

**Prof. Dr. Günter Müller-Stewens**

University of St.Gallen  
Institute of Management  
Dufourstrasse 40a  
9000 St. Gallen  
Switzerland

## publications

version: 22.05.2012; citation format: APA 5

### journal paper

- Campbell, A., Kunisch, S., & Müller-Stewens, G. (2012). Are CEOs Getting the Best from Corporate Functions?. *MIT Sloan Management Review*, 53(3), 12-14.
- Menz, M., Müller-Stewens, G., Henkel, C. B., & Reineke, B. (2011). Die vier Gesichter des Chefstrategen. *Harvard Business Manager*, 2011(11), 6-9.
- Kunisch, S., Wahler, C., & Müller-Stewens, G. (2011). Spielentscheidend. Der Staat als M&A-Akteur. *Performance*, 2011(2), 14-26.
- Campbell, A., Kunisch, S., & Müller-Stewens, G. (2011). To centralize or not to centralize?. *McKinsey Quarterly*(June), 97-102.
- Müller-Stewens, G. (2011). Wo bleibt der Boom?: Der Aufschwung am M&A-Markt leidet unter unsicheren Rahmenbedingungen. *Corporate Finance and Private Equity Guide*, 48-49.
- Bilhuber, E., & Müller-Stewens, G. (2010). Die Bedeutung des Social Capital für die Strategierealisierung. *Business + Innovation*(1), 8-16.
- Brauer, M., & Müller-Stewens, G. (2010). Private Equitisation? Verlieren Konzerne den Wettbewerb um Eigentumsrechte gegenüber Private-Equity-Gesellschaften?. *Performance* (2), 14-23.
- Brauer, M., & Müller-Stewens, G. (2010). Turning the conglomerate discount into a premium. A framework for corporate centers of multi-business firms. *Performance*, 3(1), 6-11.
- Müller-Stewens, G., & Brauer, M. (2010). Wie Synergienpotenzial optimal genutzt wird. *io new management*(9), 30-33.
- Müller-Stewens, G. (2009). Strategische Initiativen als Instrument des Corporate Managements. *Zeitschrift Führung + Organisation*, 78(2), 80-87.
- Schmid, T., Müller-Stewens, G., & Lechner, C. (2009). Strategische Initiativen als Instrument des Corporate Managements. *Zeitschrift für Organisation*, 78(2), 80-87.

- Müller-Stewens, G., & Schimmer, M. (2008). Braucht es einen Strategieausschuss im Aufsichtsrat?. *Der Aufsichtsrat*, 5(7/8), 98-100.
- Müller-Stewens, G., & Fleisch, E. (2008). High-Resolution-Management: Konsequenzen des "Internet der Dinge" auf die Unternehmensführung. *Führung und Organisation*, 77(5), 272-281.
- Müller-Stewens, G. (2006). Die Fusionswelle hält an. *IO New Management*(11), 14-18.
- Müller-Stewens, G., Knoll, S., Büttner, M., & Rumpf, P. (2006). Gemeinsam zu ungeahnter Stärke. *Harvard Business Manager*(11), 8-11.
- Müller-Stewens, G., & Mezger, T. (2006). Viel Information, wenig Gehalt. *IO New Management*, 3, 22 - 27.
- Lechner, C., Gesing, N., Kreutzer, M., & Müller-Stewens, G. (2005). Berater unter Druck - Herausforderungen an das Geschäftsmodell der Beratungsindustrie. *Harvard Business Manager*, 8, 6-8.
- Müller-Stewens, G. (2004). Auf die Prozesse kommt es an. *Harvard Business Manager*, 26(10), 28-32.
- Müller-Stewens, G., & Frankenberger, S. (2004). Nicht ohne die Mitarbeiter. *Personal*, 56(7/8), 34-38.
- Lechner, C., Marx, K., & Müller-Stewens, G. (2004). The race for new e-business models. *European Business Forum*(16), 65-69.
- Wiersema, M., Szeless, G., & Müller-Stewens, G. (2003). Portfolio interrelationships and financial performance within the context of European firms. *European Management Journal*, 21(2), 146-163.
- Szeless, G., Müller-Stewens, G., & Wiersema, M. (2002). Diversifikation, Verbundenheit und Unternehmenserfolg deutscher, schweizerischer und österreichischer Unternehmen. *Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis*, 54(5), 524-543.
- Müller-Stewens, G. (2002). Mehr Fokus auf strategische Initiativen. *New Management*, 71(11), 56.
- Müller-Stewens, G. (2002). Vor der nächsten Mergerwelle. *Zeitschrift Führung + Organisation*, 71(1), 1.
- Müller-Stewens, G. (2001). M&A Erwartungen häufig unerfüllt. *Alma*, 4(1), 7.
- Müller-Stewens, G. (2001). Risk-Awareness und Reaktionsfähigkeit. *Student Business Review*, 2(6), 12-13.
- Müller-Stewens, G., & Lechner, C. (2001). *Strategic Management: The General Management Navigator*. Organisationsentwicklung.
- Müller-Stewens, G., Schäfer, M., & Szeless, G. (2001). Wertschaffung durch strategische Desinvestitionen. *M & A review : Mergers & Acquisitions - Corporate Restructuring - Beteiligungsstrategien - Allianzen - Divestments* (1), 13-18.
- Müller-Stewens, G. (2000). Akquisitionen und der Markt für Unternehmenskontrolle. *Student Business Review*, 1(2), 12-17.
- Müller-Stewens, G. (2000). Catching the right wave. *European Business Forum*, 1(4), 6-7.

- Müller-Stewens, G., & Drolshammer, J. (2000). Managing the International Law Firm: Nuisance or Necessity?. *European Journal of Law Reform*, 2(4), 627-649.
- Müller-Stewens, G., & Lechner, C. (1999). Die Gestaltung unternehmerischer Einheiten: Der General Management Navigator als ein Konzept zur integrierten Strategie- und Wandelarbeit. *Organisationsentwicklung*, 18(2), 24-43.
- Müller-Stewens, G. (1999). Fusion und Globalität. *consult*(2), 13-18.
- Müller-Stewens, G. (1998). Competition in Transeuropean Networks. *CEMS Business Review*, 2(3), 141-142.
- Müller-Stewens, G., Achtenhagen, L., & Sahn, M. (1998). Interview with Giuseppe Vita, CEO of Schering AG. *CEMS Business Review*, 2(3), 149-155.
- Müller-Stewens, G., & Aschwanden, C. (1997). Informationstechnologie im Verantwortungsbereich von Führungskräften. *Die Unternehmung*, 51(1), 67-84.
- Müller-Stewens, G., Vonkrogh, G., & Fontin, M. (1997). The management of contradictions - A new challenge for leadership. *CEMS Business Review. Supplement*, 2, 1-10.
- Müller-Stewens, G., & Osterloh, M. (1996). Kooperationsinvestitionen besser nutzen: Interorganisationales Lernen als Know-how-Transfer oder Kontext-Transfer?. *Zeitschrift Führung + Organisation*, 65(1), 18-23.
- Müller-Stewens, G., & Hoffmann-Burchardi, U. (1996). Strategic alliances as a coordinative regime for industry convergence in the multimedia-market. *CEMS Business Review*, 1(4), 299-311.
- Müller-Stewens, G. (1996). Wandel bedingt veränderte Tiefenstruktur. *Schweizer Arbeitgeber*, 91(21), 964-966.
- Müller-Stewens, G., & Spickers, J. (1994). Akquisitionsmanagement. *Die Betriebswirtschaft*, 54(5), 663-678.
- Müller-Stewens, G. (1994). Die Lernfähigkeit der Organisation verbessern. *SAQ-Bulletin*, 29(5), 4-7.
- Müller-Stewens, G. (1994). Wie bringt man die Veränderungsbotschaft zum Mitarbeiter?. *io management/IO Management Zeitschrift*, 63(10), 24-29.
- Müller-Stewens, G., & Schreiber, K. (1993). Organisation des Akquisitionsprozesses. *Die Unternehmung*, 47(4), 275-292.
- Müller-Stewens, G. (1993). Stellungnahme zum Beitrag von Walter Trux: "Strategie und operative Führung als Gesamtaufgabe". *Die Betriebswirtschaft*, 53(6), 854-856.
- Müller-Stewens, G. (1992). New Venture Management. *Die Betriebswirtschaft*, 52(2), 267-268.
- Müller-Stewens, G. (1991). Das Bedrohungspotential durch feindliche Übernahmen ? auch eine Chance für deutsche Unternehmen?. *Die Betriebswirtschaft*, 51(1), 113-116.
- Müller-Stewens, G., & Salecker, J. (1991). Kommunikation - Schlüsselkompetenz im Akquisitionsprozeß. *Absatzwirtschaft*, 34(10), 104-113.
- Müller-Stewens, G. (1991). Personal-Management bei Mergers & Acquisitions. *Jahrbuch Weiterbildung*, 57-59.

- Müller-Stewens, G., & Roventa, P. (1989). Die Zukunft durch Beteiligungen sichern. Wie Mittelständler geeignete Partner finden. *Blick durch die Wirtschaft*, 32(88), 7.
- Müller-Stewens, G. (1989). Krisenmanagement. *Die Betriebswirtschaft*, 49(4), 639-645.
- Müller-Stewens, G. (1988). Früherkennung und Krisenmanagement, Frühaufklärung mit PC-Unterstützung. *Gablers Magazin*, 2(8), 25-30.
- Müller-Stewens, G., & Schinken, C. (1988). Strategische Schlüsselprobleme der Auto Leasing Branche. *Zeitschrift für das gesamte Kreditwesen*, 41(23), 1081 - 1084.
- Müller-Stewens, G., & Schinken, C. (1988). Wettbewerbssituation in der AutoLeasing-Branche. Finanzierung - Leasing - Factoring, 35(6), 235-237.
- Müller-Stewens, G. (1986). Die Identifikation und Beurteilung neuer Geschäfte in "jungen" Branchen - Dargestellt am Beispiel der Biotechnologie. *Strategische Planung*, 2(3), 159-181.
- Müller-Stewens, G. (1986). Zukunftsmarkt Biotechnologie. *Harvard Manager*, 8(4), 87-96.
- Müller-Stewens, G. (1986). Zum Entwicklungsstand einer Strategischen Frühaufklärung. *Marketing : Zeitschrift für Forschung und Praxis*, 8, 248-255.
- Müller-Stewens, G. (1985). STAR - ein Prozeß zur Verwirklichung einer Strategischen Frühaufklärung. *Strategische Planung*, 1(1), 75-78.
- Kirsch, W., Esser, W. M., & Müller-Stewens, G. (1985). Strategisches Consulting im Geiste einer Organisationsentwicklung. *Zeitschrift Führung + Organisation*, 54(2), 90-91.
- Müller-Stewens, G., & Schmid, M. (1985). Umbruch im Handel. *Harvard Manager*, 7(4), 104-107.
- Müller-Stewens, G., & Smith, J. B. (1984). Six "commandments" for successful futures studies for corporate planning. *The Journal of Business Strategy*, 5(2), 88-92.
- Müller-Stewens, G. (1984). Trends im Strategischen Management. *Harvard Manager*, 6(2), 106-112.
- Müller-Stewens, G. (1982). Konzentrationsanalysen zur Geschäftsfeldbereinigung. *Die Betriebswirtschaft*, 42(4), 553-560.
- Müller-Stewens, G., Roventa, P., & Lückcrath, T. (1981). Die Bewertung der Marktattraktivität. *Die Unternehmung*, 35(2), 105-119.
- Krampe, G., & Müller-Stewens, G. (1981). Diffusionsfunktionen als theoretisches und praktisches Konzept zur Strategischen Frühaufklärung. *Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung*, 33(5), 384-401.
- Roventa, P., & Müller-Stewens, G. (1981). Marktattraktivität - ein dialektisches Bewertungskonzept. *Die Unternehmung*, 35(4), 229-251.
- Müller-Stewens, G., & Zeiser, B. (1980). Zufallsbereiche zur Beurteilung frühaufklärender Signale. *Zeitschrift für Betriebswirtschaft*, 50(6), 605-619.
- Müller-Stewens, G., & Schweitzer, W. (1979). Interregionale Wanderungen in der Bundesrepublik Deutschland. *Zeitschrift für Bevölkerungswissenschaft*, 5(4), 439-453.

## book

- Menz, M., Schmid, T., Müller-Stewens, G., & Lechner, C. (2011). *Strategische Initiativen und Programme: Unternehmen gezielt transformieren*. Wiesbaden: Gabler. - ISBN 978-3-8349-3122-1.
- Müller-Stewens, G., & Lechner, C. (2011). *Strategisches Management: wie strategische Initiativen zum Wandel führen*. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. - ISBN 978-3-7910-2789-0.
- Müller-Stewens, G. (Ed.), Kunisch, S. (Ed.), & Binder, A. (Ed.) (2010). *Mergers & Acquisitions: Analysen, Trends und Best Practices*. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. - ISBN 978-3-7910-2955-9.
- Müller-Stewens, G., & Brauer, M. (2009). *Corporate Strategy & Governance*. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. - ISBN 978-3-7910-2854-5.
- Müller, A., & Müller-Stewens, G. (2009). *Strategic Foresight*. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. - ISBN 978-3-7910-2868-2.
- Müller-Stewens, G., & Lechner, C. (2005). *Strategisches Management: Wie strategische Initiativen zum Wandel führen..* Stuttgart: Schäffer-Poeschel. - ISBN 3-7910-2467-1.
- Chakravarthy, B., Müller-Stewens, G., Lorange, P., & Lechner, C. (2003). *Strategy process: shaping the contours of the field*. Oxford: Blackwell. - ISBN 1-4051-0067-2.
- Gomez, P. (Ed.), Müller-Stewens, G. (Ed.), & Rüegg-Stürm, J. (Ed.) (1999). *Entwicklungsperspektiven einer integrierten Managementlehre : Forschungsgespräche aus Anlass der 100-Jahr-Feier der Universität St. Gallen, 18-19. Juni 1998*. Bern: Haupt. - ISBN 3-258-06091-6.
- Müller-Stewens, G., Spickers, J., & Deiss, C. (1999). *Mergers & Acquisitions : Markttendenzen und Beraterprofile*. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. - ISBN 3-7910-1586-9.
- Müller-Stewens, G. (Ed.), Drolshammer, J. (Ed.), & Kriegmeier, J. (Ed.) (1999). *Professional Service Firms*. Frankfurt: Frankfurter Allgemeine Zeitung. - ISBN 3-933180-40-6.
- Müller-Stewens, G. (Ed.), & Vonkrogh, G. (Ed.) (1997). *Coping with Managerial Dilemmata*. Dordrecht: Kluwer.
- Müller-Stewens, G., & Fontin, M. (1997). *Management unternehmerischer Dilemmata : ein Ansatz zur Erschliessung neuer Handlungspotentiale*. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. - ISBN 3-85823-657-8.
- Müller-Stewens, G. (Ed.) (1997). *Virtualisierung von Organisationen*. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. - ISBN 3-8202-1157-8.
- Müller-Stewens, G., Roventa, P., & Bohnenkamp, G. (1996). *Wachstumsfinanzierung für den Mittelstand*. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag. - ISBN 3-7910-0965-6.
- Müller-Stewens, G., & Gocke, A. (1995). *Kooperation und Konzentration in der Automobilindustrie : Strategien für Zulieferer und Hersteller*. Chur: Gordon & Breach Verlag. - ISBN 3-7186-5817-8.
- Müller-Stewens, G., & Spickers, J. (1995). *Unternehmerischen Wandel erfolgreich bewältigen : Change-Management als Herausforderung*. Wiesbaden: Gabler Verlag. - ISBN 3-409-13497-2.

- Gomez, P. (Ed.), Hahn, D. (Ed.), Müller-Stewens, G. (Ed.), & Wunderer, R. (Ed.) (1994). *Unternehmerischer Wandel : Konzepte zur organisatorischen Erneuerung : Knut Bleicher zum 65. Geburtstag*. Wiesbaden: Gabler. - ISBN 3-409-13884-6.
- Krystek, U., & Müller-Stewens, G. (1993). *Frühaufklärung für Unternehmen : Identifikation und Handhabung zukünftiger Chancen und Bedrohungen*. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. - ISBN 3-7910-0639-8.
- Müller-Stewens, G. (1990). *Strategische Suchfeldanalyse. Die Identifikation neuer Geschäfte zur Überwindung struktureller Stagnation*. Wiesbaden: Gabler. - ISBN 3-409-23318-0.
- Trux, W., Müller-Stewens, G., & Kirsch, W. (1989). *Erfahrungen und Erkenntnisse aus der Unternehmenspraxis*. München: Kirsch Verlag. - ISBN 3-88232-041-9.
- Trux, W., Müller-Stewens, G., & Kirsch, W. (1988). *Materialien zum Stand der Forschung*. München: Kirsch Verlag. - ISBN 3-88232-040-0.
- Gnoss, R., Müller-Stewens, G., & Zwerenz, K. (1988). *Übungen zur Statistik*. München: Verlag für Wirtschaftsskripten. - ISBN 3-921636-73-6.
- Müller-Stewens, G. (1981). *Strategische Frühaufklärung*. München: Kirsch Verlag. - ISBN 3-88232-033-8.

## book chapter

- Müller-Stewens, G., & Menz, M. (2012). *Der Chief Strategy Officer: Neuer Wind in der C-Suite?*. In Gleich, R., Mayer, R., Möller, K., & Seiter, M. (Eds.), *Controlling - Relevance lost? Perspektiven für ein zukunftsfähiges Controlling* (pp. 3-16). München: Vahlen. - ISBN 978-3-8006-3942-7.
- Müller-Stewens, G., & Brauer, M. (2011). *Schafft unsere Konzernebene einen Mehrwert? Ein Plädoyer für eine verantwortungsvolle Diversifikation*. In Eggers, B., Ahlers, F., & Eichenberg, T. (Eds.), *Integrierte Unternehmensführung* (pp. 29-38): Gabler Verlag.
- Müller-Stewens, G. (2010). *Unternehmensstrategie und gesellschaftliche Verantwortung*. In Spoun, S., & Meynhardt, T. (Eds.), *Management - eine gesellschaftliche Aufgabe* (pp. 83-104). Mannheim: Nomos.
- Müller-Stewens, G., & Fleisch, E. (2009). *Der Einfluss der RFID-Technologie auf die Unternehmensführung*. In Hünerberg, R., & Mann, A. (Eds.), *Ganzheitliche Unternehmensführung in dynamischen Märkten* (pp. 69-91). Wiesbaden: Gabler. - ISBN 978-3-8349-1244-2.
- Müller-Stewens, G., & Fleisch, E. (2009). *Der Einfluss der RFID-Technologie auf die Unternehmensführung*. In Hünerberg, R., & Mann, A. (Eds.), *Ganzheitliche Unternehmensführung in dynamischen Märkten* (pp. 69-91). Wiesbaden: Gabler. - ISBN 978-3-8349-1244-2.
- Müller-Stewens, G., & Fleisch, E. (2009). *Die Vermessung der Welt: Neue Informationstechnologien und das Management globaler Unternehmen*. In Schmid, S. (Eds.), *Management der Internationalisierung* (pp. 233-261). Wiesbaden: Gabler. - ISBN 978-3-8349-1467-5.
- Schimmer, M., & Müller-Stewens, G. (2009). *Diversification and the Achievement of Scope Economies*. In Bausch, A., & Schwenker, B. (Eds.), *Handbook Utility Management* (pp. 55-72). Heidelberg, London, New York: Springer. - ISBN 978-3-540-79348-9.

- Müller-Stewens, G. (2009). Konsequenzen aus der Finanzmarktkrise für den Markt der Unternehmenskontrolle. In Konsequenzen aus der Finanzmarktkrise (pp. 32-36). St. Gallen: Universität St. Gallen.
- Müller-Stewens, G. (2009). Management und Strategie als Beruf: Ein Plädoyer für eine Professionalisierungsinitiative. In Kunisch, S., Welling, C., & Schmitt, R. (Eds.), Strategische Führung auf dem Prüfstand (pp. 193-211). Berlin: Springer. - ISBN 978-3-642-05473-0.
- Müller-Stewens, G., & Mueller, A. (2009). Strategic Foresight - Trend- und Zukunftsforschung als Strategieinstrument. In Reimer, M., & Fiege, S. (Eds.), Perspektiven des Strategischen Controllings (pp. 238-257). Wiesbaden: Gabler. - ISBN 978-3-8349-1611-2.
- Müller-Stewens, G., & Alscher, A. (2008). The Acquisition of Aventis by Sanofi. Attack as Defense, Play 2: The closing and integration of Sanofi-Aventis. In Zentes, J., Swoboda, B., & Morschett, D. (Eds.), Fallstudien zum Internationalen Management. Grundlagen - Praxiserfahrung - Perspektiven (pp. 537-552). Wiesbaden: Gabler. - ISBN 978-3-8349-0707-3.
- Müller-Stewens, G. (2008). Top Manager im Dilemma: Kurzfristiger Ergebnisdruck versus langfristige Ausrichtung. In Wunderer, R. (Eds.), Corporate Governance - zur personalen und sozialen Dimension (pp. 31-34). Köln: Luchterhand Verlag. - ISBN 978-3-472-07138-9.
- Müller-Stewens, G. (2007). Früherkennungssysteme. In Köhler, R., & Küpper, H. U. (Eds.), Handwörterbuch der Betriebswirtschaft (pp. 558-570). Stuttgart: Schäffer-Poeschel. - ISBN 978-3-7910-8051-2.
- Müller-Stewens, G., Vater, H., & Voss, I. (2007). Mergers & Acquisitions: Grundlagen. In Thiessen, F. (Eds.), Enzyklopädisches Lexikon des Geld-, Bank-, und Börsenwesens (pp. Artikel 4078). Frankfurt: Knapp.
- Müller-Stewens, G. (2007). Mergers & Acquisitions: Transaktionsberatung. In Thiessen, F. (Eds.), Knapps Enzyklopädisches Lexikon des Geld-, Bank-, und Börsenwesens (pp. Artikel 4079). Frankfurt a.M.: Knapp.
- Müller-Stewens, G. (2007). Mergers & Acquisitions: Transaktionsdurchführung. In Thiessen, F. (Eds.), Knapps Enzyklopädisches Lexikon des Geld-, Bank- und Börsenwesens (pp. Artikel 4080). Frankfurt a.M.: Knapp.
- Müller-Stewens, G. (2007). Strategieorientierte Organisation diversifizierter Unternehmen. In Sulzberger, M. (Eds.), Die vitale Organisation: Entwicklung zwischen Dynamik und Tradition (pp. 45-58). Bern: Haupt. - ISBN 978-3-258-07229-6.
- Müller-Stewens, G., & Lechner, C. (2006). Audit der Managementqualität. In Tomczak, T., & Reinecke, S. (Eds.), Handbuch Marketingcontrolling (pp. 173-193). Wiesbaden: Gabler. - ISBN 978-3-409-14286-1.
- Müller-Stewens, G., & Brauer, M. (2006). Building Innovation Networks in Biotechnology Industries. In Blecker, T., & Gemünden, H. G. (Eds.), Wertschöpfungsnetzwerke: Festschrift für Bernd Kaluza (pp. 217-233). Berlin: Erich Schmidt Verlag GmbH & Co.. - ISBN 978 3 503 09726 5.
- Müller-Stewens, G., & Voss, I. (2006). Die Umsetzung von Wachstumsstrategien durch Akquisitionsserien. In Borowicz, F., & Mittermair, K. (Eds.), Strategisches Management von Mergers & Acquisitions (pp. 119-144): Gabler. - ISBN 10 3-8349-0127-X.

- Schmid, T., & Müller-Stewens, G. (2006). Ergebnisse statt Visionen: Der Pragmatiker als aktuelles Leitbild strategischer Führung?. In Bruch, H., Vogel, B., & Krummacker, S. (Eds.), Leadership: Best-Practices und Trends (pp. 95-106). Wiesbaden: Gabler. - ISBN 10 3-8349-0079-6.
- Müller-Stewens, G. (2006). Konzeptionelle Entscheidungen beim Post-Merger-Management. In Wirtz, B. (Eds.), Handbuch Mergers & Acquisitions Management (pp. 785-804): Gabler. - ISBN 3-409-14317-3.
- Müller-Stewens, G. (2006). M&A-Kompetenz. In Zaugg, R. J. (Eds.), Handbuch Kompetenzmanagement: durch Kompetenz nachhaltige Werte schaffen. Festschrift für Prof. Dr. Dr. Norbert Thom zum 60. Geburtstag (pp. 173-186). Bern: Haupt. - ISBN 978-3-258-07080-3.
- Voss, I., & Müller-Stewens, G. (2006). Strategische M&A-Kompetenz im Rahmen von Akquisitionsstrategien - Komponenten, Erfolgsfaktoren und Aufbau. In Keuper, F., Häfner, M., & Glahn, C. (Eds.), Der M&A-Prozess. Konzepte, Ansätze und Strategien für die Pre- und Post-Phase (pp. 3-32). Wiesbaden: Gabler. - ISBN 10 3-8349-0205-5.
- Müller-Stewens, G. (2005). Bias to plan. In Kirsch, W., Linder, M., & Seidl, D. (Eds.), Grenzen der Strategieberatung (pp. 69-72). Bern: Haupt. - ISBN 3-258-06920-4.
- Müller-Stewens, G., & Knoll, S. (2005). Cross Business Synergies: A categorization and review of risks and benefits. In Strategisches Wertschöpfungsmanagement in dynamischer Umwelt : Festschrift für Erich Zahn. Frankfurt a. M.: Lang. - ISBN 3-631-53532-5.
- Müller-Stewens, G., & Knoll, S. (2005). Erfolgreiches Management von Cross-Business-Synergien ? Die Bedeutung des organisatorischen Kontextes. In Hungenberg, H., & Meffert, J. (Eds.), Handbuch Strategisches Management (pp. 791-814). Wiesbaden: Gabler. - ISBN 3-409-22312-6.
- Lechner, C., Müller-Stewens, G., Kreutzer, M., & Gesing, N. (2005). Herausforderung an das Geschäftsmodell der Beratungsindustrie. In .
- Müller-Stewens, G. (2005). Strategisches Management auf Gesamtunternehmensebene: Ein Bezugsrahmen für das Top Management. In Seyferth, M., Hoffmann, S., & Ulmer, M. (Eds.), Corporate Strategy. Aktuelle Herausforderungen und Perspektiven. (pp. 11-33). Bern: Haupt. - ISBN 3-258-06925-5.
- Müller-Stewens, G., & Lechner, C. (2004). Das internationale Allianzsystem um AT&T Unisource. In Zentes, J., & Swoboda, B. (Eds.), Fallstudien zum internationalen Management (pp. 487-502). Wiesbaden: Gabler Verlag. - ISBN 3-409-215-1.
- Müller-Stewens, G. (2004). Das strategische Konzept: Fehlendes Element in der Strategie des Gesamtunternehmens?. In Wildemann, H. (Eds.), Personal und Organisation : Festschrift für Rolf Bühner (pp. 369-397). München: TCW Transfer-Centrum. - ISBN 3-937236-08-2.
- Müller-Stewens, G. (2004). Fusionen und Übernahmen. In Schreyögg, G., & von Werder, A. (Eds.), Handwörterbuch Unternehmensführung und Organisation (pp. 332-340). Stuttgart: Schäffer-Poeschel. - ISBN 3-7910-8050-4.
- Müller-Stewens, G. (2004). Strategische Entwicklungsprozesse. In Dubs, R., Euler, D., Rüegg-Stürm, J., & Wyss, C. (Eds.), Einführung in die Managementlehre - Band 2 (pp. 39-83). Bern: Haupt. - ISBN 3-258-06999-9.
- Müller-Stewens, G. (2003). Erzeugung von Mehrwert auf Ebene des Gesamtunternehmens. In Matzler, K., Pechlaner, H., & Renzl, B. (Eds.), Werte schaffen (pp. 379-400). Wiesbaden: Gabler. - ISBN 3-409-12482-9.

- Müller-Stewens, G., & Lechner, C. (2003). Strategische Prozessforschung. Grundlagen und Perspektiven. In Ringlstetter, M. J., Henzler, H. A., & Mirow, M. (Eds.), *Perspektiven der Strategischen Unternehmensführung. Theorien ? Konzepte ? Anwendungen* (pp. 43-71). Wiesbaden: Gabler. - ISBN 3-409-12337-7.
- Müller-Stewens, G. (2003). Zur Genese von Strategien. In Horváth, P., & Gleich, U. (Eds.), *Neugestaltung der Unternehmensplanung* (pp. 209-224). Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag. - ISBN 3-7910-2107.
- Müller-Stewens, G., Willeitner, S., & Schäfer, M. (2002). Cross Border Acquisitions. In Krystek, U., & Zur, E. (Eds.), *Internationalisierung. Eine Herausforderung für die Unternehmensführung* (pp. 141-169). Berlin: Springer. - ISBN 3-540-67287-7.
- Müller-Stewens, G., & Lechner, C. (2002). Unternehmensindividuelle und gastlandbezogene Einflussfaktoren der Markteintrittsform. In Macharzina, K., & Oesterle, M. J. (Eds.), *Handbuch Internationales Management. Grundlagen - Instrumente - Perspektiven* (pp. 381-402). Wiesbaden: Gabler. - ISBN 3-409-22184-0.
- Müller-Stewens, G., & Lechner, C. (2001). Audit der Managementqualität. In Reinecke, S., Tomczak, T., & Geis, G. (Eds.), *Handbuch Marketingcontrolling: Marketing als Motor von Wachstum und Erfolg* (pp. 106-126). Frankfurt: Ueberreuter. - ISBN 3-7064-0767-1.
- Müller-Stewens, G., Deiss, M., & Muchow, K. C. (2001). Computer Based Training. In Mergerland (pp. 1 CD-Rom). Zürich: HQ Informationssysteme AG.
- Müller-Stewens, G., & Kriegmeier, J. (2001). Das Wertschöpfungssystem einer Professional Service Firm. In Siegwart, H., & Mahari, J. (Eds.), *Management Consulting* (pp. 133-160). München: Helbling & Lichtenhahn. - ISBN 3-7190-1893-8.
- Müller-Stewens, G. (2001). Die Bereitschaft zur Teilung von Wissen in Professional Service Firms. In *Integriertes Dienstleistungs-Management : auf dem Weg zum Customer Value* (pp. 121-135). St. Gallen: Institut für Versicherungswirtschaft. - ISBN 3-9521493-8-1.
- Müller-Stewens, G., Lechner, C., & Stahl, H. (2001). Die Gestaltung von Stakeholder-Beziehungen als Grundlage jedes Grenzmanagements. In Hinterhuber, H., & Stahl, H. (Eds.), *Fallen die Unternehmensgrenzen? Beiträge zur Aussenorientierung der Unternehmensführung* (pp. 270-291). Renningen-Malmsheim: Expert Verlag. - ISBN 3-8169-1935-9.
- Müller-Stewens, G. (2001). Eckpfeiler eines Integrationsmanagements. In Thom, N., & Zaugg, R. (Eds.), *Excellence durch Personal- und Organisationskompetenz* (pp. 185-200). Bern: Haupt. - ISBN 3-258-06306-0.
- Lechner, C., Müller-Stewens, G., & Muchow, K. C. (2001). How do firms adopt, apply and "root" new management concepts. In Blecker, T., & Gemünden, H. (Eds.), *Innovatives Produktions- und Technologiemanagement* (pp. 453-476). Berlin: Springer. - ISBN 3-540-41661-7.
- Müller-Stewens, G., Lechner, C., & Muchow, K. C. (2001). Innovations in Strategic Management Systems: How do firms adopt, apply and 'root' new management concepts. In Blecker, T., & Gemünden, H. (Eds.), *Innovatives Produktions- und Technologiemanagement* (pp. 453-476). Berlin: Springer. - ISBN 3-540-41661-7.
- Müller-Stewens, G., & Mezger, S. (2001). Investor Relations bei Mergers & Acquisitions am Neuen Markt. In Achleitner, A. K., & Bassen, A. (Eds.), *Investor Relations am neuen Markt* (pp. 733-752). Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag. - ISBN 3-7910-1773-X.

- Müller-Stewens, G. (2001). Strategieforschung. In Diller, H. (Eds.), *Vahlens Großes Marketinglexikon* (pp. 1618-1619). München: Verlag Vahlen. - ISBN 3-8006-2689-6.
- Müller-Stewens, G. (2001). Unternehmensakquisition. In Bühner, R. (Eds.), *Management-Lexikon* (pp. 788-792). München: Vahlen. - ISBN 3-486-25146-5.
- Müller-Stewens, G. (2001). Unternehmensführung. In Bühner, R. (Eds.), *Management-Lexikon* (pp. 792-796). München: Vahlen. - ISBN 3-486-25146-5.
- Müller-Stewens, G. (2001). Unternehmenszusammenschluss. In Bühner, R. (Eds.), *Management-Lexikon* (pp. 818-821). München: Vahlen. - ISBN 3-486-25146-5.
- Müller-Stewens, G. (2000). Akquisitionen und der Markt für Unternehmenskontrolle: Entwicklungstendenzen und Erfolgsfaktoren. In Picot, A., Nordmeyer, A., & Pribilla, P. (Eds.), *Management von Akquisitionen* (pp. 41-61). Stuttgart: Poeschel. - ISBN 3-7910-1660-1.
- Müller-Stewens, G. (2000). Das "One-Firm"-Konzept: Zum Spannungsfeld von globaler Integration und lokaler Kundennähe bei international tätigen Professional Service Firms. In Belz, C., & Bieger, T. (Eds.), *Dienstleistungskompetenz und innovative Geschäftsmodelle* (pp. 76-87). St. Gallen: Thexis. - ISBN 3-908545-54-4.
- Müller-Stewens, G. (2000). Die Organisation als Gegenstand von Veränderungsprozessen. In Österle, H., & Winter, R. (Eds.), *Business Engineering* (pp. 97-109). Berlin: Springer. - ISBN 3-540-67258-3.
- Müller-Stewens, G., & Lechner, C. (2000). Initiierung des Strategieentwicklungsprozesses. In Foschiani, S., Habenicht, W., Schmid, U., & Wäscher, G. (Eds.), *Strategisches Management im Zeichen von Umbruch und Wandel: Festschrift für Professor Dr. Erich Zahn zum 60. Geburtstag* (pp. 53-75). Stuttgart: Poeschel. - ISBN 3-7910-1530-3.
- Lechner, C., & Müller-Stewens, G. (2000). Strategy process research: What do we know, what should we know?. In Dahiya, S. (Eds.), *Management - Volume 1* (pp. 1863-1893). Rohtak: Spellbound Verlag. - ISBN 81-7600-049-3.
- Müller-Stewens, G., & Lechner, C. (2000). Thematische Akzente von Wandelprojekten. In Häfliger, G., & Meier, J. (Eds.), *Aktuelle Tendenzen im Innovationsmanagement: Festschrift für Werner Popp zum 65. Geburtstag* (pp. 283-298). Heidelberg: Physica Verlag. - ISBN 3-7908-1285-4.
- Müller-Stewens, G., & Lechner, C. (1999). Das internationale Allianzsystem um AT&T Unisource. In Zentes, J., & Swoboda, B. (Eds.), *Fallstudien zum internationalen Management Instructur's Manual* (pp. 307-313). Saarbrücken: Univ., Inst. für Handel und Internat. Marketing.
- Müller-Stewens, G., & Schäfer, M. (1999). Mergers & Acquisitions: Grundlagen. In Thießen, F. (Eds.), *Lexikon des Geld-, Bank-, und Börsenwesens - Band 2* (pp. 1305-1316). Frankfurt am Main: Knapp.
- Müller-Stewens, G., & Schäfer, M. (1999). Mergers & Acquisitions: Transaktionsberatung. In Thießen, F. (Eds.), *Lexikon des Geld-, Bank-, und Börsenwesens - Band 2* (pp. 1317-1322). Frankfurt am Main: Knapp.
- Müller-Stewens, G., & Schäfer, M. (1999). Mergers & Acquisitions: Transaktionsdurchführung. In Thießen, F. (Eds.), *Lexikon des Geld-, Bank-, und Börsenwesens - Band 2* (pp. 1323-1330). Frankfurt am Main: Knapp.

- Müller-Stewens, G., Drolshammer, J., & Kriegmeier, J. (1999). Professional Service Firms - Branchenmerkmale und Gestaltungsfelder des Managements, Frankfurt. In Müller-Stewens, G., Drolshammer, J., & Kriegmeier, J. (Eds.), Professional Service Firms (pp. 11-153). Frankfurt: FAZ Verlag. - ISBN 3-933180-40-6.
- Müller-Stewens, G. (1999). Strategische Förderung internen Unternehmertums. In Wunderer, R. (Eds.), Mitarbeiter als Mitunternehmer (pp. 122-134). Neuwied: Luchterhand Verlag. - ISBN 3-472-03422-X.
- Müller-Stewens, G., & Lechner, C. (1999). Zur Entwicklung komplex strukturierter Allianzen. In Sattelberger, T., & Weiss, R. (Eds.), Humankapital schafft Shareholder Value (pp. 33-71). Köln: Deutscher Instituts-Verlag GmbH. - ISBN 3-602-14493-3.
- Lechner, C., & Müller-Stewens, G. (1999). Zur Entwicklung von Allianzsystemen oder die Emergenz kollektiv geteilter Fähigkeiten. In Engelhard, J., & Sinz, E. J. (Eds.), Kooperation und Wettbewerb (pp. 31-58). Wiesbaden: Gabler. - ISBN 3-409-11497-1.
- Müller-Stewens, G., & Fontin, M. (1998). Die Messung der Management-Qualität als künftige Stufe des strategischen Performance-Measurement. In Handlbauer, G., Matzler, K., Sauerwein, E., & Stumpf, M. (Eds.), Perspektiven im strategischen Management : Festschrift anlässlich des 60. Geburtstages von Prof. Hans H. Hinterhuber (pp. 203-217). Berlin und New York: De Gruyter. - ISBN 3-11-016145-1.
- Müller-Stewens, G. (1998). Performance Measurement im Lichte eines Stakeholderansatzes. In Reinecke, S., Tomczak, T., & Dittrich, S. (Eds.), Marketingcontrolling (pp. 34-43). St. Gallen: Thexis. - ISBN 3-908545-37-4.
- Gomez, P., Schüppel, J., & Müller-Stewens, G. (1998). The Knowledge Spiral. In Vonkrogh, G., Roos, J., & Kleine, D. (Eds.), Knowing in Firms (pp. 223-239). London: Sage. - ISBN 0-7619-6013-9.
- Müller-Stewens, G. (1997). Auf dem Weg zur Virtualisierung der Prozessorganisation. In Müller-Stewens, G. (Eds.), Virtualisierung von Organisationen (pp. 1-22). Stuttgart: Schäffer-Poeschel. - ISBN 3-8202-1157-8.
- Müller-Stewens, G., & Gocke, A. (1997). Case Study Daimler-Benz. In Sinatra, A. (Eds.), Corporate Transformation (pp. 153-175). Dordrecht: Kluwer Academic Publishers. - ISBN 0-7923-9767-3.
- Müller-Stewens, G., Willeitner, S., & Schäfer, M. (1997). Cross Border Acquisitions. In Krystek, U., & Zur, E. (Eds.), Internationalisierung. Eine Herausforderung für die Unternehmensführung (pp. 89-117). Berlin: Springer. - ISBN 3-540-61843-0.
- Müller-Stewens, G., & Scholl, H. (1997). Dezentralität und Wandel: Skizzen zu einem veränderten Führungsverständnis. In Klimecki, R., & Remer, A. (Eds.), Personal als Strategie (pp. 121-135). Neuwied: Luchterhand. - ISBN 3-472-03093-3.
- Müller-Stewens, G. (1997). Fundamental change in highly complex organizations: The connectivity of leadership interventions as illustrated by the example of Daimler-Benz AG. In Sinatra, A. (Eds.), Corporate Transformation (pp. 132-152). Dordrecht: Kluwer Academic Publishers. - ISBN 0-7923-9767-3.
- Müller-Stewens, G. (1997). Grundzüge einer Virtualisierung. In Müller-Stewens, G. (Eds.), Virtualisierung von Organisationen (pp. 23-41). Stuttgart: Schäffer-Poeschel. - ISBN 3-8202-1157-8.

- Müller-Stewens, G., & Hillig, A. (1997). Kooperationskompetenz für organisationales Lernen im Rahmen strategischer Allianzen. In , D. W. (Eds.), *Handbuch Lernende Organisation* (pp. 249-256). Wiesbaden: Gabler. - ISBN 3-409-18694-8.
- Müller-Stewens, G., & Schäfer, M. (1997). The german market for corporate control: structural development, cross-border activities and key players. In Owen, G., & Richter, A. (Eds.), *Corporate restructuring in Britain and Germany* (pp. 30-40). London: Anglo-German Foundation for the Study of Industrial Society. - ISBN 1-900834-07-3.
- Müller-Stewens, G. (1996). Kooperationsverfassung: Unternehmenszusammenschlüsse und Strategische Allianzen. In Eversheim, W., & Schuh, G. (Eds.), *Hütte : Produktion und Management "Betriebshütte" - Band 1* (pp. Kapitel 2.2.4). Berlin: Springer. - ISBN 3-540-59360-8.
- Müller-Stewens, G. (1996). Transformation von Unternehmenskulturen. In Eversheim, W., & Schuh, G. (Eds.), *Hütte : Produktion und Management "Betriebshütte" - Band 1* (pp. Kapitel 2.3.2). Berlin: Springer. - ISBN 3-540-59360-8.
- Müller-Stewens, G. (1995). Bausteine zu einem Management Strategischer Allianzen. In Thommen, J. P. (Eds.), *Management-Kompetenz* (pp. 339-357). Zürich: Versus-Verlag. - ISBN 3-908143-30-6.
- Müller-Stewens, G. (1995). Fundamentaler Wandel hochkomplexer Organisationen: Zur Anschlussfähigkeit von Führungsinterventionen am Beispiel Daimler-Benz. In Müller-Stewens, G., & Spickers, J. (Eds.), *Unternehmerischen Wandel erfolgreich bewältigen* (pp. 139-180). Wiesbaden: Gabler. - ISBN 3-409-13497-2.
- Müller-Stewens, G. (1995). Portfolio-Analysen. In Tietz, B., Köhler, R., & Zentes, J. (Eds.), *Handwörterbuch des Marketing (HWM)* (pp. 2041-2055). Stuttgart: Poeschel. - ISBN 3-7910-8041-5.
- Müller-Stewens, G. (1995). Unternehmenskooperation und Führung (Fusion, Allianz, Joint Ventures). In Kieser, A., Reber, G., & Wunderer, R. (Eds.), *Handwörterbuch der Führung (HWFÜ)* (pp. 2063-2074). Stuttgart: Poeschel. - ISBN 3-7910-8043-1.
- Müller-Stewens, G., & Fischer, T. (1995). Voraussetzungen zur Schulung von Management-Konzepten. In Metzger, C., & Seitz, H. (Eds.), *Wirtschaftliche Bildung : Träger, Inhalte, Prozesse : Rolf Dubs zum 60. Geburtstag* (pp. 543-561). Zürich: Verlag des Schweizerischen Kaufmännischen Verbandes. - ISBN 3-286-51041-6.
- Krüger, W., & Müller-Stewens, G. (1994). Matching Acquisition Policy and Integration Style. In Vonkrogh, G., Sinatra, A., & Singh, H. (Eds.), *The management of corporate acquisitions : international perspectives* (pp. 50-87). London: Macmillan. - ISBN 0-333-58010-9.
- Müller-Stewens, G., & Spickers, J. (1993). Akquisitionsmanagement als Organisation des Wandels. In Staehle, W. H., & Sydow, J. (Eds.), *Managementforschung - Band 3* (pp. 203-270). Berlin: De Gruyter. - ISBN 3-409-11977-9.
- Dahm, H., & Müller-Stewens, G. (1993). Besonderheiten des M&A-Geschäfts in der Bundesrepublik Deutschland. In Hanzel, N., & Wunderbaldinger, E. (Eds.), *Mergers & Acquisitions in Austria* (pp. 327-369). Wien: Ueberreuter. - ISBN 3-8000-9153-4.
- Müller-Stewens, G. (1993). Sachgebietsartikel Strategische Partnerschaften. In Wittmann, W., Kern, W., Köhler, R., Küpper, H. U., & v. Wysocki, K. (Eds.), *Handwörterbuch der Betriebswirtschaft - Band 3* (pp. 4063-4075). Stuttgart: Poeschel. - ISBN 3-7910-8033-4.

- Müller-Stewens, G. (1992). Frühwarnsysteme. In Diller, H. (Eds.), Vahlens Großes Marketinglexikon (pp. 344-347). München: Vahlen. - ISBN 3-8006-1571-1.
- Müller-Stewens, G., & Hillig, A. (1992). Motive zur Bildung Strategischer Allianzen: Die aktivsten Branchen im Vergleich. In Bronder, C., & Pritzl, R. (Eds.), Wegweiser für Strategische Allianzen (pp. 64-101). Wiesbaden: Gabler. - ISBN 3-409-13946-X.
- Müller-Stewens, G. (1992). Organisationspsychologische Aspekte bei der Integration von Unternehmensakquisitionen. In Busse von Colbe, W., & Coenenberg, A. G. (Eds.), Unternehmensakquisition und Unternehmensbewertung. Grundlagen und Fallstudien (pp. 331-342). Stuttgart: Poeschel. - ISBN 3-8202-0835-6.
- Müller-Stewens, G. (1992). Strategie und Organisationsstruktur. In Frese, E. (Eds.), Handwörterbuch der Organisation (HWO) (pp. 2344-2355). Stuttgart: Poeschel. - ISBN 3-7910-8027-X.
- Müller-Stewens, G. (1992). Strategieforschung. In Diller, H. (Eds.), Vahlens Großes Marketinglexikon (pp. 1106-1108). München: Vahlen. - ISBN 3-8006-1571-1.
- Müller-Stewens, G. (1991). New Venture Management: Ein Weg zu einer innovativen Organisationskultur?. In Dülfer, E. (Eds.), Organisationskultur (pp. 215-230). Stuttgart: Poeschel. - ISBN 3-7910-0575-8.
- Müller-Stewens, G., & Pautzke, G. (1991). Organisatorisches Lernen und Führungskräfteentwicklung. In Sattelberger, T. (Eds.), Die lernende Organisation (pp. 183-205). Wiesbaden: Gabler. - ISBN 3-409-19144-5.
- Müller-Stewens, G. (1991). Personal-Management bei Mergers & Acquisitions. In Jahrbuch Weiterbildung 1991 (pp. 57-59). Düsseldorf.
- Müller-Stewens, G., & Bretz, H. (1991). Stimulierung unternehmerischer Tugenden durch New Venture Management. In Schanz, G. (Eds.), Handbuch Anreizsysteme (pp. 547-566). Stuttgart: Poeschel. - ISBN 3-7910-0558-8.
- Müller-Stewens, G. (1991). Strategisches Personalmanagement bei Mergers & Acquisitions. In Ackermann, K. F., & Scholz, H. (Eds.), Personalmanagement für die 90er Jahre : neue Entwicklungen - neues Denken - neue Strategien (pp. 157-171). Stuttgart: Poeschel. - ISBN 3-7910-0584-7.
- Krystek, U., & Müller-Stewens, G. (1990). Grundzüge strategischer Frühaufklärung. In Hahn, D., & Taylor, B. (Eds.), Strategische Unternehmensplanung. Heidelberg: Physica-Verlag.
- Müller-Stewens, G., & Pautzke, G. (1989). Führungskräfteentwicklung, organisatorisches Lernen und Individualisierung. In Drumm, H. J. (Eds.), Individualisierung der Personalwirtschaft : Grundlagen, Lösungsansätze und Grenzen (pp. 137-147). Bern: Haupt. - ISBN 3-258-04081-8.
- Müller-Stewens, G. (1989). Vorstoß in neue Geschäfte: Identifikation und Eintrittsstrategien. In Riekhof, H. C. (Eds.), Strategieentwicklung (pp. 313-331). Stuttgart: Poeschel. - ISBN 3-7910-0476-X.
- Müller-Stewens, G. (1988). Betriebswirtschaftslehre der Industrie. Was ist das und wozu studiert man sie?. In Angewandte Führungslehre und Betriebswirtschaftslehre der Industrie an der Ludwig-Maximilians-Universität zu München (pp. 43-56).
- Müller-Stewens, G. (1988). Entwicklung von Strategien für den Eintritt in neue Geschäfte. In Henzler, H. A. (Eds.), Handbuch Strategische Führung (pp. 219-242). Wiesbaden: Gabler. - ISBN 3-409-19910-1.

- Müller-Stewens, G. (1988). Sachgebietsartikel "Strategisches Management", "Unternehmensplanung", "Unternehmenspolitik" und "Zukunftsforschung" sowie alle damit verbundenen Unterstichwörter. In Gabler Wirtschafts-Lexikon. Wiesbaden: Gabler. - ISBN 3-409-30935-7.
- Müller-Stewens, G. (1985). STAR: Ein Ansatz zur Verwirklichung einer Strategischen Frühaufklärung. In Raffae, H., Dichtl, E., Kreutzer, R., & Wiedmann, K. (Eds.), Strategisches Marketing (pp. 370-390). Stuttgart: Poeschel. - ISBN 3-7910-0374-7.
- Müller-Stewens, G., & Schmid, M. (1985). Trends im Handel. In Haberland, G. (Eds.), Der kaufmännische Geschäftsführer - Band 1 (pp. 1-40). München.
- Kirsch, W., Müller-Stewens, G., Reichert, R., & Trux, W. (1984). Strategische Suchfeldanalysen: Die systematische Suche nach neuen Geschäften zur Überwindung struktureller Stagnation. In Staehle, W. H., & Stoll, E. (Eds.), Betriebswirtschaftslehre und ökonomische Krise: Kontroverse Beiträge zur betriebswirtschaftlichen Krisenbewältigung (pp. 111-123). Wiesbaden: Gabler. - ISBN 3-409-13037-3.
- Müller-Stewens, G., Roventa, P., & Lückerrath, T. (1983). Die Bewertung der Marktattraktivität - Ein offenes Problem der Strategischen Analyse. In Kirsch, W., & Roventa, P. (Eds.), Bausteine eines strategischen Managements : Dialoge zwischen Wissenschaft und Praxis (pp. 163-203). Berlin: De Gruyter. - ISBN 3-11-008783-9.
- Krampe, G., & Müller-Stewens, G. (1983). Diffusionsfunktionen als theoretisches und praktisches Konzept zur Strategischen Frühaufklärung. In Kirsch, W., & Roventa, P. (Eds.), Bausteine eines strategischen Managements : Dialoge zwischen Wissenschaft und Praxis (pp. 283-304). Berlin: De Gruyter. - ISBN 3-11-008783-9.
- Müller-Stewens, G., & Zeiser, B. (1983). Zufallsbereiche zur Beurteilung frühaufklärender Signale. In Kirsch, W., & Roventa, P. (Eds.), Bausteine eines strategischen Managements : Dialoge zwischen Wissenschaft und Praxis (pp. 265-281). Berlin und New York: De Gruyter. - ISBN 3-11-008783-9.

## conference paper

- Schmid, T., & Müller-Stewens, G. (2008). Organizational Design, Exploration-Exploitation Paradox and Effectiveness: Toward a Pragmatic Perspective. In , pp.1-40: Strategic Management Society.
- Müller-Stewens, G. (2002). A "Stakeholder Model" of Initiatives: An Empirical Study of e-Business Initiatives in European Financial Service Firms. In .
- Kownatzki, M., Lechner, C., & Müller-Stewens, G. (2001). Decision speed and the role of corporate involvement. In .
- Lechner, C., Müller-Stewens, G., & Deiss, . (2000). Where and how do innovative strategic initiatives emanate from in organizations?. In .
- Lechner, C., Müller-Stewens, G., & Muchow, K. (1999). How do Firms Adopt, Apply, and 'Root' Strategic Concepts?. In .
- Lechner, C., & Müller-Stewens, G. (1999). The emergence of alliance systems. In .
- Lechner, C., & Müller-Stewens, G. (1999). Zur Entwicklung von Allianzsystemen oder die Emergenz kollektiv geteilter Fähigkeiten. In .

## book review

- Müller-Stewens, G. (2004). Kaplan, R.S./Norton, D.P.: Strategy Maps. Converting intangible assets into tangible outcomes, Harvard Business School Press, Boston 2004. Controlling, 16 (8/9), 519-520.
- Müller-Stewens, G. (2003). Gerds, Johannes: Post Merger Integration. Eine empirische Untersuchung zur Integrationsforschung, Gabler Verlag und Deutscher Universitäts-Verlag, Wiesbaden 2000. Management Revue, 14(2), 88-91.
- Müller-Stewens, G. (2003). Hitt, Michael A./Harrison, Jeffrey S./Ireland, R. Duane: Mergers and acquisitions. A guide to creating value for stakeholders, Oxford University Press, Oxford etc. 2001. Management Revue, 14(2), 75-78.
- Müller-Stewens, G. (2000). Sattelberger, Thomas: Wissenskapitalisten oder Söldner?. European Business Forum, 1(1), 73.
- Müller-Stewens, G. (1989). Servatius, Hans-Gerd: New Venture Management. Zeitschrift Führung + Organisation, 57(5), 351-352.
- Müller-Stewens, G. (1987). Theisen, Manuel R.: Wissenschaftliches Arbeiten, München 1986. Der Betrieb(6).

## case study

- Schimmer, M., Müller-Stewens, G., & Sponland, P. (2011). The Battle of Apple, Microsoft and Google: Strategic Lessons from a Converging Internet Industry 2000-2010: ECCH (European Case Clearing House).
- Menz, M., & Müller-Stewens, G. (2010). Siemens: Management Innovation at the Corporate Level. Cranfield, UK: European Case Clearing House (ecch).
- Müller-Stewens, G., & Knoll, S. (2006). Smart Linking: Steigerung von Wachstum und Profitabilität durch innovatives Geschäftseinheiten-übergreifendes Synergiemanagement.
- Alscher, A., & Müller-Stewens, G. (2006). The Acquisition of Aventis by Sanofi - Attack as Defense: ecch case database.
- Lechner, C., Marx, K., & Müller-Stewens, G. (2002). Der Wettlauf um neue E-Business Modelle (deutsche Version). Fallstudie mit Teaching Note. St. Gallen: European Case Clearing House.
- Lechner, C., Marx, K., & Müller-Stewens, G. (2002). The race for new business models (englische Version). Fallstudie mit Teaching Note. St. Gallen: European Case Clearing House.
- Müller-Stewens, G. (2000). Wertsteigerung durch Desinvestitionen, Zusammenfassung der Untersuchungsergebnisse der mit A.T.Kearney durchgeführten Studie.

## working paper

- Lechner, C., & Müller-Stewens, G. (1999). Strategische Prozessforschung: Zentrale Fragestellungen und Entwicklungstendenzen. Arbeitspapier Nr. 33. St. Gallen: Institut für Betriebswirtschaft an der Universität St. Gallen.
- Müller-Stewens, G., & Radel, T. (1997). Allianzsysteme als Spieler auf dem globalen Telekommunikationsmarkt: "Kampf der Giganten" oder "Emperors without Empires"?. Arbeitspapier Nr. 25. St. Gallen: IfB-HSG.
- Müller-Stewens, G., & Radel, T. (1997). Branchendynamik und Veränderungsnotwendigkeit: Das Beispiel der Telekommunikationsbranche. Arbeitspapier Nr. 26. St. Gallen: IfB-HSG.
- Müller-Stewens, G., & Schinken, C. (1988). Beteiligungsstrategien. Duisburger Strategiestudie Nr. 2: Duisburg.
- Müller-Stewens, G., & Schinken, C. (1988). Branchenanalyse und Wettbewerbsstrategien in der Auto-Leasing-Branche. Duisburger Strategiestudie Nr. 1: Duisburg.

## working report

- Menz, M., Müller-Stewens, G., Reineke, B., & Henkel, C. B. (2012). The Role of Chief Strategy Officers 2011. St. Gallen/Munich: University of St. Gallen/Roland Berger Strategy Consultants.
- Müller-Stewens, G., Menz, M., Lochbrunner, V., Gentle, C., Kobler, D., & Grampp, M. (2010). The Future for Business in Switzerland? How to Stay Ahead. St. Gallen/Zurich: University of St. Gallen/Deloitte.
- Müller-Stewens, G., Menz, M., Lochbrunner, V., Gentle, C., Kobler, D., & Grampp, M. (2010). Wirtschaftsstandort Schweiz: Was bringt die Zukunft? Strategien für eine wettbewerbsfähige Zukunft. St. Gallen/Zürich: Universität St. Gallen/Deloitte.

## article

- Müller-Stewens, G., & Menz, M. (2011). Dotcom 2.0: Wieder droht ein Hype. Handelszeitung, 28(2011), 41.
- Müller-Stewens, G. (2011). Ein starker Franken macht noch keine Akquisition. St.Galler Tagblatt, 240, 2.
- Müller-Stewens, G., & Kunisch, S. (2010). Mergers & Acquisitions Marktentwicklung 2009/2010: Neue Übernahmewelle?. unternehmermagazin, 7/8(58), 44-46.
- Müller-Stewens, G., & Brauer, M. (2010). One-Firm-Strategien sind mehr als eine Modeerscheinung. Neue Zürcher Zeitung, 96, 28.
- Müller-Stewens, G. (2010). Welchen Wert generiert ein Konzern?. Frankfurter Allgemeine Zeitung, 146, 10.
- Müller-Stewens, G. (2009). Das Potenzial der Beratungsbranche: Buchbesprechung: Management Consulting: Perspektiven am Puls des Wandels. Wohlgemuth A; Gfrörer, R. Neue Zürcher Zeitung, 25.

- Müller-Stewens, G. (2009). Konsequenzen für den Markt der Unternehmenskontrolle. Konsequenzen aus der Finanzmarktkrise, 32.
- Müller-Stewens, G. (2009). M&A communication starts on day one. The Communications Journal, IRF Newsletter(14), 3.
- Müller-Stewens, G. (2009). M&A Cummunication Starts on Day One. The Communications Journal, 14, 3.
- Müller-Stewens, G. (2009). The Future of Organization: Spannungsfelder ausgestalten. zfo, 5 (78), 223.
- Lechner, C., & Müller-Stewens, G. (2008). Fähigkeiten zur Realisierung von Strategien. Newsletter von Digma Management Consulting AG, 1, 2.
- Müller-Stewens, G., & Brauer, M. (2008). Neues Denken fördern. Wirtschaftswoche, 25, 52-53.
- Müller-Stewens, G., & Brauer, M. (2008). Zwischen Quartalsdenken und Langfrist-Orientierung. NZZ Neue Zürcher Zeitung, 97, 33.
- Müller-Stewens, G., & Fontin, M. (2003). Die Innovation des Geschäftsmodells - der unterschätzte vierte Weg. Frankfurter Allgemeine Zeitung, 18.
- Müller-Stewens, G. (2000). Unternehmenskultur bei strategischen Allianzen. Frankfurter Allgemeine Zeitung, 69.
- Müller-Stewens, G. (1999). Brücken zwischen den Kulturen. Forum, 2, 34-35.
- Müller-Stewens, G., & Kriegmeier, J. (1998). Der Kampf um Humankapital - Unternehmensberatung. Handelszeitung, 187, 40.
- Müller-Stewens, G., & Schäfer, M. (1996). Aufschwung bei Übernahmen. Handelsblatt, 84, B1-B2.
- Müller-Stewens, G., & Gocke, A. (1995). Ausländische Investoren weiter zurückhaltend bei Unternehmenskäufen in Deutschland. Blick durch die Wirtschaft(38), 7.
- Müller-Stewens, G., & Gocke, A. (1995). Investoren auch durch zuviel Regelungen abgeschreckt. Handelsblatt, 84, 25-26.
- Müller-Stewens, G., & Gocke, A. (1994). Enger Finanzierungsspielraum dämpfte in einigen Branchen die Aktivitäten. Handelsblatt, 82, B1-B2.
- Müller-Stewens, G., & Schubert, V. (1993). M&A in Deutschland. In tiefgreifendem Strukturwandel. Handelsblatt, 21, 16.
- Müller-Stewens, G. (1992). Deutsche Wirtschaft für ausländische Investoren von regem Interesse. Handelsblatt, 83, B1.
- Müller-Stewens, G., Zappei, L., & Vanselow, J. (1992). Integration von Akquisitionen in den neuen Bundesländern - Teil 2. Die Erwartungen müssen meist deutlich nach unten revidiert werden. Handelsblatt, 38, 24.
- Müller-Stewens, G., Zappei, L., & Vanselow, J. (1992). Integration von Akquisitionen in den neuen Bundesländern - Teil 3. Häufig kam es zu einer dramatischen Fehleinschätzung der laufenden Kosten. Handelsblatt, 43, 19.

- Müller-Stewens, G. (1992). Integration von Akquisitionen in den neuen Bundesländern - Teil 4. Intensive Vorbereitung und frühzeitiges Festlegen der Strategie notwendig. Handelsblatt, 48, 24.
- Müller-Stewens, G., Zappei, L., & Vanselow, J. (1992). Integration von Unternehmensakquisitionen in den neuen Bundesländern - Teil 1. Die Probleme werden oft bewusst abgewiegelt. Handelsblatt, 33, 21.
- Müller-Stewens, G. (1992). Mergers & Acquisitions. Besonderheiten und aktuelles Geschehen am deutschen Markt. Information, 90, 23-37.
- Müller-Stewens, G. (1991). Der deutsche Markt ist relativ unterentwickelt bei geringem Professionalisierungsgrad: Die mittelständische Wirtschaft zieht nach - starkes Interesse der Ausländer. Handelsblatt, 75, B1-B2.
- Müller-Stewens, G. (1990). Stand und Entwicklungstrends der Unternehmenszusammenschlüsse Deutschland-Schweiz. CH-D Wirtschaft, 12(39), 9-11.
- Müller-Stewens, G., & Roventa, P. (1989). Beteiligungen. Die Rolle der Unternehmungs-beteiligungs-gesellschaften - Meist sind die Banken Hauptgesellschafter. Vom Kapitalgeber zum unternehmerischen Partner. Handelsblatt, 76, B5.
- Müller-Stewens, G., & Schmeisser, W. (1988). Bei der Motivation werden langfristige Ziele oft übersehen. Congress & Seminar, 10, 53-54.
- Müller-Stewens, G. (1987). Der Chef muß die Richtung vorgeben. Vom Wert des Strategischen Managements heute. Blick durch die Wirtschaft, 201(30), 7.
- Müller-Stewens, G. (1987). Probleme im Umgang mit "schwachen Signalen". Erfahrungen aus der Verwirklichung einer Strategischen Frühaufklärung. Blick durch die Wirtschaft, 21(30), 4.

## presentation

- Gomez, P., & Müller-Stewens, G. (1993). New Winners? Fundamentalener Wandel in führenden europäischen, amerikanischen und japanischen Unternehmen. Presented at 23. Internationales Management-Gespräch an der Hochschule St. Gallen: Mobilizing Corporate Energies, St. Gallen.