

Eric Lampach

**Change-Leadership bei der
Implementierung von
Kundenorientierung bei
wissensintensiven Dienstleistungen**

Verlag Dr. Kováč

**Hamburg
2013**

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsübersicht	VII
Inhaltsverzeichnis	IX
Abbildungsverzeichnis	XIII
Abkürzungsverzeichnis	XV
A. Einführung	1
I. Problemstellung	1
II. Vorgehensweise	4
III. Wissenschaftliche Einordnung	8
B. Kundenorientierung bei wissensintensiven Dienstleistungen	11
I. Kunden im Fokus der strategischen Unternehmensführung	11
1. Grundlagen und Managementbezugsrahmen der Unternehmensführung	12
2. Terminologie der Kundenorientierung	16
3. Theorie und Fundierung der Customer-based View der Unternehmung	19
a. Kundenzufriedenheit beeinflusst den Unternehmenswert	21
b. Kundennutzen beeinflusst die Kundenzufriedenheit	26
c. Kernkompetenzen beeinflussen den Kundennutzen	28
d. Unternehmenswert beeinflusst die Kernkompetenzen	30
4. Instrumentalisierung externer Kundenorientierung	32
a. Kundenbeziehungen als grundlegender Denkansatz	32
b. Kundenwert und -segmentierung als Basis	34
c. Strategische Instrumente externer Kundenorientierung	38
II. Vermarktung wissensintensiver Dienstleistungen	41
1. Merkmale und Qualität wissensintensiver Dienstleistungen	42
2. Positionierungs- und Markenstrategien	47
3. Mitarbeiter als Quelle der Kundenzufriedenheit	50
4. Interne Kunden- und Mitarbeiterorientierung	53
III. Strukturelle und kulturelle Implementierungsanforderungen	58
1. Unternehmensstruktur als organisatorische Herausforderung	59
2. Unternehmenskultur als personelle Implementierungsanforderung	62
3. Visionäres und strategisches Denken zur Unternehmenstransformation	65
C. Change-Leadership zur Unternehmenskulturveränderung	69
I. Einfluss strategischer Initiativen auf die Unternehmenskultur	69
1. Veränderungsverständnis und betriebswirtschaftliche Prozesstheorien	71
2. Verhaltens- und systemtheoretische Grundlagen des Change-Leadership	75

3. Unternehmenskulturelle Sicht auf kundenorientierte Unternehmen	78
a. Entstehung und Verstehen von Unternehmenskultur	79
b. Aufbau und Äußerung unterschiedlicher Unternehmenskulturelemente	82
c. Lernen in Organisationen und die Kultur der lernenden Organisation	87
d. Unternehmenskulturen aus betriebswirtschaftlicher Sicht	91
II. Kulturtransformation als Unternehmensführungsaufgabe	98
1. Verändere und Veränderung der Unternehmenskultur	99
2. Führung zwischen Veränderung und Beständigkeit	105
3. Mitarbeiter zwischen indirektem und direktem Führungseinfluss	108
4. Kulturtransformation als kommunikative Führungsherausforderung	111
III. Veränderungsunterstützung durch direkte Mitarbeiterführung	115
1. Vom Veränderungscommitment zur Veränderungsunterstützung	116
a. Grundlagen der Arbeitsmotivation und -leistung	116
b. Veränderungscommitment und Veränderungsunterstützung	125
c. Mitunternehmertum und Arbeitsengagement	131
2. Führungsstile zur Untersuchung der personellen Mitarbeiterführung	135
a. Historische Entwicklung	136
b. Transaktionale und transformationale Führung	138
c. Auswirkungen, Erlernbarkeit und Grenzen transformationaler Führung	143
D. Modellentwicklung und Hypothesenbildung	149
I. Theoretische Grundlagen und postuliertes Modell	150
II. Wirkungszusammenhänge im Modell	153
III. Vergleich der Führungseinflüsse	160
E. Empirische Studie	163
I. Status Quo der europäischen Versicherungsbranche	163
1. Grundlagen der Versicherungsdienstleistung	164
2. Kundensicht auf und von Versicherungsunternehmen	167
3. Unternehmenskultur und -struktur der Versicherer vor dem Wandel	171
II. Implementierung der Kundenorientierung bei einem Versicherer	175
1. Status Quo im luxemburgischen Versicherungsmarkt	176
2. Repositionierung und Einführung einer neuen Marke	179
3. Laufender Veränderungsprozess in der untersuchten Geschäftseinheit	182
III. Empirische Untersuchung der Mitarbeiterführung	191
1. Datengenerierung und Aufbereitung	192
a. Aufbau des Fragebogens	192
b. Erhebung	195
c. Deskriptive Beschreibung des Datensatzes	197
2. Hypothesenprüfung	202

F. Zentrale Ergebnisse und Implikationen	211
I. Zusammenfassende Reflexion aus wissenschaftlicher Sicht	211
II. Einschränkungen und Forschungsempfehlungen	217
III. Handlungsempfehlungen für die Unternehmensführung	222
Literaturverzeichnis	231
Glossar	273
Anhang	281