

# Inhaltsverzeichnis

**Vorwort** ..... V

**Einführung** ..... S. 1

## **I. Grundlagen der Internationalisierung von Dienstleistungsunternehmen**

Internationalisierung von Dienstleistungen – Reflexionen zur  
Multikulturalität internationaler Dienstleistungskontexte  
*Marco A. Gardini (Bad Honnef)* ..... S. 11

Zur Relevanz der Dienstleistungsbesonderheiten für das internationale  
Dienstleistungsmanagement  
*Rudolf Maleri (Worms)* ..... S. 37

Zur Globalisierung des Dienstleistungssektors:  
Entwicklungsperspektiven für Deutschland  
*Eva-Maria John (Gelsenkirchen)* ..... S. 63

## **II. Strategisches Management internationaler Dienstleistungsunternehmen**

Internationalisierungsstrategien von Dienstleistungsunternehmen  
*Joerg Dolski / Arnold Hermanns (München)* ..... S. 85

Wettbewerbsstrategien internationaler Dienstleistungsunternehmen  
*Roland Kantsperger / Werner H. Kunz / Anton Meyer (München)* ... S. 111

Herausforderungen bei der internationalen Vermarktung von  
Service-to-Business-Leistungen  
*Frank Jacob / Michael Kleinaltenkamp (Berlin)* ..... S. 135

- Konfiguration und Koordination internationaler  
Dienstleistungsunternehmen  
*Dirk Holtbrügge / Markus G. Kittler / David Rygl (Nürnberg) ..... S. 159*

### **III. Operative Problemfelder und Lösungsansätze des internationalen Dienstleistungsmanage- ments**

- Länderübergreifende Organisation von Dienstleistungsprozessen  
*Sabine Fließ (Hagen) ..... S. 183*

- Dienstleistungsmanagement und Standortentscheidungen im  
internationalen Kontext – Möglichkeiten und Grenzen des Einsatzes  
betriebswirtschaftlicher Verfahren  
*Herbert Woratschek / Sven Pastowski (Bayreuth) ..... S. 215*

- Qualitätsmessung und Qualitätsmanagement international tätiger  
Dienstleistungsunternehmen – dargestellt am Beispiel touristischer  
Dienstleistungen  
*Martin Benkenstein / Katja Zielke (Rostock) ..... S. 241*

- Die Bedeutung von Dienstleistungsmarken im internationalen  
Wettbewerb  
*Manfred Bruhn / Karsten Hadwich (Basel) ..... S. 263*

- Interne Orientierung internationalen Dienstleistungsmanagements:  
Internal Brand, Internal Marketing, Internal Communication.  
*H.-Dieter Dahlhoff (Gelsenkirchen) ..... S. 281*

### **IV. Umsetzungserfahrungen internationaler Dienstleistungsunternehmen**

- Internationalisierung als Herausforderung an die Kommunikation der  
Deutschen Bank  
*Angela Schulze (Deutsche Bank) ..... S. 315*

- The Ritz-Carlton und Total Quality Management  
*Walter Junger (Ritz-Carlton) ..... S. 345*

Building the Global Brand Volvo CE in the Construction Equipment  
Industry: More Care Built in.  
*Eberhard Wedekind (Volvo CE)* ..... S. 367

Einflussfaktoren der Mitarbeiterzufriedenheit und Mitarbeiterbindung in  
Professional Service Firms – eine empirische Untersuchung am Beispiel  
von IT-Professionals der IBM Schweiz  
*Marco A. Gardini / Stefan Vogel (IBM)*..... S. 393

**Autorenverzeichnis..... S. 415**