

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	V
Vorwort	VII
Inhaltsverzeichnis	IX
Abbildungsverzeichnis	XIII
Abkürzungsverzeichnis	XV
1 Einführung.....	1
1.1 Ausgangslage, Problemstellung und Zielsetzung.....	1
1.2 Professional Service Firms als Betrachtungsobjekt	3
1.2.1 Abgrenzung	3
1.2.2 Bedeutung.....	5
1.2.3 Wachstumstreiber.....	8
1.2.4 Herausforderungen	10
1.2.5 Eingrenzung des Betrachtungsobjekts	14
1.2.6 Forschungsstand	17
1.3 Erkenntnisinteresse.....	21
1.4 Methodischer Ansatz.....	22
1.5 Vorgehensweise	25
2 Professional Service Firms.....	27
2.1 Einordnung von Professional Services.....	27
2.2 Merkmale von Professional Service Firms	30
2.3 Branchenbetrachtung.....	35
2.3.1 WP-Firmen	35
2.3.2 Unternehmensberatungen.....	39
2.3.3 Gemeinsamkeiten	43
2.4 Besonderheiten von Professional Service Firms.....	45
2.4.1 Geschäftsmodell	45
2.4.1.1 Abgrenzung	45
2.4.1.2 Wertschöpfungsprozesse	46
2.4.1.3 Entwicklung eines Bezugsrahmens.....	53
2.4.2 Strategisches Management.....	56
2.4.2.1 Abgrenzung	56
2.4.2.2 Management und Strategieentwicklung bei Professional Service Firms	57
2.4.2.3 Strategische Entwicklungsoptionen für Professional Service Firms.....	62
2.4.2.3.1 Marktorientierte Sichtweise	63

2.4.2.3.2	Ressourcenorientierte Sichtweise.....	66
2.4.2.4	Strategieimplementierung	68
2.4.2.4.1	Relevanz.....	68
2.4.2.4.2	Operatives Management.....	71
2.4.2.5	Modell zum Strategieprozess	73
2.4.2.6	Leistungsmessung sowie Anreiz- und Vergütungssysteme	76
2.5	Zwischenfazit	79
3	Internationalisierungsstrategien	81
3.1	Begriffliche und theoretische Abgrenzung	81
3.1.1	Strategische Orientierung von Unternehmen	84
3.1.1.1	Grundlagen	84
3.1.1.2	Besonderheiten bei Dienstleistungsunternehmen.....	89
3.1.2	Internationale Markteintritts- und Marktentwicklungsstrategien.....	92
3.1.3	Strategieimplementierung	93
3.2	Internationalisierungsstrategien bei Professional Service Firms	95
3.2.1	Ausgangslage	95
3.2.1.1	Stand der Internationalisierung	95
3.2.1.2	Treiber der Internationalisierung.....	96
3.2.1.3	Herausforderungen der Internationalisierung.....	100
3.2.2	Organisatorische internationale Entwicklungsansätze	103
3.2.2.1	Hintergrund	103
3.2.2.2	Organisationsinterne Entwicklung	104
3.2.2.3	Organisationsexterne Entwicklung	106
3.2.2.3.1	Expansion über Akquisitionen	106
3.2.2.3.2	Expansion über Kooperationen	107
3.2.3	Strukturelle Gestaltung internationaler Professional Service Firms	111
3.2.3.1	Netzwerkstrukturen	111
3.2.3.1.1	Partnerschaftsmodell	111
3.2.3.1.2	Organisationsstrukturen	114
3.2.3.2	Integration von Professional-Service-Firm-Netzwerken zu One-Firms	119
3.2.3.2.1	Konzept der One-Firm	120
3.2.3.2.2	Integrative Entwicklung der Big-4-Netzwerke	122
3.2.3.2.3	Weiterführende strukturelle Integrationstendenzen	126
3.2.4	Operationalisierung internationaler Organisationsstrukturen	131
3.2.5	Ausgewählte ressourcenorientierte strategische Entwicklungsoptionen.....	136
3.3	Zwischenfazit	138

4	Explorative Fallstudienuntersuchung.....	140
4.1	Untersuchungsschema.....	140
4.2	Fallstudie: Big-4-Firma Deloitte.....	145
4.2.1	Hintergrund.....	145
4.2.2	Geschäftsmodell.....	146
4.2.3	Stand der Internationalisierung.....	148
4.2.4	Management der Internationalisierung.....	152
4.2.4.1	Ausgangslage.....	152
4.2.4.2	Struktur.....	155
4.2.4.3	Führung.....	158
4.2.4.4	Operationalisierung.....	159
4.2.4.4.1	Global Risk Management.....	160
4.2.4.4.2	Zentrales Key Account Management.....	162
4.2.4.4.3	Länderübergreifende IT- und Verrechnungssysteme.....	163
4.2.4.4.4	Globales Wissens- und Mitarbeitertransfersystem.....	165
4.2.4.4.5	Zwischenfazit.....	165
4.2.5	Zukünftige Herausforderungen.....	167
4.2.6	Zusammenfassende Würdigung.....	172
4.3	Fallstudie: „Non-Big 4“-WP-Firma Rödl & Partner.....	173
4.3.1	Hintergrund.....	173
4.3.2	Geschäftsmodell.....	174
4.3.3	Stand der Internationalisierung.....	177
4.3.4	Management der Internationalisierung.....	179
4.3.5	Zukünftige Herausforderungen.....	182
4.3.6	Zusammenfassende Würdigung.....	184
4.4	Fallstudie: Strategische Unternehmensberatung McKinsey & Company.....	185
4.4.1	Hintergrund.....	185
4.4.2	Geschäftsmodell.....	186
4.4.3	Stand der Internationalisierung.....	189
4.4.4	Management der Internationalisierung.....	192
4.4.5	Zukünftige Herausforderungen.....	194
4.4.6	Zusammenfassende Würdigung.....	198
4.5	Fallstudienübergreifende Erkenntnisse.....	199
4.5.1	Vorgehensweise.....	199
4.5.2	„Warum erfordert die Globalisierung der Weltwirtschaft international aufgestellte Professional Service Firms?“.....	199

4.5.3	„Wie sollten Geschäftsmodell, Strategie und Organisation von Professional Service Firms gestaltet sein, um Ausrichtung und Zielen ihrer Internationalisierungsbestrebungen gerecht zu werden?“	201
4.5.4	„Wie wirken systematische Maßnahmen, wie die Schaffung einer einheitlichen Unternehmenskultur und einheitlicher Anreiz- und Vergütungssysteme, als Bindeglieder zwischen Strategie, Organisation und deren Operationalisierung bei international tätigen Professional Service Firms?“	206
4.5.5	„Warum steigen die Bemühungen zur Vereinheitlichung der internationalen Professional-Service-Firm-Organisationen? Für welche Firmen ist das Modell einer One-Firm dauerhaft erstrebenswert?“	210
4.5.6	„Wie gehen Professional Service Firms mit Herausforderungen um, die aus ihrem Wachstum entstehen?“	213
5	Schlussbetrachtung.....	218
5.1	Zusammenfassung und Ausblick	218
5.2	Implikationen für die weitere Forschung	221
	Anhang A: Verzeichnis der geführten Interviews	223
	Anhang B: Verzeichnis der entwickelten Hypothesen	224
	Literaturverzeichnis	225