

LITERATURVERZEICHNIS

- Althofen, N., Marketing für soziokulturelle Einrichtungen. Das Beispiel der WERK°STADT, in: Benkert, W. (Hrsg.), KulturMarketing: den Dialog zwischen Kultur und Öffentlichkeit gestalten, Raabe, Stuttgart, 1995, S. 133 - 146
- Amt der OÖ. Landesregierung, Landeskulturdirektion (Hrsg.), Kulturförderung des Landes Oberösterreich 1994, Linz, 1995
- Andersson, U., Johanson, M., Silver, L., What's Up in Distribution- and Marketing Channels: An Analysis of Three Concepts Frequently Applied in Marketing Research, in: Gemünden, H. G., Ritter, T., Walter, A. (Eds.), Proceedings of the 12th IMP international Conference - Interaction, Relationships and Networks. Vol. 2: Work-in-Progress Papers, Karlsruhe, 1996, S. 619 - 727
- Backhaus, K., Investitionsgütermarketing, 3. Aufl., Vahlen, München, 1992
- Backhaus, K., Piltz, K., Strategische Allianzen - eine neue Form kooperativen Wettbewerbs? in: Backhaus, K., Piltz, K. (Hrsg.), Strategische Allianzen, Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, Sonderheft 27, Handelsblatt, Düsseldorf, 1990, S. 1 - 10
- Bagozzi, R. P., Marketing as an Organized Behavioral System of Exchange, in: Journal of Marketing, Oktober, 1974, S. 77 - 81
- Bayer, K., Co-operative small-firm networks as factors in regional industrial development, EFTA, Occasional Paper No. 48, Genf, 1994
- Bellmann, K., Hippe, A., Kernthesen zur Konfiguration von Produktionsnetzwerken, in: Bellmann, K., Hippe, A. (Hrsg.), Management von Unternehmensnetzwerken: interorganisationale Konzepte und praktische Umsetzung, Gabler, Wiesbaden, 1996, S. 55 - 85
- Belz, Ch., et al., Management von Geschäftsbeziehungen, Thexis, St. Gallen, 1994

- Biong, H., Parvatiyar, A., Wathne, K., Why do some Companies not Engage in Partnering Relationships? in: Gemünden, H. G., Ritter, T., Walter, A. (Eds.), Proceedings of the 12th IMP international Conference - Interaction, Relationships and Networks. Vol. 2: Work-in-Progress Papers, Karlsruhe, 1996, S. 733 - 753
- Brennan, R., Turnbull, P. W., Adaptations in Buyer-Seller Relationships, in: Turnbull, P., Yorke, D., Naude, P. (Eds.), Proceedings of the 11th IMP international Conference - Interaction, Relationships and Networks. Vol. 1: Competitive Papers, Manchester, 1995, S. 172 - 203
- Brennan, R., Turnbull, P. W., The Prozess of Adaptation in Inter-Firm Relationships, in: Gemünden, H. G., Ritter, T., Walter, A. (Eds.), Proceedings of the 12th IMP international Conference - Interaction, Relationships and Networks. Vol. 2: Work-in-Progress Papers, Karlsruhe, 1996
- Bromann, P., Strategische Organisationsentwicklung in Marketing und Vertrieb, Moderne Industrie, Landsberg, 1990
- Bronder, Ch., Kooperationsmanagement: Unternehmensdynamik durch strategische Allianzen, Campus, Frankfurt, 1993
- Burt, R. S., Structural holes: the social structure of competition, Harvard, 1992
- Calaminus, G., Netzwerkansätze im Investitionsgütermarketing - Eine Weiterentwicklung multi-organisationaler Interaktionsansätze? in: Klein-altenkamp, M., Schubert, K. (Hrsg.), Netzwerkansätze im Business-to-Business-Marketing: Beschaffung, Absatz und Implementierung Neuer Technologien, Gabler, Wiesbaden, 1994, S. 93 - 124
- Calás, M. B., McGuire, J. B., Organizations as Networks of Power and Symbolism, in: Turner, B. A. (Ed.), Organizational symbolism, De Gruyter, Berlin, 1990
- Canning, L. E., Hanmer-Lloyd, S., Environmental Issues and Adaptations in Buyer-Supplier Relationships, in: Gemünden, H. G., Ritter, T., Walter, A. (Eds.), Proceedings of the 12th IMP international Conference - Interaction, Relationships and Networks. Vol. 2: Work-in-Progress Papers, Karlsruhe, 1996, S. 787 - 797

- Crott, H. W., Macht, in: Frey, D., Greif, S., Sozialpsychologie, Urban & Schwarzenberg, München, 1983
- Davis, M. D., Spieltheorie für Nichtmathematiker, 2. Aufl., Oldenbourg, München, 1993
- Delfmann, W., Das Netzwerkprinzip als Grundlage integrierter Unternehmensführung, in: Delfmann, W. (Hrsg.), Der Integrationsgedanke in der Betriebswirtschaftslehre, Gabler, Wiesbaden, 1989
- Diller, H., Kusterer, M., Beziehungsmarketing. Theoretische Grundlagen und explorative Befunde, in: Marketing - ZFP, Heft 3, Aug. 1988, S. 211 - 220
- Elsner, W., Institutionen und ökonomische Institutionentheorie, in: Wirtschaftswissenschaftliche Studien, Heft 1, 1987, S. 5 - 14
- Engelhardt, W. H., Von der Theorie des organisationalen Beschaffungs- zur Theorie des Transaktionsverhaltens auf Investitionsgütermärkten, in: Kleinaltenkamp, M., Schubert, K. (Hrsg.), Netzwerkansätze im Business-to-Business-Marketing: Beschaffung, Absatz und Implementierung Neuer Technologien, Gabler, Wiesbaden, 1994, S. 3 - 7
- Fontanari, M. L., Voraussetzungen für den Kooperationserfolg. Eine empirische Analyse, in: Schertler, W. (Hrsg.), Management von Unternehmenskooperationen: branchenspezifische Analysen; neueste Forschungsergebnisse, Ueberreuter, Wien, 1995, S. 115 - 188
- Forsgren, M., et al., Firms in Networks. A New Perspective on Competitive Power, Acta Universitatis Upsaliensis, Studia Oeconomiae Negotiorum 38, Uppsala, 1995
- Gahl, A., Die Konzeption der strategischen Allianz im Spannungsfeld zwischen Flexibilität und Funktionalität, in: Backhaus, K., Piltz, K. (Hrsg.), Strategische Allianzen, Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, Sonderheft 27, Handelsblatt, Düsseldorf, 1990, S. 35 - 48
- Gälweiler, A., Strategische Unternehmensführung, 2. Aufl., Campus, Frankfurt, New York, 1990

- Geller, H., Position - Rolle - Situation. Zur Aktualisierung soziologischer Analyseinstrumente, Leske + Budrich, Opladen, 1994
- Gemünden, H. G., Heydebreck, P., Geschäftsbeziehungen in Netzwerken. Instrumente der Stabilitätssicherung und Innovation, in: Kleinaltenkamp, M., Schubert, K. (Hrsg.), Netzwerkansätze im Business-to-Business-Marketing: Beschaffung, Absatz und Implementierung Neuer Technologien, Gabler, Wiesbaden, 1994, S. 251 - 283
- Gomes-Casseres, B., Group Versus Group: How Alliance Networks Compete, in: Harvard Business Review, July-August 1994, S. 62 - 74
- Grönroos, Ch., From Marketing Mix to Relationship Marketing: Towards a Paradigm Shift in Marketing, in: Management Decision, Vol. 32, Nr. 2, 1994, S. 4 - 20
- Gumsheimer, T., Informationspartnerschaften, Lang, Frankfurt, 1994
- Håkansson, H., Corporate technological behaviour, Routledge, London, 1989
- Håkansson, H., Industrial technological development: a network approach, Routledge, London, 1987
- Hammes, W., Der Zusammenhang zwischen strategischen Allianzen und Industriestrukturen, in: Schertler, W. (Hrsg.), Management von Unternehmenskooperationen: branchenspezifische Analysen; neueste Forschungsergebnisse, Ueberreuter, Wien, 1995, S. 55 - 114
- Hentze, J., Brose, P., Unternehmungsplanung, Haupt, Bern, 1985
- Hinterhuber, H. H., Strategische Unternehmensführung. Band I: Strategisches Denken, 5. Aufl., De Gruyter, Berlin, 1992
- Hippe, A., Betrachtungsebenen und Erkenntnisziele in strategischen Unternehmensnetzwerken, in: Bellmann, K., Hippe, A. (Hrsg.), Management von Unternehmensnetzwerken: interorganisationale Konzepte und praktische Umsetzung, Gabler, Wiesbaden, 1996, S. 21 - 53
- Holler, M. J., Illing, G., Einführung in die Spieltheorie, Springer, Heidelberg, 1991
- IG Kultur Österreich, Kulturplattform OÖ (Hrsg.), Organisationshandbuch für Kulturinitiativen, Wien, Linz, 1995

- Irle, M., Macht und Entscheidungen in Organisationen, Akademische Verlagsgesellschaft, Frankfurt, 1971
- Irrgang, W., Vertikale Marketing-Strategien der Hersteller - Methoden und Trends, in: Irrgang, W. (Hrsg.), Vertikales Marketing im Wandel: aktuelle Strategien und Operationalisierungen zwischen Hersteller und Handel, Vahlen, München, 1993, S. 1 - 24
- Jarillo, J. C., On Strategic Networks, in: Strategic Management Journal, Vol. 9, 1988, S. 31 - 41
- Jarillo, J. C., Strategic Networks: Creating the borderless organization, Butterworth-Heinemann, Oxford, 1993
- Kanter, R. M., Collaborative Advantage: the Art of Alliances, in: Harvard Business Review, July-August 1994, S. 96 - 112
- Karasek, E., van der Veen, H., Kamann, D. J., Network and Systems Approach: Enemies or Friends? in: Gemünden, H. G., Ritter, T., Walter, A. (Eds.), Proceedings of the 12th IMP international Conference - Interaction, Relationships and Networks. Vol. 2: Work-in-Progress Papers, Karlsruhe, 1996, S. 909 - 921
- Kemp, R. G. M., Ghauri, P. N., The Dynamics of Inter-Firm Cooperation. The case of Joint Venture Relationship, in: Turnbull, P., Yorke, D., Naudé, P. (Eds.), Proceedings of the 11th IMP international Conference - Interaction, Relationships and Networks. Vol. 3: Work in Progress, Manchester, 1995, S. 1603 - 1628
- Kogut, B., Designing Global Strategies: Comparative and Competitive Value-Added Chains, in: Sloan Management Review, Vol. 27, 1985, S. 15 - 28
- Kotler, P., Bliemel, F., Marketing-Management: Analyse, Planung, Umsetzung und Steuerung, 8. Aufl., Schaeffer-Poeschel, Stuttgart, 1995
- Krüsselberg, U., Theorie der Unternehmung und Institutionenökonomik, Physica, Heidelberg, 1993
- Kulturinitiative Bad Zell, Vereinsstatuten, Bad Zell, 1981
- Kulturplattform OÖ, Allgemeine Informationsbroschüre, Linz, 1995
- Kulturverein Raml-Wirt, Leitbild, Neumarkt, 1993

- Lewis, J. D., Strategische Allianzen, Campus, Frankfurt, 1991
- Lueger, M., Schmitz, C., Das offene Interview. Theorie - Erhebung - Rekonstruktion latenter Strukturen, Service-Fachverlag, Wien, 1984
- Mattsson, L. G., Management of strategic change in a 'markets-as-networks' perspective, in: Pettigrew, A. M. (Ed.), The management of strategic change, Blackwell, Oxford, 1987
- Mitchell, J. C., The Concept and Use of Social Networks, in: Mitchell, J. C. (Ed.), Social Networks in Urban Situations, Manchester, 1969
- Nazeem, S. M., Modelling Business Relationships, in: Möller, K., Wilson, D. (Eds.), Business Marketing: An Interaction and Network Perspective, Kluwer Academic Publishers Group, Dordrecht, 1995, S. 557 - 575
- Noorderhaven, N. G., Transaction, Interaction, Institutionalization, in: Ebers, M. (Ed.), Proceedings of the Workshop on Inter-organizational Networks: Structures and Processes, Paderborn, 1993, S. 410 - 423
- North, D. C., Institutions, Institutional Change, and Economic Performance, Cambridge, 1990
- O'Neal, Ch. R., Time-based strategies and supplier relationships, in: Möller, K., Wilson, D. (Eds.), Business Marketing: An Interaction and Network Perspective, Kluwer Academic Publishers Group, Dordrecht, 1995
- Oliver, C., The determinants of interorganizational relationships: integration and future directions, Academy of Management Review, Vol. 16, 1990, S. 241 - 265
- Orrù, M., Practical and Theoretical Aspects of Japanese Business Networks, in: Hamilton, G. G. (Ed.), Asian business networks, De Gruyter, Berlin, 1996
- Pampel, J., Kooperation mit Zulieferern. Theorie und Management, Gabler, Wiesbaden, 1993
- Panther, S. M., Informelle Soziale Netze und Sozialstaat. Substitutionale oder komplementäre Institutionen? in: Priddat, B. P., Wegner, G. (Hrsg.),

- Schuber, J., Zwischen Evolution und Institution. Neue Ansätze in der ökonomischen Theorie, Metropolis, Marburg, 1996
- Popitz, H., Phänomene der Macht, 2. Aufl., Mohr, Tübingen, 1992
- Porter, M. E., Competitive Advantage: Creating and sustaining superior performance, Free Press, New York, 1985
- Porter, M. E., Fuller, M. B., Koalitionen und globale Strategien, in: Porter, M. E. (Hrsg.), Globaler Wettbewerb: Strategien der neuen Internationalisierung. Gabler, Wiesbaden, 1989, S. 363 - 399
- Priddat, B. P., Die Zeit der Institutionen, in: Priddat, B. P., Wegner, G. (Hrsg.), Zwischen Evolution und Institution. Neue Ansätze in der ökonomischen Theorie, Metropolis, Marburg, 1996
- Pümpin, C., Strategische Erfolgspositionen: Methodik der dynamischen strategischen Unternehmensführung, Haupt, Bern, 1992
- Ring, P. S., Networked Organization. A Resource Based Perspective, Acta Universitatis Upsaliensis, Studia Oeconomiae Negotiorum 39, Uppsala, 1996
- Rodermann, M., Das Problem Synergieplanung versus Synergierrealisierung und die Notwendigkeit zur konzeptionellen Klärung des Synergiebegriffs. in: Schertler, W. (Hrsg.), Management von Unternehmenskooperationen: branchenspezifische Analysen; neueste Forschungsergebnisse, Ueberreuter, Wien, 1995, S. 251 - 316
- Roth, P., Probleme und Grenzen des Kultursponsorings, in: Hermanns, A. (Hrsg.), Sport- und Kultursponsoring, Vahlen, München, 1989, S. 167 - 175
- Schertler, W., Entwurf eines Bezugsrahmens, in: Schertler, W. (Hrsg.), Management von Unternehmenskooperationen: branchenspezifische Analysen; neueste Forschungsergebnisse, Ueberreuter, Wien, 1995, S. 19 - 54
- Schill, I. (Hrsg.), Fremdwörterbuch, Bassermann, Niedernhausen, 1992
- Schmidt, L., Vom Verlust der Autonomie: Interessen zwischen Management und Kultur, VWB, Berlin, 1993

- Schubert, K., Netzwerke und Netzwerkansätze: Leistungen und Grenzen eines sozialwissenschaftlichen Konzeptes, in: Kleinaltenkamp, M., Schubert, K. (Hrsg.), *Netzwerkansätze im Business-to-Business-Marketing: Beschaffung, Absatz und Implementierung Neuer Technologien*, Gabler, Wiesbaden, 1994, S. 8 - 49
- Schwarz, P., *Management in Nonprofit-Organisationen*, in: *Die Orientierung*, Nr. 88, Schweizerische Volksbank, Bern, 1986
- Schwarz, P., *Morphologie von Kooperationen und Verbänden*, Mohr, Tübingen, 1979
- Semlinger, K., Effizienz und Autonomie in Zulieferungsnetzwerken - Zum strategischen Gehalt von Kooperationen, in: Staehle, W. H., Sydow, J. (Hrsg.), *Managementforschung 3*, De Gruyter, Berlin, 1993
- Siebert, H., Ökonomische Analyse von Unternehmensnetzwerken, in: Staehle, W. H., Sydow, J. (Hrsg.), *Managementforschung 1*, De Gruyter, Berlin, 1991
- Spekman, R. E., Celly, K. S., Towards an understanding of the antecedents of strategic alliances, in: Möller, K., Wilson, D. (Eds.), *Business Marketing: An Interaction and Network Perspective*, Kluwer Academic Publishers Group, Dordrecht, 1995
- Staber, U. H., Networks and Regional Development: Perspectives and Unresolved Issues, in: Staber, U. H. (Ed.), *Business networks: prospects for regional development*, De Gruyter, New York, 1996
- Staudt, E., et al., *Kooperationshandbuch: ein Leitfaden für die Unternehmenspraxis*, Schäffer-Poeschel, Stuttgart, 1992
- Sydow, J., *Strategische Netzwerke. Evolution und Organisation*, Gabler, Wiesbaden, 1993
- Thorelli, H. B., Networks: Between Markets and Hierarchies, in: *Strategic Management Journal*, Vol. 7, 1986, S. 37 - 51
- Tröndle, D., *Kooperationsmanagement. Steuerung interaktioneller Prozesse bei Unternehmungsk Kooperationen*, Eul, Köln, 1987
- Walker, M. E., Wasserman, S., Wellman, B., Statistical Models for Social Support Networks, in: Wasserman, S., Galaskiewicz, J. (Eds.), *Advan-*

ces in social network analysis: Research in the social and behavioral sciences, Sage, London, 1994

Wilson, D. T., An Integrated Model of Buyer-Seller Relationships, in: Journal of the Academy of Marketing Science, Vol. 23, Nr. 4, 1995, S. 335 - 345

Wilson, D., Möller, K., Dynamics of relationship development, in: Möller, K., Wilson, D. (Eds.), Business Marketing: An Interaction and Network Perspective, Kluwer Academic Publishers Group, Dordrecht, 1995

Wührer, G. A., Internationale Allianz- und Kooperationsfähigkeit österreichischer Unternehmen, Trauner, Linz, 1995

Guten Morgen Vorachdorf	4855 Vorachdorf		12. Aug. 97	70 min.
KIK - Kunst im Keller	Hartwagnerstr. 14 4910 Riedfinkreis	Stephan Stürzer	12. Aug. 97	70 min.
Kraft-Werk	Gaswerksgasse 2 4400 Steyr	Andreas Löffel	13. Aug. 97	80 min.
Ram-Wirt	Marktplatz 10 4212 Neumarkt/Mk.	Walter Staudacher	14. Aug. 97	50 min.
Jazztätler Ulrichsberg	Badergasse 2 4161 Ulrichsberg	Alma Fischer	18. Aug. 97	schriftlich nach der Absprache
KAPU	Kapuzinerstr. 36 4020 Linz	Markus Pöschl	23. Aug. 97	60 min.
Kulturinitiative	Postfach 5 4263 Bad Zell	Wolfgang Kuban	24. Aug. 97	60 min.
Waschecht - Schlachthof	Dragonerstr. 22 4600 Völs	Wolfgang Kollerbauer	02. Sep. 97	70 min.
B 124	Markt 19 4290 Königswiesen	Helmut Puchberger	04. Sep. 97	50 min.
Tribüne St. Georgen	Pörsach 28 4222 Lufenberg	Reinhard Caspar	11. Sep. 97	60 min.
Gruppe O2	Roßstall 4650 Lambach	Regina Lint	17. Sep. 97	50 min.
Aktion K	Wolfsgruberstr. 10 4810 Gmunden	Susanna Seidel	17. Sep. 97	60 min.
AKKU	Faßberggasse 5 4400 Steyr	Veronika Aimer	18. Sep. 97	70 min.