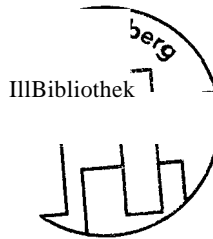


Max Ringistetter / Bernd Bürger / Stephan Kaiser

Strategien und Management für Professional Service Firms



WILEY-
VCH

WILEY-VCH Verlag GmbH & Co. KGaA

Inhalt

Vorwort 9

Eine Einführung in die Welt der Professional Service Firms 11

Max Ringistetter, Stephan Kaiser und Bernd Bürger

Teil I

Status Quo und Trends in den Teilbranchen 37

Professional Service Firms: Geschäftstypen, Vergütungsformen und Teilbranchen 39

Max Ringistetter, Stephan Kaiser und Bernd Bürger

Management- und Strategieberatung 63

Bolko von Oetinger

Investmentbanken - wichtiger denn je 89

Lutz Raettig

Entwicklungstrends in der Ingenieurdienstleistungsbranche 203

Dietmar Bichler

Der Industrierversicherungsmakler als Professional-Service-Unternehmen 115

Felix Hufeid

Strategische Gruppen im Bereich der Personalberatung 127

Partrick Fulghum und Dieter Rickert

Teil 2

Zentrale Ansatzpunkte für das Management von Professional Service Firms 139

Qualität als Differenzierungsmöglichkeit auf dem Markt für professionelle Dienstleistungen 141

Bernd Bürger

Humanressourcen-Management in Professional Service Firms	163
<i>Stephan Kaiser</i>	
People Management in einer großen Markenagentur	185
<i>Bernd M. Michael</i>	
Akquisition und Bindung hoch qualifizierter Ingenieure	205
<i>Frank Ferchau</i>	
Wissensmanagement in einer internationalen Anwaltssozietät	217
<i>Ralph Wollburg</i>	
Führung und Management eines multidisziplinären Dienstleistungsunternehmens	229
<i>Wolfgang Grewe</i>	
Markenmanagement ist Personalmanagement - Die tägliche Markenerfahrung in der Kundenarbeit als herausragender Faktor im Marketing von Professional Service Firms	243
<i>Martin Koehler</i>	
Positionierung einer Law Firm als Marke	257
<i>Markus Härtung und Ulrich Horstschäfer</i>	

Teil 3

Erfolgreiche Strategien für Professional Service Firms 281

Strategische Entwicklung von Professional Service Firms - Optionen,
Herausforderungen und Umsetzungsformen 283

Max Ringistetter und Bernd Bürger

Von der Diversifikation zur Integration: Strategien, Geschäftsmodelle und
Management von Kommunikationsagenturen 1993 bis 2003 307

Rainer Zimmermann

Strategische Positionierung von Unternehmen im Markt für Risikomanagement
und Versicherungsdienstleistung 329

Leberecht Funk und Werner Gleißner

Zur Strategie der Internationalisierung von Wirtschaftsprüfungsgesellschaften mit
weltweit tätigen Mandanten - Zentrale Managementherausforderungen der
Branche 345

Christian Dyckerhoff

Strategische Entwicklung am Beispiel von Egon Zehnder International - One Firm,
Internationalisierung, Fokussierung 373

Wilhelm F. Boyens

Business Innovation Partner - Ein Geschäftsmodell für die Zukunft der
Beratungsbranche 379

Stephan Scholtissek

Erfolgversprechende Strategien für Professional Service Firms in Krisenzeiten 395

Stephan Kaiser und Bernd Bürger

Die Autoren 413

Register 419