

Die Vermessung der Service-Welt

Dienstleistungen wurden von Betriebswirten bislang zu wenig beachtet und zu wenig erforscht. Nun könnte eine interdisziplinäre Forschungsdisziplin entstehen.

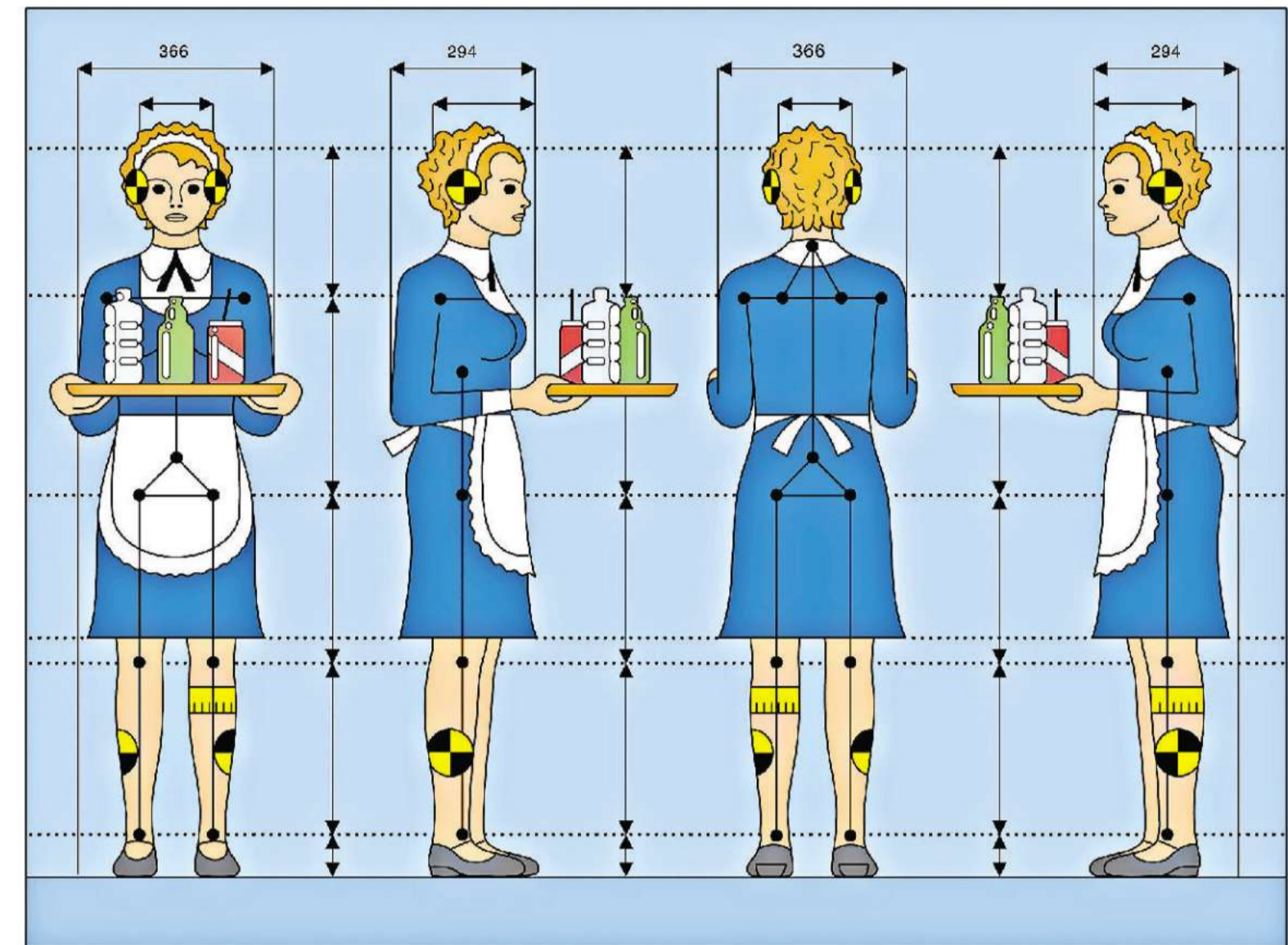
ANJA MÜLLER | NÜRNBERG

Über die Servicewüste Deutschland klagen viele. Doch es gibt auch Forschungswüsten: spannende Bereiche, die es zu erforschen lohnt, die aber bisher sträflich vernachlässigt wurden. Bei den Betriebswirten (BWLern) waren das die Dienstleistungen.

Obwohl bereits 70 Prozent der deutschen Wirtschaftsleistung heute durch Services erwirtschaftet werden, konzentrierten sich Forschung und Lehre lange Zeit auf die klassische Industrie-BWL. „Die Dienstleistungen waren bislang das Stiefkind der BWL“, sagte Alfred Wagenhofer, Vorsitzender des Verbandes der Hochschullehrer der Betriebswirtschaft (VHB), auf der Jahrestagung seines Verbandes vergangene Woche in Nürnberg. Um das zu ändern, hatte er die Dienstleistungen zum Schwerpunktthema des Treffens gemacht.

Dass die Industrie in der BWL bisher im Vordergrund stand, hat zweierlei Gründe: einerseits, weil die deutsche Wirtschaft tatsächlich in der Nachkriegszeit vor allem ingenieurgetrieben prosperierte, andererseits aber auch, weil Dienstleistungen so schlecht zu definieren sind. Von der Gastronomie über die Wartung von Maschinen und Rechnern, vom Gesundheitservice bis zu den Finanzdienstleistungen gehört vieles in die weitläufige Kategorie Services.

Darüber hinaus unterscheiden sich die Dienstleistungen vielfach von den klassischen Industrieprodukten: Man



kann sie nicht lagern, man kann die Qualität vorher nicht beurteilen, und Herstellung und Verbrauch fallen meist zusammen – der Kunde ist also Teil des Herstellungsprozesses.

Bei den deutschen Unternehmen hat der Anteil des Umsatzes, den sie durch Sachleistungen erzielen, in den vergangenen Jahren immer weiter abgenommen zugunsten der Serviceleistungen. Immer häufiger sind Dienstleistungen aber auch an technische Prozesse und Produkte gekoppelt und lassen sich daher gar nicht mehr allein betrachten. Selbst Industrieunternehmen können ihre Produkte kaum noch ohne dazugehöriges Serviceangebot verkaufen. Dazu kommt, dass

die Kunden dank des Internets heute besser informiert sind – und den Dienst am Kunden energisch einfordern. Die Firmen würden daher gerne mehr darüber erfahren, wie sie sich zum exzellenten Dienstleister wandeln, wie sie ihre Servicequalität verbessern und durch Dienstleistungsinnovationen wachsen können. Denn sie wissen oft nicht genau, warum ein neuer Service bei den Kunden ankommt oder floppt. Relevante Forschung könnte helfen.

Das hat auch die Bundesregierung erkannt und in ihrer 2006 gestarteten High-Tech-Strategie die Dienstleistungsforschung als eines der 17 Innovationsfelder identifiziert. Es geht da-

bei vor allem darum, das Innovationspotenzial der Dienstleistungen zu identifizieren und damit neues Wachstum zu generieren. Die Regierung fördert eine Arbeitsgruppe „Service Science“, die sich mit der Frage beschäftigt, wie eine entsprechende Forschungsdisziplin aussehen könnte.

An Ideen mangelt es nicht, das wurde bei der Experten-Tagung in Nürnberg deutlich: Zum Beispiel mahnt Christian Homburg, der forschungstärkste BWL-Professor in Deutschland, dass vor allem Dienstleistungen im Verhältnis zwischen Unternehmen (B2B) mehr untersucht werden müssen. Eine weitere Baustelle hat Gerhard Satzger, Mitgründer des Karlsruhe Service Institute und Leiter der Arbeitsgruppe, ausfindig gemacht: die technologiegetriebenen Dienstleistungen. „Dieses stark wachsende Anwendungsfeld ist noch nicht hinreichend erforscht.“ Darüber hinaus müssten neue praxisgerechte Ansätze dem Umstand Rechnung tragen, „dass Dienstleistung zunehmend als gemeinsamer Wertschöpfungsprozess von Partnern verstanden werden muss“. Dies gelte nicht nur für Servicefirmen, sondern immer häufiger auch für Produkthersteller wie Maschinenbauunternehmen.

Viele Unternehmen hoffen auf einen Wachstumsschub durch Service-Innovationen. Doch auch die Firmen hätten das Thema bisher oft stiefmütterlich behandelt, sagt Christian Homburg. So liege der Innovationsaufwand bei Dienstleistungen bei etwas mehr als einem Prozent, im verarbeitenden Gewerbe seien es dagegen fast fünf Prozent. „Es fehlen Forschern wie Unternehmen bislang oft noch geeignete Methoden, um Dienstleistungsinnovationen systematisch voranzutreiben“, lautet Satzgers Erfahrung. Homburg fordert seine Kollegen auf, mehr mit anderen Wissen-

schaftlern zusammenzuarbeiten – zum Beispiel mit Psychologen, wenn etwa die Kundenorientierung von Servicemitarbeitern gemessen oder die Interaktion zwischen Kunden erforscht werde. „Es gibt da einfache Themen, die können BWLer, Informatiker und Ingenieure nur gemeinsam erforschen“, bestätigt auch Tilo Böhmann. Er verantwortet einen Studiengang zum Thema Servicemanagement an der International Business School of Service Management in Hamburg.

Unternehmen wünschen sich aber nicht nur Informationen über die neuesten Forschungserkenntnisse. Sie suchen auch Absolventen mit Dienstleistungsexpertise – oft vergeblich. Zwar haben sich an deutschen Universitäten 15 Lehrstühle rund um das Thema etabliert. „Doch die Ergebnisse ihrer Forschung und Lehre sind bislang zu wenig für die Entscheider in den Unternehmen sichtbar“, heißt es in einem Papier der Arbeitsgruppe.

Vielleicht ändert sich das bald: Experten wie Böhmann vergleichen den Weg zu einer eigenen Wissenschaftsdisziplin Dienstleistungen mit dem, den die Wirtschaftsingenieure oder -informatiker bereits gegangen sind. „Diese Fächer kann man heute im Haupt- oder Nebenfach studieren – und die Absolventen sind sehr gefragt.“

Streit über das Handelsblatt-Ranking

OLAF STORBECK | NÜRNBERG

Kontrovers haben die deutschen Professoren für Betriebswirtschaftslehre auf ihrer Jahrestagung in Nürnberg über den Sinn und die Aussagekraft wissenschaftlicher Rankings diskutiert. Unter anderem, weil das Handelsblatt kurz vor der Tagung umfassende Ranglisten zur Forschungsleistung von BWL-Professoren und -Fakultäten veröffentlicht hatte.

„Universitäten und andere wissenschaftliche Forschungseinrichtungen sind Betriebe und müssen nach betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten geführt werden“, sagte der Konstanzer Ökonomie-Professor Heinrich Ursprung, der am Aufbau des Handelsblatt-BWL-Rankings maßgeblich beteiligt war. „Forschungsrankings liefern dafür wichtige Informationen.“ Davon waren aber längst nicht alle BWL-Professoren in Nürnberg überzeugt. So kritisierte Gerd

Rainer Wagner, Betriebswirt an der Universität Düsseldorf, das Handelsblatt-Ranking. Wer sich im Fach auskenne, brauche keine Ranglisten, um zu beurteilen, wer zu den führenden Forschern gehöre. Das Ranking werde der deutschen BWL nicht gerecht – unter anderem, weil ausschließlich Publikationen aus wissenschaftlichen Fachzeitschriften, nicht Monografien oder Lehrbücher zählen.

Das Handelsblatt-Ranking trage daher zu einer „Perpetuierung eines krass verengten wissenschaftlichen Status quo“ bei. Auch etliche seiner Kollegen, sagte Wagner, teilten die Sorge, dass das Handelsblatt-Ranking zu einer Verödung der BWL-Forschung beitragen werde. Es setze zu viel Anreize, Mainstream-Forschung zu betreiben, und zu wenig Anreize für interdisziplinäre Arbeit. Ursprung wies diese Kritik zurück: „Die Qualität des Handelsblatt-Rankings ist einzigartig, die Profession wird da-

von mittelfristig deutlich profitieren“, betonte Ursprung.

Nach Ansicht von Ulf Schrader, BWL-Professor an der TU Berlin, komme es darauf an, wie die Profession mit Ranglisten umgehe. Einerseits seien objektive und akzeptierte Maßstäbe für den Vergleich von Forschungsleistungen wichtig. Andererseits werde in Forschungsrankings aber nur eine von vielen Aufgaben von Hochschullehrern gemessen. Tendenziell rauche das Fach mehr, nicht weniger Rankings. Sonst bestehe die Gefahr, dass der eine, messbare Aspekt der Forschungsleistung überbetont werde und Aufgaben wie die Nachwuchsausbildung und der Transfer wissenschaftlicher Erkenntnisse in die Praxis leide, weil dies in Rankings nicht belohnt werde. „Das ist aber eine Frage der Anwendung“, betonte Schrader. „Keiner zwingt uns, in Berufungsverfahren nur noch auf Forschungsrankings zu schauen.“

UNSERE THEMEN

MO ÖKONOMIE: VWL

DI ESSAY

MI ÖKONOMIE: BWL & FINANCE

DO NATUR UND GEIST

FR LITERATUR