

Felix Schulze-Borges

Performance in Professional Service Firms

Mit einem Geleitwort von Prof. Dr. Max J. Ringlstetter



RESEARCH

INHALTSVERZEICHNIS

GELEITWORT.....	V
VORWORT.....	VII
INHALTSVERZEICHNIS.....	IX
ABBILDUNGSVERZEICHNIS.....	XV
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	XIX
EINFÜHRUNG	1
(1) Grundlegende Charakteristika von Professional Service Firms	5
(2) Hintergrund der Problemstellung, Forschungsdefizite und Zielsetzung der Arbeit	11
(3) Wissenschaftsverständnis und Forschungsmethodik	17
(4) Gang der Untersuchung	19
TEIL I: AUF DEM WEG ZU EINEM STRATEGISCHEN PERFORMANCEVERSTÄNDNIS FÜR PSF	23
I.1 Annäherung an ein Performanceverständnis in Professional Service Firms	25
I.1.1 Performance als Erkenntnisobjekt	25

	(1) Grundlegende Charakteristika des Performancebegriffs.....	26
	(2) Performance in Professional Service Firms.....	28
I.1.2	Performance-Management.....	37
	(1) Rahmenbedingungen für das Performance-Management in Professional Service Firms.....	39
	(2) Bezugsrahmen für das Performance-Management in Professional Service Firms.....	50
I.1.3	Performance-Measurement.....	54
	(1) Performance-Indikatoren.....	55
	(2) Performance-Measurement als System.....	61
I.2	Ziele von Professional Service Firms.....	65
I.2.1	Shareholder-Ansatz.....	67
	(1) Grundidee des Shareholder-Ansatzes.....	67
	(2) Shareholder-Value in Professional Service Firms.....	71
	Exkurs: Praxis- und Geschäftswert von Professional Service Firms aus steuerlicher Perspektive.....	74
I.2.2	Stakeholder-Ansatz.....	77
	(1) Grundidee des Stakeholder-Ansatzes.....	78
	(2) Stakeholderanalyse in Professional Service Firms.....	80
I.2.3	Die Wertorientierung als gemeinsamer Nenner.....	86

(1) Hintergrund des wertorientierten Managements	87
(2) Wertorientierung in Professional Service Firms	89
I.3 Strategische Aspekte eines Performance-Managements in Professional Service Firms	91
I.3.1 Die Ressourcen von Professional Service Firms als Determinanten der Performance	92
(1) Wissen	95
(2) Beziehungskompetenz	100
(3) Reputation	105
I.3.2 Die Rolle des Intellectual Capitals für die Performance von Professional Service Firms	112
(1) Intellectual Capital im Rahmen der Unternehmensbewertung	115
(2) Human Capital	117
(3) Organizational Capital	121
(4) Relational Capital	124
TEIL II: PERFORMANCE-MANAGEMENT ALS INSTRUMENT DER FÜHRUNG VON PSF	131
II.1 Struktur eines Performance-Management-Systems für Professional Service Firms	132
II.1.1 Konzepte des Performance-Managements	133
(1) Anforderungen an Performance-Management-Systeme in Professional Service Firms	133

	(2) Integrierte Verfahren und ihre Eignung für Professional Service Firms	140
II.1.2	Rahmenkonzept für ein Performance-Management in Professional Service Firms.....	160
	(1) Struktur des Rahmenkonzepts.....	161
	(2) Teilziele von Professional Service Firms als Grundlage der Dimensionen	163
	(3) Dimensionen des Rahmenkonzepts	166
II.2	Methodologie und Forschungsdesign der empirischen Untersuchung.....	169
II.2.1	Wissenschaftstheoretische und methodologische Einordnung	170
	(1) Qualitative empirische Sozialforschung als wissenschaftstheoretischer Hintergrund der Erhebung.....	171
	(2) Basisdesign und Struktur des Forschungsprozesses.....	175
	(3) Ergänzung der Ergebnisse durch Triangulation.....	178
II.2.2	Methoden und Vorgehen bei der empirischen Hauptuntersuchung	180
	(1) Experteninterviews als primäre Erhebungsmethode	180
	(2) Bestimmung der Untersuchungsobjekte und -subjekte.....	183
	(3) Prozess der Untersuchungsdurchführung.....	188
	(4) Auswertung der erhobenen Daten.....	190

II.2.3	Kritische Reflexion des Vorgehens und der Ergebnisse.....	192
II.3	Dimensionen der Performance in Professional Service Firms	197
II.3.1	Finanzdimension.....	198
	(1) Leverage	200
	(2) Produktivität	203
	(3) Marge.....	206
II.3.2	Klientendimension.....	207
	(1) Wert der Leistung aus Sicht der Klienten	209
	(2) Zufriedenheit der Klienten.....	215
	(3) Loyalität der Klienten	218
II.3.3	Organisationsdimension.....	222
	(1) Vertikale Strukturen.....	225
	(2) Horizontale Strukturen.....	228
	(3) Fluide Strukturen	231
II.3.4	Professionaldimension	235
	(1) Mitarbeitermentalität und -kultur.....	242
	(2) Mitarbeiterkompetenzen	245
	(3) Verhalten von Führungskräften und Mitarbeitern	247
	SCHLUSSBETRACHTUNG.....	253
	(1) Rekapitulation zentraler Ergebnisse.....	253

(2) Kritische Würdigung und Ansatzpunkte für
weiteren Forschungsbedarf 262

ANHANG 265

LITERATURVERZEICHNIS 269