



Inhalt

Wirtschaftliche Bedeutung von Dienstleistungen
Der Begriff „Infrastrukturdienstleistungen“
Zielsetzung und Durchführung der Studie
Datenbasis
Charakteristika der befragten Unternehmen
Nutzung elektronischer Medien
Anwendung von Standards
Bedarf an Standards
Bedeutung von Standards für das E-Business
Fazit

Veranstaltungshinweis

Hendrik Hoeck; Gerhard Gudergan; Erwin Schick

Standards für Infrastrukturdienstleistungen: Bedarfe und Anforderungen

Ergebnisse einer Studie

Der Dienstleistungssektor ist zweifellos einer der bedeutendsten Bereiche der deutschen Wirtschaft. Schlagworte wie „Dienstleistungsgesellschaft“ und „postindustrielle Gesellschaft“ zeugen von dieser Tatsache. Dementsprechend hat sich die Forschung in letzter Zeit intensiv den Themen des Dienstleistungsmanagements und des Dienstleistungsmarketings gewidmet. In letzter Zeit steht auch das Service Engineering, also die systematische Entwicklung von Dienstleistungen, im Vordergrund der bestehenden Forschungsaktivitäten.

Die Standardisierung von Dienstleistungen – einerseits Prozess, der Standards hervorbringt, andererseits Werkzeug für das Service Engineering – gewinnt in diesem Zusammenhag immer mehr an Bedeutung. Ähnlich wie im Sachgutbereich, in dem Standards und Normen Grundlage und Voraussetzung jeder Entwicklungstätigkeit sind, werden Standards bald auch im Dienstleistungsbereich eine große Rolle spielen. Von dienstleistungsspezifischen Standards wird erwartet, dass sie die „Industrialisierung“ des Dienstleistungssektors vorantreiben, den Handel mit Dienstleistungen fördern, die Transparenz im Dienstleistungsbereich erhöhen, zu qualitativ höherwertigen Dienstleistungen führen und so insgesamt zur Weiterentwicklung der Dienstleistungsgesellschaft beitragen.

Das vom Bundesministerium für Bildung und Forschung geförderte Verbundprojekt „Dienstleistungs-Standards für globale Märkte“ greift diese Themenstellung auf. Ziel des Projekts ist es, die Standardisierungspotentiale in der deutschen Dienstleistungswirtschaft zu identifizieren und zu priorisieren, erste Standards voranzutreiben und damit eine deutsche Position in der internationalen Standardisierungslandschaft aufzubauen. Das Forschungsinstitut für Rationalisierung e. V. (FIR) an der RWTH Aachen bearbeitet in diesem Projekt unter anderem die Fokusbranche der „Infrastrukturdienstleister“.

Mit der vorliegenden Sonderausgabe des Projektnewsletters präsentiert das FIR die Ergebnisse einer im Herbst 2001 durchgeführten Studie mit dem Titel „Standards für technische Dienstleistungen – Bedarfe und Anforderungen“. Unser Dank gilt allen Unternehmen, die sich an der Umfrage beteiligt haben.

Wirtschaftliche Bedeutung von Dienstleistungen

Dienstleistungen machen einen bedeutenden Anteil am Weltbruttosozialprodukt aus – nach Angaben der WTO über 60%. Vergleichbare Zahlen gelten auch für die einzelnen Wirtschaftsräume der industrialisierten Welt, z.B. betrug der Anteil von Dienstleistungen am Bruttoin-



Weitere Informationen:

Forschungsinstitut für Rationalisierung
an der RWTH Aachen

Pontdriesch 14/16
52062 Aachen

Dipl.-Ing. Hendrik Hoeck
Tel.: (0241) 47705-244
E-Mail: hk@fir.rwth-aachen.de
Internet: www.fir.rwth-aachen.de



landsprodukt in der EU 1996 lt. EU-Kommission 62%. Der Anteil der Dienstleistungen an der gesamtwirtschaftlichen Leistung steigt in nahezu allen entwickelten Volkswirtschaften kontinuierlich, und weiterhin werden hier auch die größten Wachstumspotenziale gesehen.

Im internationalen Maßstab werden dabei u.a. die folgenden Entwicklungen für wichtig erachtet:

- Ein weiteres Wachstum des relativen Anteils von Dienstleistungen am Weltbruttosozialprodukt;
- Die Entstehung von globalen Wertschöpfungsketten im Dienstleistungssektor;
- Die Globalisierung der Dienstleistungswirtschaft und Ausweitung des Dienstleistungshandels;
- Eine Globalisierung der internationalen Regulierungsbestrebungen bzw. Harmonisierungsbemühungen, z.B. durch die Welthandelsorganisation (WTO) im Rahmen von Handelsabkommen (GATT bzw. GATS).

Im Gegensatz zum hohen Anteil von Dienstleistungen am Weltbruttosozialprodukt beträgt der Handel mit Dienstleistungen nur ca. 20% des Welthandels – Dienstleistungen sind also weltweit als Handels- und Exportgüter unterrepräsentiert. Unzureichende Rahmenbedingungen, wie Markteintrittsbarrieren, Handelshemmnissen oder rechtlichen Beschränkungen, sind sicherlich als Hauptdefizit anzusehen. Es fehlen jedoch auch Standards bzw. Normen, die es ermöglichen, Dienstleistungen wie Sachgüter zu exportieren und zu handeln.

Neben der volkswirtschaftlichen Bedeutung werden Dienstleistungen auch für jedes einzelne Unternehmen kontinuierlich wichtiger. Dies gilt sowohl für Anbieter als auch für Nachfrager von Dienstleistungen. Durch das Angebot innovativer Dienstleistungen können z.B. Industrieunternehmen den Kundennutzen ihrer Produkte vergrößern und sich vom Wettbewerb differenzieren. Umgekehrt kann durch Outsourcing von solchen Aktivitäten, die nicht zu den Kernkompetenzen zählen, die Organisation eines Unternehmens gestrafft und die Rentabilität verbessert werden. Damit entstehen dienstleistungsspezifische Wertschöpfungsketten und teilweise hoch effizienten Zulieferbeziehungen, wie das bisher nur für Sachgüter der Fall war.

Der Begriff „Infrastrukturdienstleistungen“

Mit dem Begriff des „Infrastrukturdienstleisters“ werden Dienstleister bezeichnet, die Anlagen bzw. Einrichtungen konzipieren, erstellen, betreuen und/oder betreiben, die die Grundlage für das operative Geschäft anderer Unternehmen bilden. Dienstleistungen an Gebäuden (z.B. Reinigungsdienstleistungen) sind dieser Gruppe ebenso zuzuordnen wie Dienstleistungen an Maschinen oder Anlagen. Auch „Technische Dienstleistungen“ gehören zu den Infrastrukturdienstleistungen. Mit diesem Begriff werden jedoch vor allem Dienstleistungen mit stark technisch geprägtem Know-how wie Instandhaltung bezeichnet.

Zwei – sich teilweise gegenseitig verstärkende Trends – führen dazu, dass der Markt für Infrastrukturdienstleistungen stark wächst. Zum einen agieren interne Unternehmensbereiche (z.B. Instandhaltung) zunehmend als Profit-Center und sind damit gezwungen, ihre Leistungen neben internen auch externen Kunden anzubieten. Teilweise werden diese vormals interne Abteilungen auch komplett ausgegliedert, wodurch neue und selbstständige Dienstleistungsunternehmen

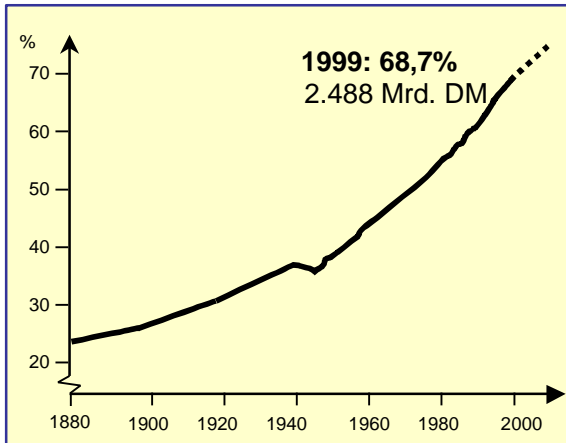


Abb. 1: Entwicklung des Anteils von Dienstleistungen an der Bruttowertschöpfung in Deutschland

entstehen. Zum anderen führt der wachsende Kostendruck und der Trend, sich auf Kernkompetenzen zu konzentrieren, dazu, dass Unternehmen insbesondere Infrastrukturdienstleistungen zukaufen. Dadurch steigt die Anzahl an Markttransaktionen und damit der Bedarf an Standards für Infrastrukturdienstleistungen stark an.

Zielsetzung und Durchführung der Studie

Bislang existieren kaum Daten über Bedarfe und Anforderungen an Standards für Infrastrukturdienstleistungen. Insbesondere ist bisher nicht geklärt worden, inwieweit der elektronische Geschäftsverkehr Treiber für eine Standardisierung im Dienstleistungsbereich ist. Daher war es Ziel der Studie, erste Daten zur Nutzung elektronischer Medien im Vertrieb von Dienstleistungen, zur derzeitigen Anwendung und zum zukünftigen Bedarf an dienstleistungsspezifischen Standards zu sammeln.

Zielgruppe der Untersuchung waren Anbieter von Infrastrukturdienstleistungen. Dabei wurden sowohl reine Dienstleistungsunternehmen adressiert, als auch Unternehmen, die technische Dienstleistungen als Nebenleistungen, also als Ergänzung zu ihrem Produktportfolio (z.B. After-Sales-Service) anbieten. Die zielgerechte Ansprache dieser Zielgruppe wurde erschwert, da keine Unternehmensklassifikation (wie z. B. NACE) zur Verfügung stand, die es erlaubte, Anbieter von Infrastrukturdienstleistungen (als Hauptleistung) eindeutig zu identifizieren. Die bestehenden Verbände bzw. Innungen (z. B. GEFMA) deckten nur einen kleinen Teil der Zielgruppe ab.

Aus dem gleichem Grund gestaltete sich die Ansprache von Unternehmen, die Infrastrukturdienstleistungen als Nebenleistungen anbieten, relativ problematisch. Auch diese Unternehmen konnten nur schwer identifiziert werden. Daher wurden zur Durchführung der Untersuchung Adressen aus eigenen Datenbeständen herangezogen. Diese wurden durch Daten aus Recherchen im Internet und in Adressdatenbanken ergänzt.

Zur Erhebung der Daten wurde ein Fragebogen an Unternehmen mit Sitz bzw. Niederlassungen in Deutschland versandt. Der Großteil der Fragebögen wurde per Post versandt, ein kleinerer Teil wurde direkt als E-Mail an die entsprechenden Interviewpartner versendet. Der Fragebogen konnte sowohl per Post als auch per Fax zurückgesendet werden. Außerdem wurde eine eigene Homepage im Internet eingerichtet, auf der der Fragebogen online ausgefüllt werden konnte. Die Beantwortung der Fragen erfolgte anonym.

Betrachtete Infrastrukturdienstleistungen

- Instandhaltung von Maschinen und Produktionsanlagen
- Betreiberdienstleistungen
- Technische Dienstleistungen an Gebäuden
- Facility Management
- Reinigungsdienstleistungen
- Technische Dienstleistungen an Verkehrsmitteln
- Abfallentsorgung/Umweltmanagement
- Consulting/Training in Bezug auf technische Dienstleistungen

Abb. 2: Dienstleistungen, die von den befragten Unternehmen angeboten werden

Datenbasis

In der Zeit von Juli bis August 2001 wurden Unternehmen in Deutschland befragt, die technische Dienstleistungen entweder als Haupt- oder als Nebenleistungen am Markt anbieten. Insbesondere wurden Unternehmen ausgewählt, die eine oder mehrere der in Abbildung 2 angegebenen Dienstleistungen anbieten.

Im Rahmen der Untersuchung wurden insgesamt 1299 Unternehmen gebeten, sich an der Befragung zu beteiligen. Bei einem Großteil der angeschriebenen Unternehmen war ein zuständiger Vertriebsmitarbeiter bzw. der Vertriebsleiter bekannt, so dass die Befragungsunterlagen zielgerecht adressiert werden konnten. Insgesamt beteiligten sich 132 Unternehmen an der Befragung, dies entspricht einer Rücklaufquote von mehr als 10 Prozent. Dieser Wert ist als durchaus positiv zu beurteilen. 87,9 Prozent der befragten Unternehmen baten um

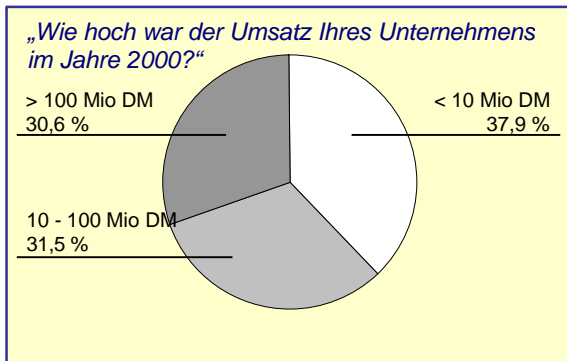


Abb. 3: Umsätze der befragten Unternehmen

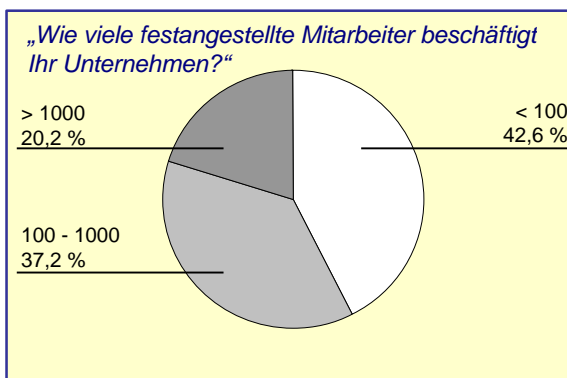


Abb. 4: Anzahl der Mitarbeiter der befragten Unternehmen

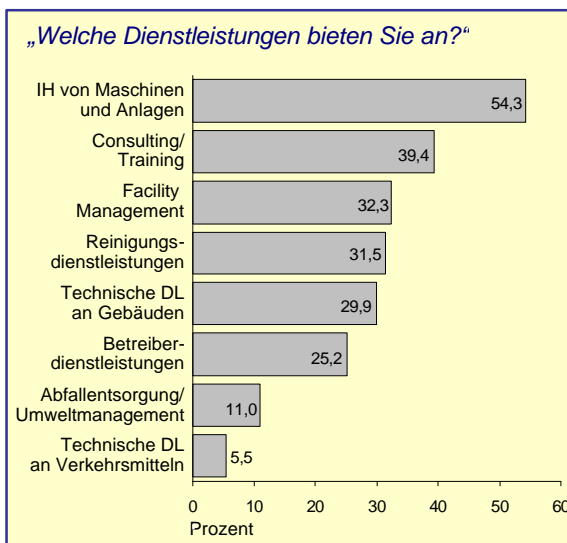


Abb. 5: Angebotene Dienstleistungen (Mehrfachnennungen möglich)

die Ergebnisse der Studie, 98,5 Prozent antworteten unter Angabe ihrer vollständigen Adressen. Diese Werte können als Anzeichen für das große Interesse der Dienstleistungswirtschaft an dem Themenfeld der Standardisierung gewertet werden.

Charakteristika der befragten Unternehmen

Um einen Eindruck über die Größe der beteiligten Unternehmen zu erhalten wurden die Unternehmen sowohl nach der Anzahl ihrer Mitarbeiter als auch nach ihrem Umsatz befragt (Abbildungen 3 und 4). 87,4 Prozent der befragten Unternehmen verzeichnen seit 1995 leicht gestiegene oder gestiegene Umsätze, nur 9,4 Prozent verzeichnen gesunkene Umsätze. Diese Zahlen bestätigen den vielfach zitierten „Aufschwung“ der Dienstleistungswirtschaft.

Da es schwer erschien, die befragten Dienstleister bestimmten Branchen zuzuordnen, wurden die Unternehmen anhand des von ihnen angebotenen Dienstleistungsspektrums typologisiert (Abbildung 5). Hierbei wurden Mehrfachantworten zugelassen, um auch Unternehmen mit einem breiten Leistungsangebot abbilden zu können.

54,3 Prozent der befragten Unternehmen bieten Instandhaltungsdienstleistungen für Maschinen und Anlagen fremder Unternehmen an. Immerhin 39,4 Prozent der befragten Unternehmen bieten technische Beratungs- bzw. Schulungsdienstleistungen als eigenständige Dienstleistung oder als Ergänzungsdienstleistung zu ihren eigentlichen technischen Dienstleistungen an. Beispiele sind Beratungsleistungen zur Optimierung von Anlagen oder Produktionsprozessen.

Facility Management als umfassende Dienstleistung wird von knapp einem Drittel (32,3 Prozent) der Unternehmen angeboten. In Kombination mit Reinigungsdienstleistungen (31,5 Prozent) und den mit 29,9 Prozent genannten technischen Dienstleistungen an Gebäuden (z.B. Aufzugswartung, Klimatechnik) bieten zahlreiche der befragten Unternehmen Dienstleistungen rund um die Gebäude ihrer Kunden an.

38,9 Prozent der Unternehmen bieten ihren Kunden eher bzw. nur Bündel aus mehreren Dienstleistungen an. Ein deutlich geringerer Teil der Unternehmen (24 Prozent) verkauft vor allem einzelne Dienstleistungen. Verbunden mit dieser Angabe ist die Frage, ob Dienstleistungsangebote in Zukunft eher erweitert oder eher konzentriert werden. Immerhin 69,2 Prozent der Unternehmen wollen ihr Leistungsangebot in Zukunft erweitern, lediglich 11,5 Prozent der Unternehmen beabsichtigen, ihr Leistungsportfolio zu beschneiden. Die Zahlen verdeutlichen den immer stärkeren Trend, Kunden „umfassende Problemlösungen“ aus einer Hand anzubieten.

Ein breites Leistungsspektrum wird oft realisiert, indem Kooperationen mit anderen Dienstleistern eingegangen werden. 28,8 Prozent der Unternehmen erbringen ihre Leistungen überwiegend eigenständig. Immerhin 52,3 Prozent der befragten Unternehmen arbeiten teilweise mit anderen Dienstleistern zusammen, 18,9 Prozent arbeiten überwiegend mit Kooperationspartnern zusammen. Besonders häufig werden Kooperationen eingegangen, um Betreiberdienstleistungen (40,6 Prozent der Unternehmen gaben an, dass Kooperationen überwiegend erforderlich sind), Abfallentsorgung bzw. Umweltmanagement (42,9 Prozent) oder Facility Management (34,4 Prozent) anzubieten.

Zu den Kunden von Infrastrukturdienstleistungen (Abbildung 6) gehören vor allem produzierende Unternehmen wie Maschinen- und Anla-

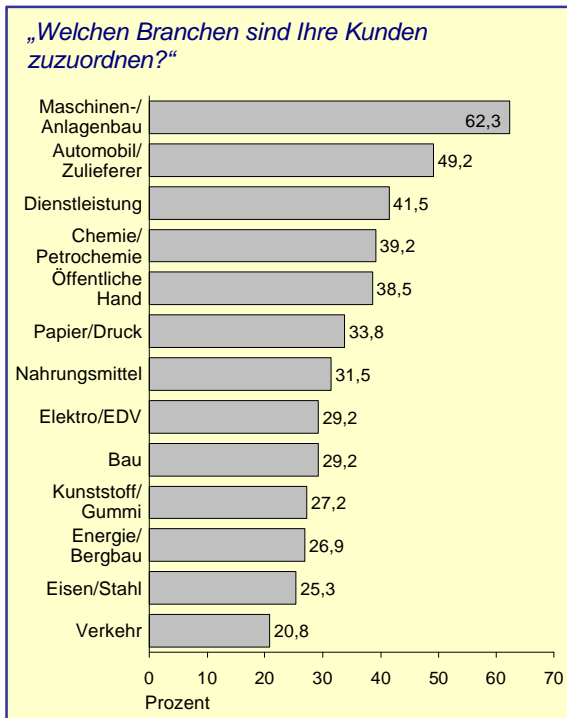


Abb. 6: Branchenzugehörigkeit der Kunden (Mehrfachnennungen möglich)



Abb. 7: Absatzgebiete der angebotenen Dienstleistungen

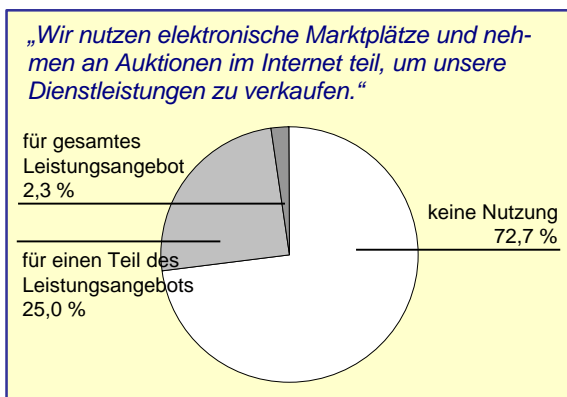


Abb. 8: Gegenwärtige Nutzung elektronischer Marktplätze

genbauer (62,3 Prozent), die Automobil bzw. Automobilzuliefererindustrie (49,2 Prozent) oder die Chemische Industrie (39,2 Prozent).

Interessant sind die Absatzmärkte der angebotenen Dienstleistungen (Abbildung 7). Etwa ein Viertel der befragten Unternehmen bedient vor allem regionale Märkte (25,2 Prozent), weitere 32,1 Prozent sind deutschlandweit tätig und insgesamt 42,8 Prozent der Unternehmen sind europa- oder sogar weltweit tätig. In Abhängigkeit von der Art der angebotenen Dienstleistung variiert der Absatzmarkt jedoch stark. Reinigungsdienstleistungen werden eher regional (47,5 Prozent) angeboten. Leistungen wie Facility Management (27,5 Prozent eher regional, 50,0 Prozent eher deutschlandweit) oder technische Dienstleistungen an Gebäuden (21,1 Prozent eher regional, 57,9 Prozent eher deutschlandweit) werden vor allem auf überregionalen Märkten angeboten. Ganz anders Beratungs- und Trainingsdienstleistungen oder Instandhaltungsdienstleistungen: Diese werden von 30,6 Prozent bzw. 33,3 Prozent der befragten Unternehmen eher weltweit angeboten.

Verbänden als Interessenvertreter in nationalen und internationalen Gremien kommt eine immer größere Bedeutung bei der Entwicklung und Verbreitung von Standards zu. Immerhin 86,4 Prozent der befragten Unternehmen sind Mitglied in mindestens einem derartigen Verband. Genannt werden unter anderem der VDMA (Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau), Gebäudereinigerinnungen und der GEFMA (Deutscher Verband für Facility Management).

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass der – teilweise auch globale – Austausch von Dienstleistungen immer mehr an Bedeutung gewinnt. Anzeichen dafür ist der Trend, immer umfassendere Dienstleistungsspektren auf überregionalen Märkte anzubieten. Kooperationen mit anderen Dienstleistern können dazu beitragen, breite Dienstleistungsangebote zu realisieren und umfassende „Problemlösungen“ anzubieten.

Nutzung des elektronischen Geschäftsverkehrs

Auch für den Dienstleistungssektor gewinnt der elektronische Geschäftsverkehr immer mehr an Bedeutung. Im Rahmen der vorliegenden Umfrage wurde daher auch untersucht, wie und mit welcher Motivation elektronische Medien beim Austausch von Dienstleistungen eingesetzt werden.

Immerhin 67,2 Prozent der befragten Unternehmen nutzen gegenwärtig oft bzw. immer E-Mail, um mit ihren Kunden zu kommunizieren. Lediglich 5,4 Prozent nutzen selten bzw. nie E-Mail (Rest: gelegentliche Nutzung von E-Mail). E-Mail als schnelles und kostengünstiges Kommunikationsinstrument ist also weit verbreitet. Vielleicht auch aufgrund dieser offensichtlichen Vorteile planen 94,4 Prozent der Unternehmen, E-Mail in Zukunft zu nutzen.

Bezüglich der Nutzung des Internets als Informationsmedium zeichnet sich ein ähnliches Bild ab. Schon 60,5 Prozent der befragten Unternehmen nutzen das Internet, um ihr gesamtes Leistungsangebot auf einer Homepage darzustellen oder um sich über ihre Kunden zu informieren. Nur 11,6 Prozent nutzen das Internet gegenwärtig überhaupt nicht. Doch 91,1 Prozent der befragten Unternehmen geben an, das Internet wahrscheinlich oder ganz sicher in Zukunft nutzen zu wollen.

In Hinblick auf die zukünftige Nutzung von E-Mail und Internet scheint Einvernehmen zu bestehen. Die Nutzung elektronischer Marktplätze

„In Zukunft werden wir elektronische Marktplätze nutzen und an Auktionen im Internet teilnehmen, um unsere Dienstleistungen zu verkaufen.“

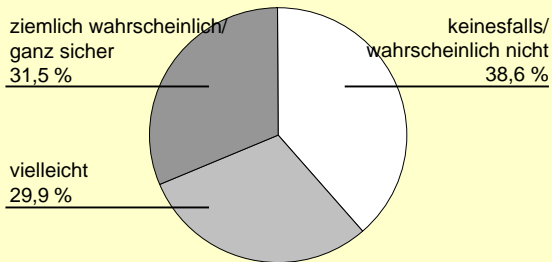


Abb. 9: Zukünftige Nutzung elektronischer Marktplätze

„Bitte kreuzen Sie die für Ihr Unternehmen am ehesten zutreffenden Aussagen hinsichtlich der Nutzung elektronischer Medien an.“

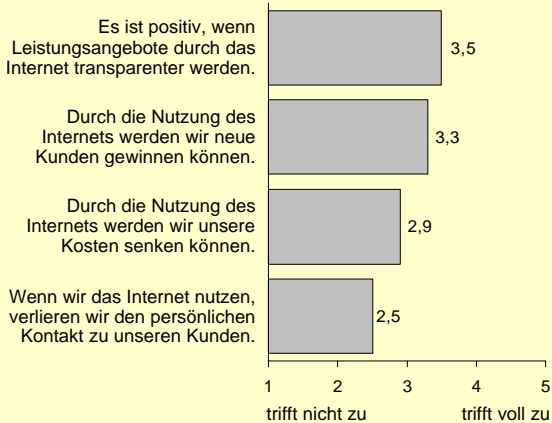


Abb. 10: Aussagen bezüglich der Nutzung elektronischer Medien (Mittelwerte)

„Welche Standards/Normen/Richtlinien nutzen Sie in Ihrem Unternehmen?“

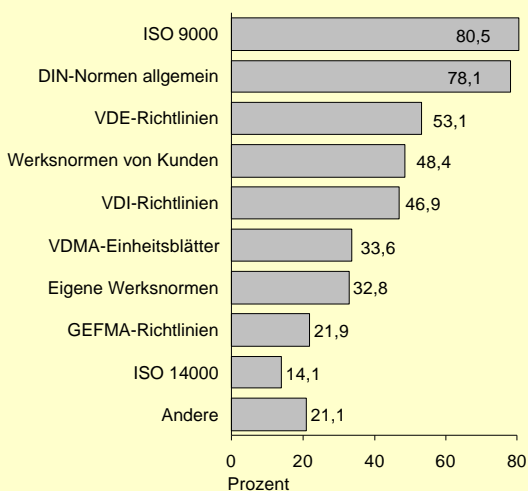


Abb. 11: Genutzte Standards/Normen/Richtlinien (Mehrfachnennungen möglich)

und die Teilnahme an internetgestützten Auktionen zum Verkauf der angebotenen Dienstleistungen wird jedoch sehr unterschiedlich beurteilt. Die Mehrzahl der befragten Unternehmen (72,7 Prozent) nutzt derzeit keine elektronischen Marktplätze (Abbildung 8). Nur 2,3 Prozent der Unternehmen bieten ihr gesamtes Leistungsangebot auf elektronischen Marktplätzen an.

Auch hinsichtlich zukünftiger Entwicklungstendenzen besteht keine einheitliche Meinung (Abbildung 9). Mehr als ein Drittel der Unternehmen gibt an, zukünftig auf keinen Fall elektronische Marktplätze nutzen zu wollen, ein weiteres Drittel ist unentschieden und nur ein Drittel – vor allem große Unternehmen mit einem Umsatz von über 100 Mio DM – beabsichtigt, zukünftig elektronische Marktplätze zu nutzen. Angesichts der aus dem Sachgutbereich bekannten Vorteile des E-Business überrascht die Ablehnung des elektronischen Geschäftsverkehrs. Offensichtlich existieren noch entscheidende Barrieren auf dem Weg zum elektronischen Handel von Dienstleistungen.

Die befragten Unternehmen wurden gebeten, die am häufigsten genannten Vorteile des elektronischen Geschäftsverkehrs zu bewerten (Abbildung 10): Transparenz, Senkung von Transaktionskosten und Gewinnung neuer Kunden. Die Tatsache, dass Leistungsangebote durch das Internet transparenter werden, wird leicht positiv bewertet (Mittelwert 3,5). Uneinigkeit besteht darüber, ob durch das Internet tatsächlich neue Kunden gewonnen werden können. Eine Ausnahme machen hier nur Unternehmen, die der elektrotechnischen Industrie bzw. EDV-Dienstleistern zuliefern, da sie überdurchschnittlich häufig hoffen, neue Kunden gewinnen zu können (Mittelwert 3,6).

Überraschenderweise sind die befragten Unternehmen tendenziell nicht der Meinung, dass sie durch das Internet Transaktionskosten senken können. Überdurchschnittlich positiv beurteilen diese Frage wiederum Unternehmen, die der elektrotechnischen Industrie bzw. EDV-Dienstleistern zuliefern (Mittelwert 3,1), eher negativ äußern sich Unternehmen, die der Papierindustrie zuarbeiten (Mittelwert 2,5). Damit wird einem häufigen Argument für den elektronischen Geschäftsverkehr nicht entsprochen. Doch auch der allgegenwärtigen Aussagen, dass der persönliche Kontakt zu den Kunden verloren geht, wenn das Internet genutzt wird, wird eher nicht zugestimmt.

Anwendung von Standards

Um den derzeitigen Stand bezüglich der Anwendung von Standards zu erfassen, wurden die Unternehmen gefragt, welche Standards, Normen und Richtlinien sie mit welcher Motivation nutzen. Wie Abbildung 11 zeigt, nutzt der Großteil der befragten Unternehmen DIN-Normen im Allgemeinen und die Normen der Reihe ISO 9000 im Besonderen. Neben verschiedenen Verbandsnormen (z.B. VDE, VDI, VDMA und GEFMA) werden auch spezielle Werksnormen von Kunden beachtet (48,4 Prozent).

Zahlreiche Firmen – insbesondere jedoch größere Unternehmen – nutzen diese Form der unternehmensinternen Vereinheitlichung, um Kosten zu senken und externen Dienstleistern einheitliche Vorgaben bezüglich der zu erbringenden Leistungen machen zu können. Da der Markt für Infrastrukturdienstleistungen eher nachfragerbestimmt ist, überrascht es nicht, dass nur ca. ein Drittel der befragten Unternehmen eigene Werksnormen entwickelt hat (32,8 Prozent).

Die Frage nach der Motivation für die Nutzung von Standards liefert ein ähnliches Ergebnis (Abbildung 12). Die befragten Unternehmen

geben mit großer Übereinstimmung an, dass sie Standards vor allem deswegen nutzen, um die Auflagen ihrer Kunden zu erfüllen (Mittelwert 4,4). Insbesondere Unternehmen, die der chemischen Industrie zuliefern, stufen die Auflagen ihrer Kunden als wichtig ein (Mittelwert 4,6). Für Unternehmen hingegen, die anderen Dienstleistern zuliefern, sind die Auflagen ihrer Kunden von geringerer Bedeutung (Mittelwert 4,1). Ein ähnliches Bild zeichnet sich bei der Frage nach gesetzlichen Auflagen ab. Für Unternehmen, die der eisen- und stahlproduzierenden Industrie (Mittelwert 4,6) oder der chemischen Industrie (Mittelwert 4,5) zuliefern, sind diese besonders wichtig, für Unternehmen, die anderen Dienstleistern (Mittelwert 3,9) zuliefern, spielen sie nur eine untergeordnete Rolle.

Ein Großteil der befragten Unternehmen nutzt Standards, Normen und Richtlinien überraschenderweise zu Zwecken des „Marketings“. Es wird erklärt, dass Kompetenz und Leistungsfähigkeit vermittelt werden können, wenn Standards genutzt werden. Vor allem Unternehmen, die Facility Management (Mittelwert 4,5) anbieten, vertreten diese Auffassung.

Den in der Literatur häufig erwähnten Nutzenargumenten der Standardisierung, die Kosten zu senken, die Qualität der Dienstleistung zu steigern und vom Expertenwissen anderer zu profitieren, wird nur begrenzt zugestimmt. Insbesondere Unternehmen, die Abfallentsorgung betreiben und Dienstleistungen zum Umweltmanagement anbieten, stehen Kostensenkungseffekten skeptisch gegenüber (Mittelwert 2,7). Positive Effekte von Standards hinsichtlich der Qualität von Dienstleistungen bestätigen Unternehmen, die Reinigungsdienstleistungen anbieten (Mittelwert 4,1). Demgegenüber beurteilen Unternehmen, die der Papierindustrie zuliefern, das in Standards enthaltene Expertenwissen als vergleichbar negativ (Mittelwert 3,1).

Die Auswertung der Ergebnisse zeigt, dass die Motivation hinsichtlich der Nutzung von Standards in Abhängigkeit vom angebotenen Dienstleistungsspektrum und der adressierten Kundenbranche schwankt. Insgesamt äußern sich Unternehmen, die der chemischen und/oder der Automobilindustrie zuliefern, besonders positiv hinsichtlich der Nutzung von Standards. Vor allem in diesen Branchen ist die Nutzung von Standards – sowohl zur Kostensenkung als auch aus Sicherheitsgründen – weit verbreitet. Eher negativ werden Standards von Unternehmen bewertet, die anderen Dienstleistern oder der Papierindustrie zuliefern.

Abschließend wurde gefragt, ob Standards als Wettbewerbsinstrument genutzt werden können, um Märkte abzuschotten. Die wettbewerbsbeeinflussende Wirkung von Standards wurde in den vergangenen Jahren vor allem in der Konsumgüterindustrie deutlich (z.B. Videokassette, Diskette). Im Dienstleistungsbereich spielt diese Frage jedoch eine eher untergeordnete Rolle (Mittelwert 3,0).

Bedarf an Standards

Derzeit existiert nur eine geringe Anzahl von Standards für Infrastrukturdienstleistungen. Daher war es zentraler Bestandteil dieser Untersuchung, mögliche Standardisierungsbedarfe aufzuzeigen. Die befragten Unternehmen wurden gebeten, eine Vielzahl möglicher Standards hinsichtlich ihrer Notwendigkeit zu bewerten.

In Bezug auf Infrastrukturdienstleistungen scheinen vor allem terminologische Basisstandards zu fehlen, da hier der größte Bedarf formuliert wird (Mittelwert 4,21). Ein überdurchschnittlich großer Bedarf

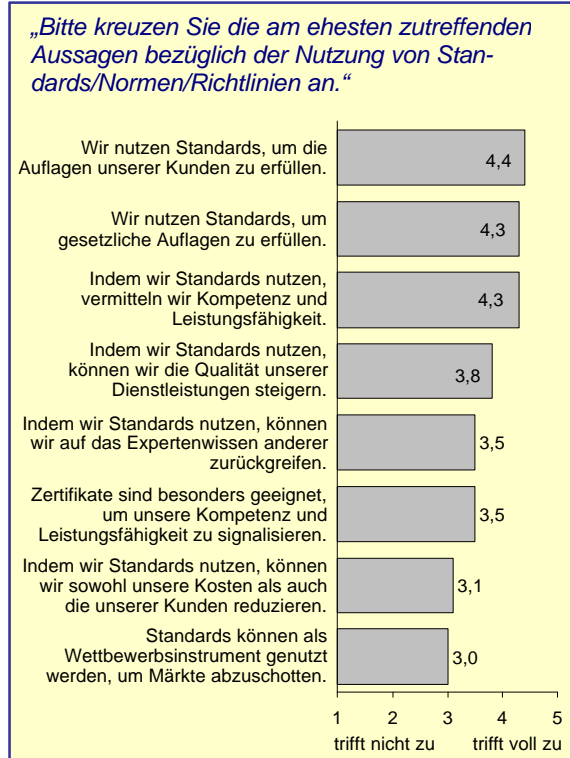


Abb. 12: Aussagen bezüglich der Nutzung von Standards/Normen/Richtlinien (Mittelwerte)

wird im Bereich der Abfallentsorgung (Mittelwert 4,50) und der Reinigung (Mittelwert 4,36) formuliert. Auch Unternehmen, die der elektrotechnischen Industrie und EDV-Dienstleistern oder der öffentlichen Hand zuarbeiten, sehen hier Handlungsbedarfe (Mittelwerte jeweils 4,37).

Die Forschung beschreibt Dienstleistungen in der Regel hinsichtlich der eingesetzten Potentiale (z.B. Mitarbeiter und Betriebsmittel), der durchzuführenden Prozesse und der damit erzielten Ergebnisse (z.B. Sauberkeit). Die weiteren Ergebnisse können in Anlehnung an diese Strukturierung dargestellt werden.

Standards, die einheitliche Bewertungsverfahren festlegen (z.B. Bewertung von erzielten Ergebnissen wie Sauberkeit), werden ebenfalls dringend benötigt (Mittelwert 3,87). Wiederum wird im Bereich der Abfallentsorgung ein besonders großer Bedarf formuliert (Mittelwert 4,29). Doch obwohl hiermit der Bewertung und damit der Vergleichbarkeit von Dienstleistungen eine hohe Priorität eingeräumt wird, stehen die befragten Unternehmen Standards, die konkrete Anforderungen an zu erzielende Ergebnisse festlegen (z.B. zu erreichende Sauberkeit) vergleichbar ablehnend gegenüber. Gleiches gilt für Standards, die Kunden eindeutige Preis-/Leistungsvergleiche ermöglichen oder zumindest einheitliche Angebotsformate festlegen. Generell sehen die Unternehmen also Standards, die die Markttransparenz fördern, mit Skepsis. Die gilt insbesondere für Unternehmen, die Beratungsdienstleistungen anbieten (Mittelwerte 3,19 bzw. 3,31 und 3,33).

Demgegenüber wünschen vor allem Unternehmen, die der elektrotechnischen Industrie bzw. EDV-Dienstleistern zuliefern, Standards zum Preis-/Leistungsvergleich (Mittelwert 3,89) bzw. zur einheitlichen Angebotsabgabe (Mittelwert 3,97). Anscheinend fordert diese Kundengruppe bereits eine hohe Markttransparenz, so dass hier weniger Bedenken auf Seiten der Dienstleister vorliegen.

Standards, die Qualifikationsanforderungen für das eingesetzte Personal (Mittelwert 3,73) oder einheitliche Datenschnittstellen (Mittelwert 3,85) vorgeben, beziehen sich auf die eingesetzten Potentiale. Vor allem für Unternehmen, die Dienstleistungen an Gebäuden oder Verkehrsmitteln anbieten, sind diese Standards von vergleichbar großer Bedeutung. Einheitlichen Prozessstandards (Mittelwert 3,65) wird allgemein eine geringere Bedeutung als „Potentialstandards“ beigegeben, allein Unternehmen, die der Automobilindustrie zuarbeiten, sehen hier vergleichsweise hohe Bedarfe (Mittelwert 3,81).

Bedeutung von Standards für das E-Business

In Hinblick auf den zunehmenden elektronischen Geschäftsverkehr und den Handel mit Dienstleistungen könnten dienstleistungsspezifischen Standards eine große Bedeutung zukommen (Abbildung 14). Immerhin 39,0 Prozent der befragten Unternehmen halten Standards für unabdingbar, um Dienstleistungen zukünftig im Internet handeln zu können. 26,7 Prozent stimmen dieser Aussage nicht zu. Die Tendenz, dass Unternehmen, die der elektrotechnischen Industrie und EDV-Dienstleistern zuliefern, besonders aufgeschlossen in Bezug auf elektronische Medien und transparenzfördernden Standards sind, zeigt sich auch hier. 49,2 Prozent dieser Unternehmen bezeichnen Dienstleistungsstandards als eine Voraussetzung für den elektronischen Handel mit Dienstleistungen.

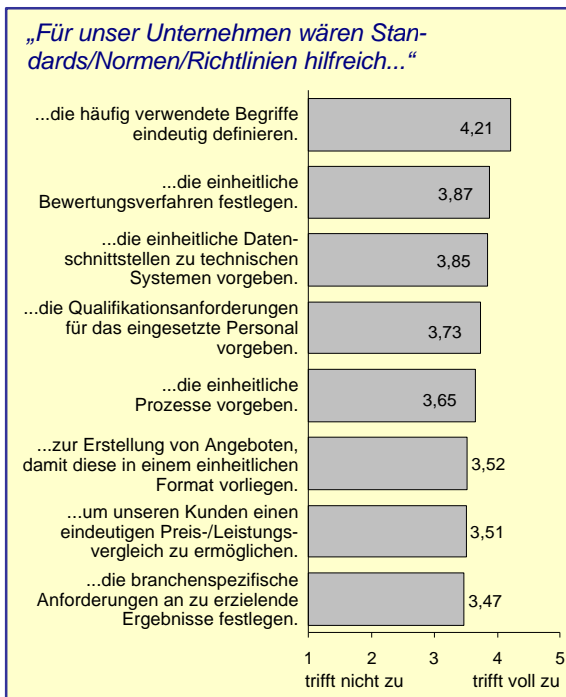


Abb. 13: Standardisierungsbedarfe

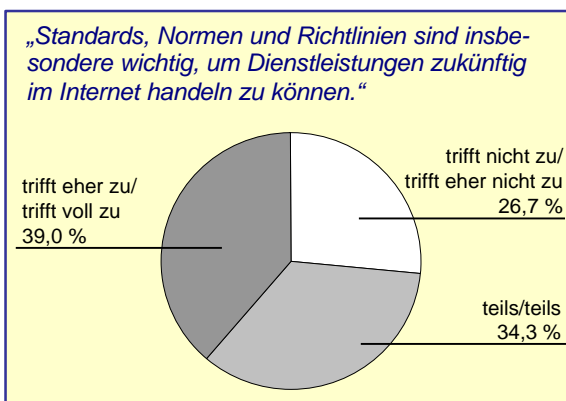


Abb. 14: Die Bedeutung von Standards für den elektronischen Geschäftsverkehr

Fazit

Mit einem weiteren Wachstum des Dienstleistungsbereichs wird auch der Anteil an Infrastrukturdienstleistungen steigen. Der anhaltende Trend zum Outsourcing von ehemals internen Dienstleistungen wird diesen Trend weiter verstärken. Um ihren Kunden umfassende Problemlösungen anbieten zu können, erweitern Infrastrukturdienstleister ihr Leistungsspektrum. Einige Leistungen werden zunehmend überregional und in Kooperation mit anderen Dienstleistern angeboten. Damit geht einher, dass der Handel mit Dienstleistungen und die Anzahl an Transaktionen ansteigen wird. Daher wird auch die Bedeutung von dienstleistungsspezifischen Standards zunehmen.

Mit einer Rücklaufquote von über 10 Prozent und 132 teilnehmenden Unternehmen stieß die vorliegende Umfrage und damit auch das Themenfeld der Standardisierung von Dienstleistungen auf überdurchschnittlich positive Resonanz. Dem elektronische Geschäftsverkehr – als einem potenziellen Treiber der Standardisierung – steht ca. ein Drittel der befragten Infrastrukturdienstleister eher kritisch gegenüber. Obwohl in Zukunft E-Mail und Internet zur Kommunikation bzw. Information genutzt werden sollen, lehnen es zahlreiche Unternehmen ab, ihre Dienstleistungen auf elektronischen Marktplätzen bzw. mit Hilfe von internetgestützten Auktionen zu vertreiben. Unternehmen, die der elektrotechnischen Industrie bzw. EDV-Dienstleistern zuliefern, stehen den Möglichkeiten des elektronischen Geschäftsverkehrs jedoch überdurchschnittlich positiv gegenüber.

Die befragten Unternehmen nutzen derzeit eine Vielzahl von Standards, vor allem die Normen der Reihe ISO 9000. Hauptsächlich werden Standards jedoch eingesetzt, um Auflagen von Kundenseite zu erfüllen. Besonders ausgeprägt ist dieser Druck bei Unternehmen, die der chemischen Industrie zuliefern. Die in der Literatur häufig erwähnten positiven Effekte der Standardisierung, nämlich Kosten zu senken, die Qualität zu steigern und vom Expertenwissen anderer zu profitieren, wurden nur begrenzt bestätigt.

Die Frage nach möglichen Standardisierungsbedarfen wird teilweise heterogen beantwortet. Stark priorisiert werden terminologische Basisstandards. Des weiteren werden standardisierte Bewertungsverfahren, also Standards zur Überprüfung von Ergebnissen benötigt. An nächster Stelle werden Standards hinsichtlich eingesetzter Potentiale (z.B. Mitarbeiterqualifikationen) und durchzuführender Prozesse gewünscht. Standards, die zu erzielenden Ergebnissen konkret festschreiben, werden weniger positiv bewertet. Ein besonderer Standardisierungsbedarf besteht darüber hinaus im Bereich der Abfallentsorgung und des Umweltmanagements. Unternehmen, die der elektrotechnischen Industrie bzw. EDV-Dienstleistern zuarbeiten, formulieren ebenfalls einen überdurchschnittlich hohen Standardisierungsbedarf.

Die Frage, ob der stark zunehmende elektronische Geschäftsverkehr auch im Dienstleistungsbereich ein Treiber der Standardisierung sein kann, kann hier nicht eindeutig beantwortet werden. Die mit dem elektronischen Geschäftsverkehr einhergehende Markttransparenz wird eher positiv bewertet. Trotzdem steht ein Drittel der befragten Unternehmen elektronischen Marktplätzen stark ablehnend gegenüber. Insbesondere Standards, die die Leistungstransparenz fördern, werden als vergleichsweise unwichtig bewertet. Trotzdem sind immerhin 39 Prozent der befragten Unternehmen der Meinung, dass Standards wichtig für den elektronischen Handel mit Dienstleistungen sind.

Veranstaltungshinweis

Professionelle Geschäftsbeziehungen: Sourcing, Partnering und Marketing bei Dienstleistungen

Das 6. Aachener Dienstleistungs-Forum wird vom 16. - 17. April 2002 in der IHK Aachen stattfinden. Veranstalter ist das Forschungsinstitut für Rationalisierung an der RWTH Aachen (FIR).

Vertreter führender Unternehmen werden Praxisbeispiele und Lösungsansätze zum Auf- und Ausbau professioneller Geschäftsbeziehungen vorstellen.

Weitere Informationen:

Forschungsinstitut für Rationalisierung
an der RWTH Aachen (FIR)

Pontdriesch 14/16
52062 Aachen

Dipl.-Volkswirt Heiko Dirlenbach
Tel.: (0241) 47705-242
E-Mail: di@fir.rwth-aachen.de
Internet: www.fir.rwth-aachen.de