

GELEITWORT

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit einer Branche, die angesichts ihrer stark wachsenden Bedeutung und des bereits erreichten Wirtschaftsvolumens im deutschsprachigen Raum noch erstaunlich wenig wissenschaftliche Aufmerksamkeit genießt. Gemeint sind die so genannten Professional Service Firms als Unternehmen, die wissensintensive unternehmensorientierte Dienstleistungen erstellen. Obwohl Professional Service Firms sich hinsichtlich ihrer Betätigungsfelder unterscheiden und hier durchaus eine hohe Variationsbreite aufweisen, sehen sie sich mit ähnlichen betriebswirtschaftlichen Herausforderungen konfrontiert.

Der Verfasser setzt sich in der vorliegenden Arbeit intensiv mit zentralen Herausforderungen in den Bereichen der Führung und der strategischen Entwicklung von Professional Service Firms auseinander. Die angestellten Überlegungen basieren auf der Idee des so genannten „Resource based View“. Im Vordergrund steht dabei die Frage, wie Wissen und Beziehungskompetenz als strategische Ressourcen von Professional Service Firms „geleveraged“, d. h. mit einer größeren Hebelkraft eingesetzt werden können. Als zentrale Komponenten werden der vertikale und der horizontale Leverage unterschieden. Im Mittelpunkt des vertikalen Leverage steht die Idee, durch den vermehrten Einsatz von Junior-Professionals Wissen und Beziehungskompetenz der Senior-Professionals effektiver einzusetzen. Überlegungen zum horizontalen Leverage sind darauf fokussiert, die Nutzenstiftung der strategischen Ressourcen zu erhöhen, indem diese vielfältig in unterschiedlichen Märkten und Geschäftsfeldern eingesetzt werden.

Vor diesem Hintergrund wird deutlich, dass sich Professional Service Firms auf verschiedenen Ebenen von „normalen“ Unternehmen unterscheiden. So kann etwa die Organisationsstruktur von Professional Service Firms als vergleichsweise „fluide“ und typischerweise matrixförmig beschrieben werden. Die Willensbildung ist geprägt von einer intensiven Delegation von Entscheidungskompetenzen sowie einem partizipativen Führungsstil, der sich in vielen Unternehmen in dem Führungsmodell der Partnerschaft manifestiert hat. Die strategische Entwicklung schließlich scheint in hohem Maße personen- und opportunitätsgetrieben zu sein und wird daher als eher emergent beschrieben. Der Verfasser beschränkt sich jedoch nicht darauf, Professional Service Firms als vollständig homogene Analyseeinheit zu verstehen. Er leistet vielmehr auch einen wertvollen Beitrag zu einer differenzierten Betrachtung der Branche, indem er zwei Typen unterscheidet: beratungsintensive und umsetzungsorientierte Professional Service Firms.

Die vorliegende Arbeit dient nicht nur dazu, bestehende Forschungslücken im Themenkreis Professional Service Firms zu schmälern, sie kann darüber hinaus auch als wertvolle Anregung für Entscheidungsträger in den jeweiligen Unternehmen gesehen werden, die Verwendung ihrer strategischen Ressourcen kritisch zu hinterfragen.

Prof. Dr. Max J. Ringlstetter