Liebe Leserin, lieber Leser

in dieser Ausgabe der ZfM geht es vor allem um Methodologie, also um in der Betriebswirtschaftslehre mittlerweile gängige wissenschaftliche Methoden (oder Konzepte) und deren notwendige kritische Reflexion. Insbesondere an Rankings – von Städten, Köchen oder auch Universitäten und ihren Lehrstühlen – entzündeten sich immer wieder die Geister. Bei den „Siegern“ allerdings weniger als bei den „Verlierern“. Der Beitrag von *Alexander Dilger*, der dieses Heft abschließt, widmet sich diesem Thema explizit; er ist als ein spezifischer Beitrag zu einer eigentlich überfälligen Debatte gedacht.

Zuvor beschäftigt sich der erste Beitrag mit dem im Internationalen Management seit längerem heiß diskutierten Konzept der Interkulturellen Kompetenz. *Andrea Graf und Marion Mertesacker* nehmen eine Meta-Perspektive ein und untersuchen fünf Selbstbeurteilungsfragebogen; sie prüfen mit Hilfe eines Rollenspiels, ob die erfassten Dimensionen praktisch relevant sind für erfolgreiches Verhalten in internationalem Kontext. Abschließend geben die Autorinnen konkrete Empfehlungen, welche Fragebogen in der internationalen Personalauswahl eingesetzt werden sollten.

Der Begriff des Wissens ist auch aus der Managementtheorie nicht mehr wegzudenken; insbesondere dem funktionalen Wissenstransfer kommt eine hohe strategische Bedeutung zu. Vor diesem Hintergrund entwickelt *Jennifer Kunz* im zweiten Beitrag einen Strukturierungsrahmen, mit dessen Hilfe – differenziert nach Wissenstypen – konkrete Maßnahmen zur Förderung des innerbetrieblichen Wissenstransfers in Unternehmen gezielter ausgewählt werden können.

Im dritten Text untersucht *Torsten J. Gerpott*, inwieweit private Mobilfunkkunden bereit sind, ergänzende Dienstleistungen anzunehmen, um z. B. jederzeit standortbezogene Informationen abrufen zu können. Der Autor identifiziert drei Haupteinflussfaktoren auf die Adoptionsbereitschaft derartiger Pull-Informationen-, -Navigations- und Transaktionsdienste: Bedarf an „Unterwegsinformationen“, Gewinnung von „early adopters“ und Verringerung des „gefühlten“ Datenmissbrauchsrisikos. Abschließend leitet er Schlussfolgerungen für die Markteinführung in der Praxis ab.

Ich wünsche Ihnen wieder eine anregende Lektüre.

Ihr
Dietrich von der Oelsnitz

Online publiziert: 25.02.2010
© Gabler-Verlag 2010

D. von der Oelsnitz (✉)
Braunschweig, Deutschland
E-Mail: redaktion@zf-management.de