

# Inhaltsübersicht

<b>1</b>	<b>Einführung</b>	<b>1</b>
1.1	Ausgangssituation und Problemstellung . . . . .	1
1.2	Zielsetzung . . . . .	6
1.3	Vorgehensweise . . . . .	9
<b>2</b>	<b>Wissenschaftstheoretische Fundierung</b>	<b>15</b>
2.1	Zur Relevanz einer wissenschaftstheoretischen Fundierung . . . . .	15
2.2	Wissenschaftstheoretische Grundpositionen . . . . .	20
2.3	Systemisch-konstruktivistisches Theoriefundament . . . . .	25
2.4	Wissenschaftstheoretische Fundierung der Arbeit . . . . .	37
<b>3</b>	<b>Konzeptueller Bezugsrahmen und Systemmodell interorganisatio- naler Beziehungen</b>	<b>39</b>
3.1	Organisationen als Akteure und die Organisation der Beziehung . . .	39
3.2	Interdisziplinäre Erklärungsansätze . . . . .	42
3.3	Interorganisationale Beziehungen als soziale Systeme . . . . .	61
3.4	System, Handlung und der Prozess der Beziehung . . . . .	79
3.5	Grundlagen des systemisch- konstruktivistischen Beziehungsmanagements . . . . .	83
<b>4</b>	<b>Gestalt, Dynamik und Strukturation der Dienstleistungsbezie- hung</b>	<b>94</b>
4.1	Unternehmen als Mutterorganisationen der Dienstleistungsbeziehung	94
4.2	Megatrend Tertiarisierung . . . . .	97
4.3	Absatzobjekt Dienstleistung . . . . .	100

4.4	Dynamik der Dienstleistungsbeziehung . . . . .	110
4.5	Strukturierung und Strukturationsdimensionen der Dienstleistungs- beziehungen . . . . .	115
<b>5</b>	<b>Die Dienstleistungsbeziehung im Kontext der Investitionsgüter- industrie und deren Management</b>	<b>136</b>
5.1	Die Investitionsgüterindustrie im Wandel . . . . .	136
5.2	Investitionsgüter als Leistungsbündel . . . . .	139
5.3	Dynamik von Investitionsgüterbeziehungen . . . . .	151
5.4	Management der Dienstleistungsbeziehung . . . . .	156
<b>6</b>	<b>Interorganisationale Wirklichkeit am Beispiel von Dienstleis- tungsbeziehungen in der Automobilindustrie</b>	<b>193</b>
6.1	Design und Vorgehensweise der empirischen Datengenerierung und -auswertung . . . . .	193
6.2	Fallstudie eins: Dienstleistungsbeziehung „Fahrzeugsitze“ . . . . .	197
6.3	Fallstudie zwei: Dienstleistungsbeziehung „Cost per Unit“ . . . . .	218
<b>7</b>	<b>Integration, Modellbildung und Handlungsrelevanz</b>	<b>233</b>
7.1	Aufbau des Gestaltungsmodells . . . . .	233
7.2	Einsatz des Gestaltungsmodells . . . . .	237
<b>8</b>	<b>Fazit und Zusammenfassung</b>	<b>242</b>
	<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>245</b>

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einführung</b>	<b>1</b>
1.1	Ausgangssituation und Problemstellung . . . . .	1
1.2	Zielsetzung . . . . .	6
1.3	Vorgehensweise . . . . .	9
<b>2</b>	<b>Wissenschaftstheoretische Fundierung</b>	<b>15</b>
2.1	Zur Relevanz einer wissenschaftstheoretischen Fundierung . . . . .	15
2.2	Wissenschaftstheoretische Grundpositionen . . . . .	20
2.2.1	Kritischer Rationalismus . . . . .	20
2.2.2	Konstruktivismus . . . . .	22
2.2.2.1	Sozialkonstruktivismus . . . . .	23
2.2.2.2	Radikaler Konstruktivismus . . . . .	23
2.2.2.3	Empirischer Konstruktivismus . . . . .	24
2.3	Systemisch-konstruktivistisches Theoriefundament . . . . .	25
2.3.1	Metatheorien als Schlüssel zu Ganzheitlichkeit . . . . .	25
2.3.2	Allgemeine Systemtheorie . . . . .	27
2.3.2.1	Grundzüge der allgemeinen Systemtheorie . . . . .	27
2.3.2.2	Kybernetik erster Ordnung . . . . .	28
2.3.2.3	Kybernetik zweiter Ordnung . . . . .	30
2.3.3	Allgemeine Sozialtheorie . . . . .	31
2.3.3.1	Grundzüge der Allgemeinen Sozialtheorie . . . . .	31
2.3.3.2	Das Akteursmodell . . . . .	32
2.3.3.3	Der Strukturbegriff . . . . .	34
2.4	Wissenschaftstheoretische Fundierung der Arbeit . . . . .	37

<b>3</b>	<b>Konzeptueller Bezugsrahmen und Systemmodell interorganisationaler Beziehungen</b>	<b>39</b>
3.1	Organisationen als Akteure und die Organisation der Beziehung . . .	39
3.2	Interdisziplinäre Erklärungsansätze . . . . .	42
3.2.1	Soziologische Systemtheorie . . . . .	42
3.2.1.1	Organisationen als soziale Systeme . . . . .	42
3.2.1.2	Systembeziehungen . . . . .	46
3.2.2	Allgemeine Sozialtheorie . . . . .	51
3.2.3	Transaktionskostentheorie . . . . .	54
3.2.4	Ressourcenabhängigkeitstheorie . . . . .	58
3.3	Interorganisationale Beziehungen als soziale Systeme . . . . .	61
3.3.1	Systemmodell interorganisationaler Beziehungen . . . . .	61
3.3.2	Eigenschaften des Beziehungssystems als soziales System . . .	70
3.3.2.1	Autopoiesis . . . . .	70
3.3.2.2	Komplexität . . . . .	72
3.3.2.3	Emergenz . . . . .	74
3.3.2.4	Kontingenz . . . . .	76
3.3.2.5	Dynamik . . . . .	78
3.4	System, Handlung und der Prozess der Beziehung . . . . .	79
3.5	Grundlagen des systemisch-konstruktivistischen Beziehungsmanagements . . . . .	83
3.5.1	Paradigmenwechsel im Beziehungsmanagement . . . . .	83
3.5.2	Grundprinzipien . . . . .	84
<b>4</b>	<b>Gestalt, Dynamik und Strukturation der Dienstleistungsbeziehung</b>	<b>94</b>
4.1	Unternehmen als Mutterorganisationen der Dienstleistungsbeziehung	94
4.2	Megatrend Tertiarisierung . . . . .	97
4.3	Absatzobjekt Dienstleistung . . . . .	100
4.3.1	Definition und Begriffsabgrenzung . . . . .	100
4.3.2	Potenzialdimension . . . . .	102
4.3.3	Komplexitätsaufbau in der Potenzialdimension . . . . .	103
4.3.4	Prozessdimension . . . . .	105
4.3.5	Komplexitätsaufbau in der Prozessdimension . . . . .	106

4.3.6	Ergebnisdimension . . . . .	108
4.3.7	Komplexitätsaufbau in der Ergebnisdimension . . . . .	109
4.4	Dynamik der Dienstleistungsbeziehung . . . . .	110
4.5	Strukturierung und Strukturationsdimensionen der Dienstleistungs- beziehungen . . . . .	115
4.5.1	Signifikationsstrukturen und Kommunikation . . . . .	120
4.5.1.1	Konstitutive Signifikationsstrukturen . . . . .	123
4.5.1.2	Emergente Signifikationsstrukturen . . . . .	124
4.5.2	Dominationsstrukturen und Macht . . . . .	125
4.5.3	Legitimationsstrukturen und Sanktion . . . . .	131
4.5.3.1	Formelle Legitimationsstrukturen . . . . .	132
4.5.3.2	Informelle Legitimationsstrukturen . . . . .	133
4.5.4	Interdependenzen zwischen den Strukturationsdimensionen .	134

**5 Die Dienstleistungsbeziehung im Kontext der Investitionsgüter-  
industrie und deren Management 136**

5.1	Die Investitionsgüterindustrie im Wandel . . . . .	136
5.2	Investitionsgüter als Leistungsbündel . . . . .	139
5.2.1	Leistungsbündel in der Investitionsgüterindustrie . . . . .	139
5.2.2	Leistungssysteme in der Investitionsgüterindustrie . . . . .	147
5.3	Dynamik von Investitionsgüterbeziehungen . . . . .	151
5.3.1	Geschäftstransaktionen in der Investitionsgüterindustrie . . .	151
5.3.2	Phasenablaufmodell von Investitionsgüter- beziehungen . . . . .	154
5.4	Management der Dienstleistungsbeziehung . . . . .	156
5.4.1	Gestaltungsanforderungen . . . . .	156
5.4.1.1	Sachliche Dimension . . . . .	161
5.4.1.2	Soziale Dimension . . . . .	162
5.4.1.3	Zeitliche Dimension . . . . .	164
5.4.1.4	Operative Dimension . . . . .	165
5.4.1.5	Kognitive Dimension . . . . .	167
5.4.2	Gestaltungszugänge . . . . .	167
5.4.2.1	Kontextsteuerung . . . . .	168
5.4.2.2	Interpenetrationssteuerung . . . . .	169

5.4.2.3	Systemsteuerung . . . . .	171
5.4.3	Gestaltungsebenen . . . . .	172
5.4.3.1	Normative Gestaltungsebene . . . . .	173
5.4.3.2	Strategische Gestaltungsebene . . . . .	176
5.4.3.3	Operative Gestaltungsebene . . . . .	177
5.4.4	Gestaltungsmerkmale . . . . .	178
5.4.4.1	Systemdifferenzierung . . . . .	179
5.4.4.2	Erwartungshaltungen . . . . .	182
5.4.4.3	Informationstransfer und Wissensaufbau . . . . .	184
5.4.4.4	Systemkompatibilität . . . . .	186
5.4.4.5	Macht . . . . .	188
5.4.4.6	Vertrauen . . . . .	190
<b>6</b>	<b>Interorganisationale Wirklichkeit am Beispiel von Dienstleistungsbeziehungen in der Automobilindustrie</b>	<b>193</b>
6.1	Design und Vorgehensweise der empirischen Datengenerierung und -auswertung . . . . .	193
6.2	Fallstudie eins: Dienstleistungsbeziehung „Fahrzeugsitze“ . . . . .	197
6.2.1	Beziehungskontext . . . . .	197
6.2.2	Elemente und Vernetzung des hybriden Produkts . . . . .	200
6.2.3	Anzahl, Art und Vernetzung der Akteure . . . . .	204
6.2.4	Zeitlichkeit, Synchronisation und Vernetzung . . . . .	209
6.2.5	Vielfalt an Handlungsoptionen . . . . .	214
6.2.6	Wissens- und Erfahrungsbedarf . . . . .	217
6.3	Fallstudie zwei: Dienstleistungsbeziehung „Cost per Unit“ . . . . .	218
6.3.1	Beziehungskontext . . . . .	218
6.3.2	Elemente und Vernetzung des hybriden Produkts . . . . .	221
6.3.3	Anzahl, Art und Vernetzung der Akteure . . . . .	225
6.3.4	Zeitlichkeit, Synchronisation und Vernetzung . . . . .	228
6.3.5	Vielfalt an Handlungsoptionen . . . . .	229
6.3.6	Wissens- und Erfahrungsbedarf . . . . .	231
<b>7</b>	<b>Integration, Modellbildung und Handlungsrelevanz</b>	<b>233</b>
7.1	Aufbau des Gestaltungsmodells . . . . .	233

7.2 Einsatz des Gestaltungsmodells . . . . .	237
<b>8 Fazit und Zusammenfassung</b>	<b>242</b>
<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>245</b>