

Inhaltsverzeichnis

Vorwort..... V

Teil A: Wissenschaftliche Beiträge

1. Grundlagen der Serviceorientierung im Unternehmen

Bernd Stauss und Manfred Bruhn

Serviceorientierung im Unternehmen – Eine Einführung in die theoretischen und praktischen Problemstellungen..... 3

Christian Coenen

Hierarchieübergreifende Umsetzung von Serviceorientierung – Eine handlungsbezogene Betrachtung aller Unternehmensebenen..... 33

Dominik Georgi

Interne Serviceorientierung zur Schaffung von Wert für den internen Kunden..... 63

Harald Pechlaner und Benedict C. Döpfer

Entrepreneurial Service Management – Ein Ansatz zur Integration des Entrepreneurial Managements in das Dienstleistungsmanagement..... 81

2. Interdependenzen zwischen externer und interner Serviceorientierung

Pascal Bühler, Joël-Luc Cachelin und Peter Maas

Customer Value bei Dienstleistungen – Managementherausforderung zwischen interner und externer Kundenorientierung..... 103

Michael Lingenfelder und Diana Nöcke
Moderierende Effekte der Ergebnisfairness auf den Service-Encounter . 131

Sina Fichtel, Nina Blankenberg und Stefanie Ammler
Impact of Front-line Employee Performance on Brand Perception
– a Case from AUDI AG 163

3. Konstrukte einer Serviceorientierung von Mitarbeitern

Ruth Stock-Homburg, Gisela Bieling und Youssef El Ouadoudi
Das Stressoren-Ressourcen-Modell der Dienstleistungsinteraktion
– Eine theoretische Betrachtung 183

Matthias H.J. Gouthier und Miriam Rhein
Serviceorientierung durch Organisationsstolz 209

Fred Becker
Mitarbeiterbindung: Ein Einblick in ein schwieriges Objekt und den
Status quo der Diskussion 229

4. Instrumentaleinsatz zur Förderung der internen Serviceorientierung

Maike Kriependorf
Rekrutierung von serviceorientierten Mitarbeitern – Ausbildung als
Ressource am Beispiel der Bankausbildung 255

Gertrud Schmitz, Michaela Dietz und Simone Eberhardt
Förderung der individuellen Lösungskompetenz durch interne
Kommunikation: Möglichkeiten und Voraussetzungen 275

Manfred Bruhn
Das Konzept des Internen Servicebarometers – Bestandsaufnahme,
Methodik und empirische Befunde 297

5. Interne Markenführung

Manfred Bruhn und Verena Batt

Aufbau und Steuerung eines markenkonformen Mitarbeiterverhaltens
– Bestandsaufnahme und kritische Würdigung aus Sicht der internen
Markenführung 325

Maya Knorpel und Volker Kuppelwieser

Ergeben Serviceorientierung und Brand Behavior ein Branded Service
Behavior? – Der Versuch einer Zusammenführung 355

6. Rahmenbedingungen einer internen Serviceorientierung

Alexander Pundt und Friedemann W. Nerdinger

Transformationale Führung und sozialer Austausch als Bedingungen
interner Kundenorientierung 375

Sabine Haller und Sebastian von Klinski

Die organisatorische Gestaltung interner Dienstleistungen durch
Serviceorientierte Unternehmensstrukturen 399

Sonja A. Sackmann und Martin Friesl

Kulturbedingte Serviceorientierung: Erkenntnisse der aktuellen
Unternehmenskulturforschung mit Implikationen für die Praxis 419

7. Serviceorientierung in internationalen Unternehmen

Karsten Hadwich und Stephanie Bothe

Serviceorientierung in internationalen Unternehmen
– Bedeutung, Probleme und Lösungsansätze 443

Maren von Selasinsky und Christina Sichtmann

Serviceorientierung als Erfolgsfaktor des Exports von
industriellen Dienstleistungen 469

8. Serviceorientierung in Nonprofit-Organisationen

Bernd Halfar

Serviceorientierung in Organisationen ohne Marktorientierung..... 489

Adelheid Susanne Esslinger und Edeltraud Rager

Serviceverständnis und -qualität in der Altenpflege und
organisationsweite Maßnahmen zu deren Beeinflussung 511

Teil B: Serviceteil

Ausgewählte Literatur zum Themengebiet
„Serviceorientierung im Unternehmen“..... 533

Stichwortverzeichnis..... 547