

Bärbel Fleischer

Einsatz von Erfolgshonoraren in der Unternehmensberatung

Untersuchung der Erfolgsmessung

Mit einem Geleitwort von
Prof. Dr. Dodo zu Knyphausen-Aufseß



RESEARCH

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XIII
Abkürzungsverzeichnis	XV
1 EINLEITUNG.....	1
1.1 Einführende Erläuterungen zur Entwicklung des deutschen Beratermarktes.....	1
1.2 Problemstellung und Zielsetzung.....	4
1.3 Gang der Untersuchung.....	6
2 PRÄZISIERUNG DES UNTERSUCHUNGSGEGENSTANDES UND BEGRIFFSBILDUNG	9
2.1 Stand der Beratungsforschung	9
2.1.1 Wissenschaftliche Ansätze zur Bewertung von Beratungsleistungen.....	10
2.1.2 Praktische Ansätze zur Bewertung von Beratungsleistungen	20
2.1.3 Implikationen der vorliegenden Ansätze für diese Untersuchung	26
2.2 Abgrenzung des Begriffs „Unternehmensberatung“	28
2.2.1 Betrachtung wesentlicher Aspekte der Unternehmensberatung.....	28
2.2.2 Begriffliche Abgrenzung „Unternehmensberatung“	41
2.3 Abgrenzung des Begriffs „Beratererfolg“	42
2.3.1 Konzepte zur Bewertung des Beratererfolges	42
2.3.2 Begriffliche Abgrenzung „Beratererfolg“	47
2.4 Abgrenzung des Begriffs „Erfolgsmessung“	48
2.4.1 Bewertung, Evaluation und Erfolgsmessung	48
2.4.2 Begriffliche Abgrenzung „Erfolgsmessung“	49
2.5 Abgrenzung des Begriffs „Erfolgshonorar“	49
2.5.1 Honorarformen	50
2.5.2 Begriffliche Abgrenzung „Erfolgshonorar“	52
2.5.3 Funktionen von Erfolgshonoraren.....	53
2.5.4 Vertragliche Aspekte beim Einsatz von Erfolgshonoraren	55
3 KONZEPTIONELLE GRUNDLAGEN.....	57
3.1 Wissenschaftstheoretische Grundlagen.....	57
3.2 Herausforderungen der Erfolgsmessung	64
3.3 Phasen des Beratungsprozesses.....	66
3.3.1 Akquisition und Festlegung der Aufgabenstellung.....	68

3.3.2	Datenanalyse und Konzepterstellung	71
3.3.3	Umsetzung des Konzeptes	74
3.3.4	Evaluation und finale Erfolgsmessung.....	74
3.4	Elemente des theoretischen Bezugsrahmens.....	76
3.4.1	Interaktionshintergrund	77
3.4.2	Beratungsproblem und Beratungsmethoden	78
3.4.3	Kunden-Berater-Beziehung.....	80
3.5	Darstellung des theoretischen Bezugsrahmens.....	90
4	EMPIRISCHE UNTERSUCHUNG	93
4.1	Methodische Grundlagen	94
4.1.1	Methodik der Fallstudienforschung	94
4.1.2	Qualität des Forschungsdesigns	100
4.2	Fallstudie 1	102
4.2.1	Fallbeschreibung	103
4.2.2	Fallanalyse.....	115
4.3	Fallstudie 2	117
4.3.1	Fallbeschreibung	118
4.3.2	Fallanalyse.....	132
4.4	Fallstudie 3	134
4.4.1	Fallbeschreibung	136
4.4.2	Fallanalyse.....	147
4.5	Fallstudie 4	151
4.5.1	Fallbeschreibung	152
4.5.2	Fallanalyse.....	159
4.6	Fallstudie 5	161
4.6.1	Fallbeschreibung	162
4.6.2	Fallanalyse.....	171
4.7	Fallstudie 6	174
4.7.1	Fallbeschreibung	175
4.7.2	Fallanalyse.....	188
4.8	Fallstudienübergreifende Analyse und Zusammenfassung der Erkenntnisse	191
5	DISKUSSION DER ERKENNTNISSE UND ABLEITUNG VON SCHLUSSFOLGERUNGEN	209
5.1	Weiterentwicklung des Bezugsrahmens.....	209
5.2	Ableitung von Gestaltungsempfehlungen für die Erfolgsmessung.....	215
5.3	Einordnung der Erkenntnisse in den Stand der Beratungsforschung.....	221

6	ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK.....	225
	Anhang	229
	Literaturverzeichnis	239