

Inhalt

Forschungsgespräch zu Dienstleistungskompetenz	9
Entwicklungsschritte des Dienstleistungsmanagements und Konzept des Buchs <i>Christian Belz/Thomas Bieger</i>	11

Teil I

Transformation der Dienstleistung und der Unternehmen

Einleitung <i>Beat Bernet</i>	18
Financial Services – Veränderungen von Märkten, Leistungen und Unternehmen <i>Axel Lehmann</i>	22
Technologie an der Schwelle zum 21. Jahrhundert: Von der Prozess- zur Systemtransformation <i>Beat Bernet</i>	36
Transformation von Dienstleistungsunternehmen in Netzwerken – Empirische Erkenntnisse im Bereich der Assekuranz <i>Peter Maas</i>	52
Das «One-Firm»-Konzept: Zum Spannungsfeld von globaler Integration und lokaler Kundennähe bei international tätigen Professional Service Firms <i>Günter Müller-Stewens</i>	76
Zur Bedeutung neuer, netzwerkartiger Führungs- und Organisationsformen für das Management von Dienstleistungsunternehmen <i>Johannes Rüegg-Stürm/Monika Young</i>	88
Veränderung dank neuer Legitimation – Kundenorientierung als Grundlage für eine neue Sinnhaftigkeit der Verwaltung <i>Kuno Schedler/Jürg Felix</i>	124

Teil II

Informatik verändert Dienstleistungsprozesse und Geschäftsmodelle

Einleitung <i>Beat Schmid</i>	144
Informations- und Leistungsnetzwerke im Dienstleistungs- bereich – das Fallbeispiel «Weisse Arena AG» <i>Reto Gurtner/Thomas Bieger</i>	146

Finanzdienstleistungen im Informationszeitalter – Vision, Referenzmodell und Transformation <i>Susanne Leist-Galanos/Robert Winter</i>	150
Auf dem Weg zum Service-Portal <i>Hubert Österle</i>	168
Was ist neu an der digitalen Ökonomie? <i>Beat Schmid</i>	178
Teil III	
Dienstleistungsqualität und persönliche Interaktion	197
Einleitung <i>Thomas Bieger</i>	198
Customer Relation bei den Schweizerischen Bundesbahnen (SBB) im Personenverkehr <i>Paul Blumenthal</i>	200
Persönliche Interaktion als Erfolgsfaktor – Wie kann der Wert der persönlichen Interaktion gesteigert werden? <i>Thomas Bieger/Christian Laesser</i>	214
Was motiviert uns eigentlich zu Dienst und Dienstleistung? <i>Pater Daniel Schönbächler</i>	236
Interaktionen – ein Verständnisversuch aus psychologischer Sicht <i>Jürg Manella</i>	250
«Dienstleistung» im Produktkonzept für Financial Services – Konsequenzen für die Versicherung <i>Matthias Haller</i>	268
Service Quality <i>Søren Bisgaard</i>	296
Qualität von Serviceleistungen im Lebensmitteleinzelhandel <i>Thomas Rudolph/Marc Schmickler</i>	310
Wert und Preis von Dienstleistungen <i>Karl Heinz Sebastian/Dirk Schmidt-Gallas</i>	328
Teil IV	
Dienstleistungsmanagement erfordert Lernprozesse	343
Einleitung <i>Jürg Manella</i>	344
Management der Interaktionsqualität in Allianzen <i>Michael Eggenchwiler</i>	348
Lernen im Cyberspace: Die Zukunft der Wissens- entwicklung und Bildungsdienstleistung? <i>Andrea Back</i>	358

Informations- und Kommunikationstechnologien zur Unterstützung von Lernprozessen – Versprechungen, Potentiale, Grenzen <i>Franz Eberle</i>	376
Integrierte «glokale» ErfolgsbeWERTung von Dienstleistungsunternehmen <i>Martin Hilb</i>	398
Teil V	
Marketing für Dienstleistungen	407
Einleitung <i>Christian Belz</i>	408
ISS – Dienstleistungsmanagement im internationalen Konzern für Multiservices <i>Romano Spadaro</i>	410
Leistungssystem Bossard <i>Raphael Nosetti</i>	422
Industrieunternehmen als internationale Dienstleister <i>Christian Belz</i>	430
Gestaltung von industriellen Dienstleistungen <i>Günther Schuh/Christoph Speth</i>	454
Servicebreite als Markenelement: Das Beispiel Automobilindustrie <i>Ferdinand Dudenhöffer</i>	466
Bedeutung und Besonderheiten des Markenmanagements für Dienstleistungen <i>Torsten Tomczak/Benita Brockdorff</i>	486
Internationalisierungskonzepte im Dienstleistungsbereich – Bestandsaufnahme und Perspektiven <i>Heribert Meffert</i>	504
Teil VI	
Fazit zu Forschungen und Anwendungen der Dienstleistungskompetenz	521
Fazit – Zukünftige Kompetenzfelder im Dienstleistungsmanagement <i>Thomas Bieger/Christian Belz</i>	522
Anhang	531
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	531
Profile der Herausgeber	537
Autorenverzeichnis	538
Stichwortverzeichnis	542