

**Strategisches Management
industrieller Dienstleistungen
aus systemdynamischer Sicht**

von

Paul Artur Glenn

INHALTSVERZEICHNIS

1	EINLEITUNG	1
1.1	Problemstellung	1
1.2	Zielsetzung und Aufbau der Arbeit	3
2	INDUSTRIELLE DIENSTLEISTUNGEN	7
2.1	Gesamt- und einzelwirtschaftliche Bedeutung industrieller Dienstleistungen	7
2.2	Stand der Forschung und Forschungsbedarf zu industriellen Dienstleistungen	10
2.3	Begriff und Wesen von Dienstleistungen	14
2.3.1	Begriff und Wesen von Dienstleistungen allgemein, ein Umdenken	14
2.3.2	Definition des Begriffs der industriellen Dienstleistung	24
2.3.3	Arten industrieller Dienstleistungen	26
2.4	Möglichkeiten, Chancen und Freiheitsgrade von Unternehmen	30
2.4.1	Notwendigkeit industrieller Dienstleistungen	30
2.4.2	Möglichkeiten und Chancen durch industrielle Dienstleistungen	30
2.4.2.1	Akquise für Sachgüter und Differenzierung des Unternehmens	30
2.4.2.2	Umfassende Problemlösungen und Systemintegration	33
2.4.2.3	Umsatz, Gewinn und Fixkostendeckung	34
2.4.2.4	Imagetransfer, Informationsgewinnung und Kundenbindung	36
2.4.3	Fazit zu den Möglichkeiten und Chancen durch industrielle Dienstleistungen	36
2.4.4	Freiheitsgrade beim Angebot industrieller Dienstleistungen	37
2.5	Industrielle Dienstleistungen – Handlungsempfehlung für alle Unternehmen?	39
2.6	Zusammenfassung	44
3	MARKTPOTENZIAL INDUSTRIELLER DIENSTLEISTUNGEN	47
3.1	Schwächen des Dienstleistungsumsatzanteils als Vergleichsmaßstab	47
3.2	Methodik zur Bestimmung des Marktpotenzials industrieller Dienstleistungen	48
3.2.1	Identifikation und Konkretisierung von Dienstleistungsmöglichkeiten	49
3.2.1.1	Analyse der Unternehmenskompetenzen	49
3.2.1.2	Analyse der Kundenbedürfnisse	51
3.2.2	Präzisierung und Abgrenzung des relevanten Marktes	54
3.2.2.1	Analyse der installierten Basis	55
3.2.2.2	Analyse der Kundenbasis	57
3.2.3	Bestimmung des relevanten Marktpotenzials	58
3.3	Ableitung strategischer Wachstumsziele für das industrielle Dienstleistungsgeschäft	63
3.4	Zusammenfassung	65

4	STRATEGIE UND STRATEGISCHES MANAGEMENT	67
4.1	Etymologie des Strategiebegriffs und Entwicklung strategischen Denkens	67
4.1.1	Etymologie des Strategiebegriffs	67
4.1.2	Entwicklung strategischen Denkens in Unternehmen	68
4.2	Strategieverständnisse und Sichtweisen auf ein komplexes Forschungsfeld	69
4.3	Ansätze und Konzepte der Strategieforschung und Strategiepraxis	75
4.3.1	Strategieinhalts- und Strategieprozessforschung	76
4.3.2	Suche nach Erfolgsfaktoren – Erfolgsfaktorenforschung	77
4.3.3	Einflüsse aus der Ökonomik auf die Strategieforschung	83
4.3.3.1	Industrieökonomik und neue Institutionenökonomik	84
4.3.3.2	Evolutionsökonomik	86
4.3.4	Marktorientierter Strategieansatz und Weiterentwicklungen	89
4.3.4.1	„Klassischer“ marktorientierter Strategieansatz	89
4.3.4.2	Ergänzungen und Weiterentwicklungen des marktorientierten Ansatzes	90
4.3.5	Ressourcenorientierter Strategieansatz und Weiterentwicklungen	94
4.3.5.1	„Klassischer“ ressourcenorientierter Strategieansatz	94
4.3.5.2	Ergänzungen und Weiterentwicklungen des ressourcenorientierten Ansatzes	97
4.3.6	Evolutionsorientierte Strategieperspektive	103
4.3.7	Systemorientierte Strategieperspektive	112
4.4	Notwendigkeit einer systemdynamischen Betrachtung industrieller Dienstleistungen	119
4.5	Zusammenfassung	120
5	SYSTEMDYNAMISCHE MODELLIERUNG	123
5.1	Methode System Dynamics	123
5.1.1	Generelles zu Modellen und Simulationen	123
5.1.2	Wahl der Methode System Dynamics	124
5.1.3	Vorstellung der Methode System Dynamics	125
5.1.4	Vorgehensweise bei der Erstellung von System-Dynamics-Modellen	128
5.2	Simulationsmodell eines dienstleistungserbringenden Investitionsgüterherstellers	131
5.2.1	Übersicht Gesamtsystem und Subsysteme	131
5.2.2	Sachgutvertrieb und installierte Basis	134
5.2.2.1	Einführung, Rahmenbedingungen und Annahmen des Subsystems	134
5.2.2.2	Modellbeschreibung Sachgutvertrieb und installierte Basis	135
5.2.3	Dienstleistungsmarktpotenzial	144
5.2.3.1	Einführung, Rahmenbedingungen und Annahmen des Subsystems	144
5.2.3.2	Modellbeschreibung Dienstleistungsmarktpotenzial	145
5.2.4	Dienstleistungspricing	147
5.2.4.1	Einführung, Rahmenbedingungen und Annahmen des Subsystems	147
5.2.4.2	Modellbeschreibung Dienstleistungspricing	150
5.2.5	Dienstleistungsressourcen und -fähigkeiten	162
5.2.5.1	Einführung, Rahmenbedingungen und Annahmen des Subsystems	162
5.2.5.2	Modellbeschreibung Dienstleistungsressourcen und -fähigkeiten	164
5.2.6	Dienstleistungsabsatz und -erbringung	174
5.2.6.1	Einführung, Rahmenbedingungen und Annahmen des Subsystems	174
5.2.6.2	Modellbeschreibung Dienstleistungsabsatz und -erbringung	177

5.2.7	Dienstleistungswettbewerb	192
5.2.7.1	Einführung, Rahmenbedingungen und Annahmen des Subsystems	192
5.2.7.2	Modellbeschreibung Dienstleistungswettbewerb	193
5.2.8	Finanzen, Dienstleistungs- und Gesamterfolgsmessung	204
5.2.8.1	Einführung, Rahmenbedingungen und Annahmen des Subsystems	204
5.2.8.2	Modellbeschreibung Finanzen, Dienstleistungs- und Gesamterfolgsmessung	206
5.3	Zusammenfassung	216
6	MODELLPRÜFUNG	219
6.1	Struktur- und Parametertests	219
6.1.1	Systemgrenzenadäquanztests	219
6.1.2	Strukturverifikationstests	220
6.1.3	Dimensionskonsistenztests	222
6.1.4	Parameterverifikationstests	223
6.2	Verhaltenstests	224
6.2.1	Verhaltensanomalietests	224
6.2.2	Extrembedingungstests	226
6.2.3	Verhaltenssensitivitätstests	230
6.2.4	Integrationsfehlertests	232
6.2.5	Weitere Verhaltenstests	233
6.3	Zusammenfassung	233
7	SYSTEMDYNAMISCHE UNTERSUCHUNG	235
7.1	Untersuchung der Entwicklung des Dienstleistungsmarktpotenzials	235
7.1.1	Untersuchung der Entwicklung des Dienstleistungsmarktpotenzials	235
7.1.2	Zusammenfassung	243
7.2	Untersuchung von Bepreisungsarten und Preisentwicklungen	244
7.2.1	Untersuchung von Bepreisungsarten und Preisentwicklungen	244
7.2.2	Zusammenfassung	257
7.3	Untersuchung der Konsequenzen von Rationalisierung auf Wettbewerb	259
7.3.1	Untersuchung der Konsequenzen von Rationalisierung auf Wettbewerb	259
7.3.2	Zusammenfassung	264
7.4	Untersuchung der Vorteile von Dienstleistungsverträgen	264
7.4.1	Untersuchung der Vorteile von Dienstleistungsverträgen	264
7.4.2	Zusammenfassung	268
8	SCHLUSSBETRACHTUNG	269
8.1	Rückblick	269
8.2	Zusammenfassung der Untersuchungsergebnisse	270
8.2.1	Untersuchungsergebnisse zur Entwicklung des Dienstleistungsmarktpotenzials	271
8.2.2	Untersuchungsergebnisse zu Bepreisungsarten und Preisentwicklungen	272
8.2.3	Untersuchungsergebnisse zu Konsequenzen von Rationalisierung auf Wettbewerb	275

8.2.4	Untersuchungsergebnisse zu Vorteilen von Dienstleistungsverträgen	276
8.2.5	Konsequenzen für das strategische Management industrieller Dienstleistungen	276
8.3	Ausblick	277
ANHANG		281
LITERATURVERZEICHNIS		295