

# Inhaltsverzeichnis

|                                                                                                         |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Vorwort der Herausgeber .....</b>                                                                    | <b>11</b> |
| <b>Vorwort der Autoren .....</b>                                                                        | <b>14</b> |
| <b>1     Gegenstand und Besonderheiten des internationalen<br/>      Dienstleistungsmarketing .....</b> | <b>17</b> |
| 1.1    Bedeutung und Entwicklung des internationalen<br>Dienstleistungsmarketing .....                  | 17        |
| 1.2    Begriff und Besonderheiten des internationalen<br>Dienstleistungsmarketing .....                 | 27        |
| <b>2     Typologisierung von internationalen Dienstleistungen .....</b>                                 | <b>32</b> |
| 2.1    Notwendigkeit zur Typologisierung internationaler<br>Dienstleistungen .....                      | 32        |
| 2.2    Internationale Dienstleistungstypologien .....                                                   | 36        |
| <b>3     Theoretische Grundlagen des internationalen<br/>      Dienstleistungsmarketing .....</b>       | <b>47</b> |
| 3.1    Theorien zur Internationalisierung von Unternehmen.....                                          | 47        |
| 3.2    Theorien zur Erklärung der Internationalisierung von<br>Dienstleistungsunternehmen .....         | 50        |
| 3.2.1   Theorien des Außenhandels .....                                                                 | 52        |
| 3.2.1.1 Theorie der relativen Kostenvorteile von<br>Ricardo.....                                        | 52        |
| 3.2.1.2 Faktorproportionen-Theorem von Heckscher<br>und Ohlin .....                                     | 53        |
| 3.2.2   Theorien der Direktinvestitionen .....                                                          | 57        |
| 3.2.2.1 Zinssatztheorie.....                                                                            | 57        |
| 3.2.2.2 Theorie des monopolistischen Vorteils von<br>Hymer.....                                         | 58        |
| 3.2.2.3 Theorien des oligopolistischen<br>Parallelverhaltens von Knickerbocker.....                     | 59        |
| 3.2.3   Übergreifende Internationalisierungstheorien .....                                              | 60        |
| 3.2.3.1 Verhaltenswissenschaftlicher Ansatz .....                                                       | 61        |

|          |                                                                                                    |            |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
|          | 3.2.3.2 Prozessansätze .....                                                                       | 62         |
|          | 3.2.3.3 Faktorenansätze.....                                                                       | 65         |
|          | 3.2.3.4 Ökonomische Ansätze .....                                                                  | 69         |
|          | 3.2.4 Zusammenfassende Würdigung des Erklärungsbeitrags<br>der Ansätze .....                       | 70         |
| <b>4</b> | <b>Konzepte des internationalen Dienstleistungsmarketing .....</b>                                 | <b>73</b>  |
| 4.1      | Bestimmung eines Länderportfolios.....                                                             | 73         |
| 4.2      | Stufenprozess der Internationalisierung von Dienstleistungen ...                                   | 78         |
| 4.3      | Grundorientierung des internationalen<br>Dienstleistungsmarketing .....                            | 79         |
| 4.4      | Managementprozess des internationalen<br>Dienstleistungsmarketing .....                            | 81         |
| <b>5</b> | <b>Analysen im internationalen Dienstleistungsmarketing .....</b>                                  | <b>86</b>  |
| 5.1      | Internationale Situationsanalyse im Dienstleistungsmarketing ..                                    | 86         |
| 5.1.1    | Faktoren der internationalen Situationsanalyse im<br>Dienstleistungsmarketing .....                | 86         |
| 5.1.2    | Analyse der globalen Rahmenbedingungen des<br>internationalen Dienstleistungsmarketing .....       | 91         |
| 5.1.3    | Branchen- und Wettbewerbsanalyse im internationalen<br>Dienstleistungsmarketing .....              | 93         |
| 5.1.4    | Analyse des Kundenverhaltens im internationalen<br>Dienstleistungsmarketing .....                  | 95         |
| 5.1.5    | Analyse der unternehmensspezifischen Faktoren im<br>internationalen Dienstleistungsmarketing ..... | 98         |
| 5.2      | Internationale Marktforschung im Dienstleistungsbereich.....                                       | 99         |
| 5.2.1    | Besonderheiten der internationalen Marktforschung ....                                             | 99         |
| 5.2.2    | Internationale Messung der Zufriedenheit durch<br>Kundenbarometer .....                            | 104        |
| 5.3      | Internationale Marktwahl im Dienstleistungsbereich.....                                            | 107        |
| 5.3.1    | Länderselektion .....                                                                              | 108        |
| 5.3.2    | Marktsegmentierung .....                                                                           | 111        |
| 5.3.3    | Marktselektion .....                                                                               | 114        |
| <b>6</b> | <b>Strategisches internationales Dienstleistungsmarketing.....</b>                                 | <b>120</b> |
| 6.1      | Ziele im internationalen Dienstleistungsmarketing.....                                             | 120        |
| 6.1.1    | Formulierung internationaler<br>Dienstleistungsmarketingziele .....                                | 120        |
| 6.1.2    | Unternehmensgerichtete internationale Marketingziele ..                                            | 124        |
| 6.1.3    | Kundengerichtete internationale Marketingziele .....                                               | 126        |
| 6.1.4    | Mitarbeitergerichtete internationale Marketingziele .....                                          | 129        |
| 6.2      | Markteintrittsstrategien von internationalen<br>Dienstleistungsunternehmen .....                   | 130        |

|          |                                                                                     |            |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 6.2.1    | Bestimmung der relevanten Entscheidungskriterien .....                              | 130        |
| 6.2.2    | Wahl der Markteintrittsform .....                                                   | 133        |
| 6.2.3    | Wahl der Timingstrategie .....                                                      | 147        |
| 6.3      | Marktbearbeitungsstrategien von internationalen<br>Dienstleistungsunternehmen ..... | 154        |
| 6.3.1    | Denken in Standardisierungs- und<br>Differenzierungsvorteilen .....                 | 154        |
| 6.3.2    | Multiplikations-, Anpassungs-, Verschmelzungs-<br>und Portfoliostrategie .....      | 157        |
| <b>7</b> | <b>Operatives internationales Dienstleistungsmarketing .....</b>                    | <b>165</b> |
| 7.1      | Internationale Leistungspolitik .....                                               | 168        |
| 7.1.1    | Dienstleistungsbesonderheiten bei der<br>Leistungspolitik .....                     | 168        |
| 7.1.2    | Internationale Qualitätspolitik .....                                               | 170        |
| 7.1.3    | Internationale Markenpolitik .....                                                  | 176        |
| 7.1.4    | Internationale Leistungsprogrammpolitik .....                                       | 181        |
| 7.2      | Internationale Kommunikationspolitik .....                                          | 186        |
| 7.2.1    | Dienstleistungsbesonderheiten der<br>Kommunikationspolitik .....                    | 186        |
| 7.2.2    | Externe Kommunikation .....                                                         | 188        |
| 7.2.3    | Interne Kommunikation .....                                                         | 192        |
| 7.2.4    | Interaktive Kommunikation .....                                                     | 194        |
| 7.3      | Internationale Preispolitik .....                                                   | 197        |
| 7.3.1    | Dienstleistungsbesonderheiten der Preispolitik .....                                | 197        |
| 7.3.2    | Internationale Preisdifferenzierung .....                                           | 199        |
| 7.4      | Internationale Vertriebspolitik .....                                               | 201        |
| 7.4.1    | Dienstleistungsbesonderheiten der Vertriebspolitik .....                            | 201        |
| 7.4.2    | Direkter Vertrieb .....                                                             | 203        |
| 7.4.3    | Indirekter Vertrieb .....                                                           | 204        |
| 7.4.4    | Elektronischer Vertrieb .....                                                       | 206        |
| 7.5      | Internationale Personalpolitik .....                                                | 208        |
| 7.5.1    | Dienstleistungsbesonderheiten der Personalpolitik .....                             | 209        |
| 7.5.2    | Personalbeschaffung .....                                                           | 212        |
| 7.5.3    | Personaleinsatz .....                                                               | 213        |
| 7.5.4    | Personalentwicklung .....                                                           | 215        |
| 7.5.5    | Personalführung .....                                                               | 218        |
| <b>8</b> | <b>Implementierung des internationalen Dienstleistungsmarketing .....</b>           | <b>221</b> |
| 8.1      | Barrieren der Internationalisierung von Dienstleistungen .....                      | 221        |
| 8.1.1    | Allgemeine Marktbarrieren der<br>Dienstleistungsinternationalisierung .....         | 222        |
| 8.1.2    | Politisch-rechtliche Barrieren der<br>Dienstleistungsinternationalisierung .....    | 223        |

|          |                                                                                                   |            |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 8.1.3    | Barrieren der Implementierung einer Internationalisierungsstrategie .....                         | 225        |
| 8.2      | Organisationsstrukturen in internationalen Dienstleistungsunternehmen .....                       | 228        |
| 8.2.1    | Organisationsformen internationaler Dienstleistungsunternehmen .....                              | 228        |
| 8.2.1.1  | Integrierte Organisationsformen .....                                                             | 229        |
| 8.2.1.2  | Differenzierte Organisationsformen .....                                                          | 231        |
| 8.2.2    | Herausforderungen und Konzepte der Koordination im internationalen Dienstleistungsmarketing ..... | 233        |
| 8.3      | Managementsysteme in internationalen Dienstleistungsunternehmen .....                             | 239        |
| 8.3.1    | Rolle der Kommunikationssysteme in internationalen Dienstleistungsunternehmen .....               | 240        |
| 8.3.2    | Rolle der Personalmanagementsysteme in internationalen Dienstleistungsunternehmen .....           | 243        |
| 8.3.3    | Rolle der Kontrollsysteme in internationalen Dienstleistungsunternehmen .....                     | 246        |
| 8.4      | Unternehmenskultur in internationalen Dienstleistungsunternehmen .....                            | 247        |
| 8.4.1    | Implementierung der Unternehmenskultur in internationalen Dienstleistungsunternehmen .....        | 247        |
| 8.4.2    | Auswirkungen der Unternehmenskultur von internationalen Dienstleistungsunternehmen .....          | 249        |
| 8.4.3    | Relevante Kulturdimensionen für internationale Dienstleistungsunternehmen .....                   | 253        |
| <b>9</b> | <b>Controlling im internationalen Dienstleistungsmarketing .....</b>                              | <b>256</b> |
| 9.1      | Gegenstand des Controlling im internationalen Dienstleistungsmarketing .....                      | 256        |
| 9.2      | Kennzahlen des Controlling im internationalen Dienstleistungsmarketing .....                      | 260        |
| 9.2.1    | Erfolgskette des internationalen Dienstleistungsmarketing als Ausgangspunkt .....                 | 260        |
| 9.2.2    | Externe Kennzahlen des internationalen Dienstleistungsmarketing .....                             | 262        |
| 9.2.3    | Interne Kennzahlen des internationalen Dienstleistungsmarketing .....                             | 266        |
| 9.3      | Controllinginstrumente des internationalen Dienstleistungsmarketing .....                         | 269        |
| 9.3.1    | Controllinginstrumente in Bezug auf vorökonomische Kennzahlen .....                               | 270        |
| 9.3.2    | Controllinginstrumente in Bezug auf ökonomische Kennzahlen .....                                  | 277        |

|           |                                                                                                                                            |            |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>10</b> | <b>Best-Practice-Fallstudien zum internationalen</b>                                                                                       |            |
|           | <b>Dienstleistungsmarketing</b> .....                                                                                                      | <b>282</b> |
| 10.1      | Fallstudien im Überblick .....                                                                                                             | 282        |
| 10.2      | Fallbeispiel: Internationalisierung in der Systemgastronomie –<br>am Beispiel des Franchise-Unternehmens Vapiano SE.....                   | 285        |
|           | 10.2.1 Markt- und Unternehmenssituation .....                                                                                              | 285        |
|           | 10.2.2 Internationalisierungsstrategie .....                                                                                               | 288        |
|           | 10.2.3 Operative Umsetzung der Internationalisierung .....                                                                                 | 290        |
| 10.3      | Fallbeispiel: Internationalisierung einer Hotelkette –<br>am Beispiel von Motel One.....                                                   | 297        |
|           | 10.3.1 Markt- und Unternehmenssituation .....                                                                                              | 298        |
|           | 10.3.2 Internationalisierungsstrategie .....                                                                                               | 301        |
|           | 10.3.3 Operative Umsetzung der Internationalisierung .....                                                                                 | 304        |
| 10.4      | Fallbeispiel: Internationalisierung eines Lebensmittel-<br>Discounters – am Beispiel der ALDI-Gruppe.....                                  | 308        |
|           | 10.4.1 Markt- und Unternehmenssituation .....                                                                                              | 308        |
|           | 10.4.2 Internationalisierungsstrategie .....                                                                                               | 310        |
|           | 10.4.3 Operative Umsetzung der Internationalisierung .....                                                                                 | 313        |
| 10.5      | Fallbeispiel: Internationalisierung eines<br>Luftverkehrsunternehmens – am Beispiel der Passage Airline<br>Gruppe der Lufthansa Group..... | 320        |
|           | 10.5.1 Markt- und Unternehmenssituation .....                                                                                              | 321        |
|           | 10.5.2 Internationalisierungsstrategie .....                                                                                               | 323        |
|           | 10.5.3 Operative Umsetzung der Internationalisierung .....                                                                                 | 326        |
| 10.6      | Fallbeispiel: Internationalisierung eines Wirtschaftsprüfungs-<br>und Beratungsunternehmens – am Beispiel des Netzwerkes<br>von KPMG ..... | 335        |
|           | 10.6.1 Markt- und Unternehmenssituation .....                                                                                              | 335        |
|           | 10.6.2 Internationalisierungsstrategie .....                                                                                               | 338        |
|           | 10.6.3 Operative Umsetzung der Internationalisierung .....                                                                                 | 340        |
| 10.7      | Fallbeispiel: Internationalisierung eines<br>Touristikunternehmens – am Beispiel der TUI Group .....                                       | 347        |
|           | 10.7.1 Markt- und Unternehmenssituation .....                                                                                              | 347        |
|           | 10.7.2 Internationalisierungsstrategie .....                                                                                               | 350        |
|           | 10.7.3 Operative Umsetzung der Internationalisierung .....                                                                                 | 354        |
|           | <b>Literaturverzeichnis</b> .....                                                                                                          | <b>362</b> |
|           | <b>Stichwortverzeichnis</b> .....                                                                                                          | <b>397</b> |