zieschang, K.; Woratschek, H., Beier, K.* (Hrsg.): *Sportökonomie 6: Kooperenz im Sportmanagement*, S. 9-29
- Woratschek, H. (2004b): „Qualitätsmanagement im Dienstleistungsbereich – Eignung der Qualitätsmessung für das Kennzahlen-Controlling“, in: *Controlling – Zeitschrift für erfolgsorientierte Unternehmensführung*, Vahlen Heft 2/2004, S. 73-84

- Woratschek, H.; Horbel, C. (2003): „The role of different types of variety-seeking behavior and recommendations on the service profit chain“, in: *Kleinaltenkamp, M. Ehret, M.* (Hrsg.): Proceedings of the 7th International Research Conference on Customer Relationship Management and Relationship Marketing, Berlin, S. 209-222
- Woratschek, H.; Roth, S.; Schafmeister, G. (2006): „Dienstleistungscontrolling unter Berücksichtigung verschiedener Wertschöpfungskonfigurationen – Eine Analyse am Beispiel der Balanced Scorecard“, in: *Bruhn, M.; Stauss, B.* (Hrsg.): Dienstleistungscontrolling, Wiesbaden, S. 255-274
- Woratschek, H.; Roth, S.; Pastowski, S. (2003): „Kooperation und Konkurrenz in Dienstleistungsnetzwerken – Eine Analyse am Beispiel des Destinationsmanagements“, in: *Bruhn, M.; Stauss, B.* (Hrsg.): Dienstleistungsnetzwerke, Wiesbaden, S. 255-283
- Woratschek, H.; Roth, S.; Pastowski, S. (2002): „Geschäftsmodelle und Wertschöpfungskonfigurationen im Internet“, in: Marketing ZFP, Vol. 24, Spezialausgabe „E-Marketing“, S. 57-72
- WTO – World Tourism Organization (2003): NTO Marketing Activities – Guidelines for Evaluation, Luton
- WTO (1993): Sustainable tourism development, guide for local planners, Madrid
- Zairi, M. (1992): „The art of benchmarking: Using customer feedback to establish a performance gap“, in: Total Quality Management, Vol. 3, No. 2, S. 177-188
- Zeithaml, V.A.; Bitner, M.J. (2000): Services Marketing. Integrating customer focus across the firm. Boston, Irwin McGraw-Hill
- Ziegenbein, K. (2002): Controlling, Ludwigshafen