

Geleitwort

Dienstleistungen haben sich in den letzten Jahren zu einem dominanten Wirtschaftsfaktor entwickelt und mehr als zwei Drittel aller Erwerbstätigen erbringen bereits heute in ihrem Arbeitsalltag Dienstleistungen. Bisher beziehen sich die psychologischen Ansätze und Forschungsarbeiten auf der einen Seite schwerpunktmäßig auf personenbezogene konsumtive Dienstleistungen. Die vorliegenden Arbeiten zu investiven Dienstleistungen, d.h. die Erbringung von Dienstleistungen für Unternehmen, sind auf nationaler und internationaler Ebene überwiegend den Disziplinen der Wirtschaftswissenschaften zuzuordnen. Es werden zwar psychologische Konzepte wie Kommunikation, Vertrauen, Commitment, Beziehungsgestaltung und Bindung aufgegriffen, sie werden aber vor allem aus der Perspektive des Marketings betrachtet. Auf der anderen Seite konzentriert sich die Untersuchung der Organisationsgestaltung von Dienstleistern aus psychologischer Perspektive auf die Erforschung zumeist einzelner Aspekte wie u.a. die Kundenzufriedenheit. Hinzu kommt, dass die Erkenntnisse der Arbeits- und Organisationsgestaltung, die in der Produktion gewonnen wurden, nicht ohne weiteres auf die Dienstleistungsarbeit übertragen werden können. Dienstleistungen sind im Gegensatz zu Produkten immateriell und ihre Produktion und ihr Konsum erfolgen simultan, da der Kunde oder eines seiner Objekte in die Dienstleistungserbringung integriert sind. Aufgrund des hohen Erfahrungs- und Interaktionscharakters auch von investiven Dienstleistungen kommt den Mitarbeitern und ihrer Führung eine zentrale Rolle für eine hohe Leistungsqualität industrieller Dienstleistungsunternehmen zu. Dabei handelt es sich um produzierende Unternehmen, die investive, zumeist produktnahe Dienstleistungen anbieten.

Die Arbeit von Heike Ziemeck setzt mit einer Untersuchung zur Organisationsgestaltung von industriellen Dienstleistungsunternehmen in einem von der Psychologie bisher vernachlässigten Feld mit hoher Praxisrelevanz an.

Die vorliegende Arbeit ist innovativ und überzeugt in mehrfacher Hinsicht. Es erfolgt eine intensive, anspruchsvolle Auseinandersetzung mit der Fülle an vorliegenden nationalen und internationalen Forschungsarbeiten aus sehr unterschiedlichen Forschungssträngen. Der Stand der Forschung wird sowohl im Hinblick auf die spezifischen Dienstleistungsmerkmale und den daraus resultierenden Anforderungen an das Management als auch im Hinblick auf relevante Variablen der Organisationsgestaltung sehr strukturiert aufgearbeitet. Es wird ein übergreifendes Rahmenmodell der kunden- und mitarbeiterorientierten Organisationsgestaltung von industriellen Dienstleistungsunternehmen entwickelt, das die internen organisations- und dienstleistungsprozessbezogenen Einflussfaktoren auf unterschiedlichen Managementebenen mit den externen Variablen der Kundenzufriedenheit und Kundenbindung verknüpft. Sehr überzeugend sind die Auswahl und Differenzierung der Einflussgrößen auf der Organisationsseite und auf Seite der externen und internen Kundenorientierung.

Dienstleistungen anbieten, durchgeführt. Mit dem Stichprobennutzen war es allerdings nicht möglich, das entwickelte Rahmenmodell insgesamt zu überprüfen. Durch die systematische Testung von ausgewählten Teilmodellen können aber die postulierten zentralen Modellzusammenhänge bestätigt werden. Das methodische Vorgehen der Arbeit entspricht hohen wissenschaftlichen Standards.

Das mit dieser Arbeit entwickelte Messinstrument MIO^{KuBa} stellt sowohl auf internationaler als auch nationaler Ebene bisher das einzige Instrument dar, das erlaubt, das komplexe Zusammenwirken des Handelns der verschiedenen Akteure bei der Erbringung und Nutzung industrieller Dienstleistungen zu erfassen. Es wurde in das Modulare Inventar zur Organisationsdiagnose (MIO; Elke & Zimolong, 2001) aufgenommen. Die Module für die Kunden, Kundenkontakt- und Supportmitarbeiter und die Führungsebene sind so konzipiert, dass sie einen Abgleich der verschiedenen Sichten/Erwartungen ermöglichen, wie er u.a. in dem in der Literatur viel zitierten GAP-Modell postuliert wird, aber bis heute nicht operationalisiert und damit auch nicht überprüft wurde.

Mit MIO^{KuBa} steht der Praxis ein innovatives, theoretisch und empirisch fundiertes Instrument zur unternehmensweiten Diagnose der Kunden- und Mitarbeiterorientierung zur Verfügung. Es kann von Unternehmen, die auf dem Weg zum erfolgreichen, produzierenden Dienstleister sind, zur gezielten Auswahl und kontinuierlichen Überwachung von Maßnahmen zur Organisationsgestaltung genutzt werden.

Prof. Dr. Gabriele Elke