

Schriftenreihe Rationalisierung und Humanisierung

Band 91

**Gerhard Gudergan**

**Erfolg und Wirkungsmodell von Koordinations-  
instrumenten für industrielle Dienstleistungen**

D 82 (Diss. RWTH Aachen University, 2008)

Shaker Verlag  
Aachen 2008

**Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Zugl.: RWTH Aachen University, Diss., 2008

Copyright Shaker Verlag 2008

Alle Rechte, auch das des auszugsweisen Nachdruckes, der auszugsweisen oder vollständigen Wiedergabe, der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen und der Übersetzung, vorbehalten.

Printed in Germany.

ISBN 978-3-8322-7815-1

ISSN 1434-8519

Shaker Verlag GmbH • Postfach 101818 • 52018 Aachen

Telefon: 02407 / 95 96 - 0 • Telefax: 02407 / 95 96 - 9

Internet: [www.shaker.de](http://www.shaker.de) • E-Mail: [info@shaker.de](mailto:info@shaker.de)

Dienstleistungen nehmen eine unbestrittene Rolle ein für die Leistungsfähigkeit ganzer Industrien. Die Funktionsfähigkeit moderner Volkswirtschaften wäre ohne Dienstleistungen undenkbar. Neben dieser gesamtwirtschaftlichen Betrachtung tritt die Bedeutung von Dienstleistungen insbesondere für die Unternehmen der produzierenden Industrie zutage. Der steigende nationale und internationale Wettbewerbsdruck zwingt diese Unternehmen, sich zunehmend wirkungsvoller gegenüber Konkurrenten mit einer Strategie der Differenzierung durch für den Kunden einzigartige Leistungen zu positionieren.

Die Schaffung eines darauf abgestimmten, strategiegerechten Organisations- und Führungssystems stellt die wesentliche Motivation für das vorliegende Werk dar. Zielsetzung ist die Entwicklung eines Erklärungsmodells, das erlaubt, Unterschiede in der Wirkung unterschiedlicher Koordinationsinstrumente auf den Unternehmenserfolg zu erkennen und auf Basis einer empirischen, multivariaten Vorgehensweise zu erklären. Zudem wird dem Bedarf der Praxis an Handlungsempfehlungen gefolgt, die darüber Aufschluss geben, warum alternative Instrumente der Koordination der Aufgaben von Service und Vertrieb bzw. Marketing als vorteilhaft zu betrachten sind.

Anhand der Untersuchungen lassen gemäß der wissenschaftlichen Zielsetzung des Vorhabens Unterschiede in der Wirkung der betrachteten Koordinationsinstrumente aufzeigen und erklären. Die unterschiedlichen Erfolgswirkungen können aufgezeigt werden. Da für sich betrachtet die verschiedenen Gestaltungsinstrumente unterschiedlich auf den Aufbau, die derzeitige Nutzung und die Anpassung für zukünftige Anwendungen von Ressourcen wirken, besteht die Herausforderung für die unternehmerische Praxis zusammenfassend betrachtet darin, teamorientierte Strukturen mit Planungsprozessen und -systemen so miteinander zu verknüpfen, dass die Vorteile der einzelnen Koordinationsinstrumente gleichsam genutzt werden können. Ein dieser Zielsetzung entsprechendes Gestaltungskonzept für die unternehmerische Praxis wird aufgezeigt. Die vorliegenden Ergebnisse werden hinterfragt und es werden zukünftige Forschungsthemen identifiziert. Die vorliegenden Ergebnisse liefern einen Beitrag zur Gestaltung der Organisation in der Praxis und zur Diskussion alternativer Organisationsformen in der Organisationsforschung.