

Geleitwort

Unternehmen, die sich durch eine stärkere Kundenorientierung vom Wettbewerb differenzieren wollen, stehen vor zahlreichen Herausforderungen: Dienstleistungen oder Kundenlösungen stellen andere Anforderungen zum Beispiel an die Entwicklung oder die Vermarktung. Auch wird die stärkere Ausrichtung auf den Kunden organisatorische Auswirkungen haben, da die Kundenanforderungen an die zuständigen Fachbereiche weitergereicht und dort berücksichtigt werden müssen.

Wenn die stärkere Kundenorientierung durch IT-Systeme unterstützt werden soll, so müssen die Systeme auf die geänderten organisatorischen Herausforderungen eingehen und passende Lösungen anbieten. Eine zielgerichtete IT-Unterstützung ist aber ohne ein Wissen über die organisatorischen Auswirkungen der Kundenorientierung nicht möglich.

Es ist das Verdienst der vorliegenden sehr guten Arbeit, die Auswirkungen der Kundenorientierung auf die betriebliche Kommunikation und die Organisation detailliert zu analysieren. Dabei werden die Individualisierung der Prozessabläufe, die ganzheitliche Problembetrachtung und die Notwendigkeit der Netzwerkbildung als zentrale Auswirkungen eines Wandels von Sach- zu Kundenlösungen identifiziert. Empirische Untersuchungen in der Bauindustrie illustrieren die Erkenntnisse exemplarisch.

Die vorliegende Arbeit untersucht die Forschungsfrage sehr breit und bietet damit Erkenntnisse für die Praxis (insbesondere Wirtschaftsinformatik, Marketing und Organisation) und für die Wissenschaft. Sie liefert eine wichtige Grundlage für die Planung und Vorbereitung des Angebots von Kundenlösungen in der betrieblichen Praxis und der Entwicklung von effektiven und effizienten Softwareunterstützungssystemen. Ich wünsche der Arbeit eine entsprechende Verbreitung in Wissenschaft und Praxis.

Prof. Dr. Mareike Schoop