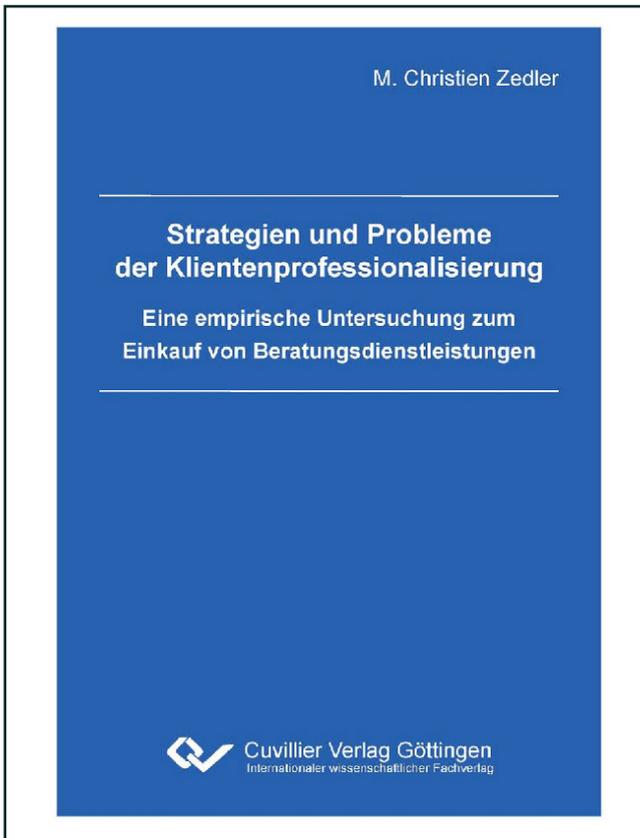




Christien Zedler (Autor)

**Strategien und Probleme der
Klientenprofessionalisierung**

Eine empirische Untersuchung zum Einkauf von
Beratungsdienstleistungen



<https://cuvillier.de/de/shop/publications/899>

Copyright:

Cuvillier Verlag, Inhaberin Annette Jentsch-Cuvillier, Nonnenstieg 8, 37075 Göttingen,
Germany

Telefon: +49 (0)551 54724-0, E-Mail: info@cuvillier.de, Website: <https://cuvillier.de>

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|------------|
| GELEITWORT | III |
| VORWORT..... | V |
| INHALTSVERZEICHNIS..... | VII |
| ABBILDUNGSVERZEICHNIS | XI |
| TABELLENVERZEICHNIS | XIV |
| ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS..... | XV |
| 1 EINLEITUNG..... | 17 |
| 2 KLIENTENPROFESSIONALISIERUNG IM DISKURS DER BERATUNGSFORSCHUNG..... | 22 |
| 2.1 ENTWICKLUNGSLINIEN UND POSITIONEN DER BERATUNGSFORSCHUNG | 22 |
| 2.1.1 Was umfasst Beratungsforschung?..... | 22 |
| 2.1.2 Die "kritische Perspektive" innerhalb der Beratungsforschung | 24 |
| 2.1.3 (Organisations-)Wissenschaftliche Theoretischen Traditionen in der Beratungsforschung..... | 27 |
| 2.1.4 Von der Berater- zur Klientenforschung | 30 |
| 2.2 KLIENTENPROFESSIONALISIERUNG: INDIKATOR SUBSTANZIELLER VERÄNDERUNGEN ODER MODETREND?..... | 33 |
| 3 KLIENTENPROFESSIONALISIERUNG ALS UNTERSUCHUNGS- GEGENSTAND | 38 |
| 3.1 DIMENSIONEN DER KLIENTENPROFESSIONALISIERUNG - ELEMENTE ZU EINER KONSTRUKT- UND BEGRIFFSKLÄRUNG..... | 38 |
| 3.1.1 Alltagssprachliche Verwendung des Begriffs "Professionalisierung" | 38 |
| 3.1.2 Der Begriff der "Klientenprofessionalisierung" in der Beratungsforschung..... | 39 |
| 3.1.2.1 Systematisierungsrahmen für wissenschaftliche Arbeiten zur "Klientenprofessionalisierung"..... | 40 |
| 3.1.2.2 Theoretische Konzepte von "Klientenprofessionalisierung"..... | 47 |
| 3.1.2.3 Indikatoren von "Klientenprofessionalisierung" in empirischen Untersuchungen..... | 62 |
| 3.1.3 Exkurs: Kernelemente traditioneller sozialwissenschaftlicher Ansätze der Professionalisierung und ihre Übertragung auf das Konzept "Klienten- professionalisierung"..... | 67 |
| 3.1.3.1 Systemtheoretischer Ansatz (Luhmann)..... | 68 |
| 3.1.3.2 Strukturtheoretischer Ansatz..... | 74 |

| | |
|---|-----|
| 3.1.3.3 <i>Symbolisch-interaktionistischer Ansatz</i> | 77 |
| 3.1.3.4 <i>Professionelle Wissensbestände als gemeinsames Element verschiedener Professionalisierungsansätze</i> | 78 |
| 3.1.3.5 <i>Vergleich von Teilaspekten traditioneller Professionalisierungsansätze mit der Konzeption und Operationalisierung des Konstruktes "Klientenprofessionalisierung"</i> | 81 |
| 3.1.4 <i>Fazit zum Begriff "Klientenprofessionalisierung"</i> | 84 |
| 3.2 BISHERICHER KLIENTENSEITIGER UMGANG MIT BERATERN UND MECHANISMEN DES BERATUNGSMARKTES | 86 |
| 3.2.1 <i>Die Grundproblematik einer Verallgemeinerung "des" Klientenverhaltens</i> | 88 |
| 3.2.2 <i>Exkurs: Der Mechanismus-Begriff</i> | 91 |
| 3.2.3 <i>Mechanismen im Beratungsmarkt</i> | 95 |
| 3.2.3.1 <i>Mechanismen zur Erklärung des Wachstums im Beratungsmarkt</i> | 97 |
| 3.2.3.2 <i>Mechanismen beim Aufeinandertreffen von Angebot und Nachfrage im Beratungsmarkt</i> | 99 |
| 3.2.3.3 <i>"Arena-Mechanismen" auf der Mikroebene einer konkreten Berater-Klient-Beziehung</i> | 107 |
| 3.2.4 <i>Die theoretisch möglichen Auswirkungen von Klientenprofessionalisierungsmaßnahmen auf die Einflussfaktoren des Beratungsnachfrage-Mechanismus</i> | 118 |
| 3.3 KLIENTENPROFESSIONALISIERUNG ALS VERFAHRENSINNOVATION | 121 |
| 3.3.1 <i>Klientenprofessionalisierungsmaßnahmen = Verfahrensinnovationen?</i> | 121 |
| 3.3.1.1 <i>Definition von (Verfahrens-) "Innovation"</i> | 122 |
| 3.3.1.2 <i>Untersuchung von "Klientenprofessionalisierungsmaßnahmen" auf Merkmale von Verfahrensinnovationen</i> | 124 |
| 3.3.2 <i>Konzepte und Befunde aus der (Verfahrens-)Innovationsforschung</i> | 125 |
| 3.3.2.1 <i>Dimensionen zur Klassifizierung von (Verfahrens-)Innovationen</i> | 125 |
| 3.3.2.2 <i>Widerstand und Konflikte als Wesensmerkmal von (Verfahrens-) Innovationen</i> | 127 |
| 3.3.3 <i>Implikationen der Innovationsforschung für Klientenprofessionalisierung</i> | 134 |
| 3.3.3.1 <i>Anwendung der Klassifikationskonzepte für Verfahrensinnovationen auf Klientenprofessionalisierungsmaßnahmen</i> | 134 |
| 3.3.3.2 <i>Implikationen aus der Forschung über intraorganisationalen "Widerstand" für Widerstand gegen Klientenprofessionalisierungsmaßnahmen</i> | 135 |
| 3.3.4 <i>"Reformen" aus der organisationswissenschaftlichen Perspektive von Brunsson und Olsen</i> | 140 |
| 3.3.5 <i>Zur „Gültigkeit“ und Umsetzung formaler Regeln in Organisationen</i> | 144 |

| | |
|--|------------|
| 4 KONZEPTION DER EMPIRISCHEN UNTERSUCHUNG | 152 |
| 4.1 WISSENSCHAFTSTHEORETISCHER BEZUGSRAHMEN UND WAHL DER UNTERSUCHUNGSMETHODE | 152 |
| 4.2 DAS METHODISCHE VERFAHREN DES "FORSCHUNGSPROGRAMM SUBJEKTIVE THEORIEN" | 158 |
| 4.2.1 Methodisches Vorgehen und Gütekriterien | 159 |
| 4.2.2 Kritikpunkte an der Methodik des FST | 160 |
| 4.2.3 Konsequenzen aus den methodischen Kritikpunkten für die eigene empirische Untersuchung | 161 |
| 4.3 METHODISCHE VERFAHRENSADAPTION UND ABLAUF DER EMPIRISCHEN UNTERSUCHUNG | 165 |
| 4.3.1 Entwicklung des Interviewleitfadens | 165 |
| 4.3.2 Wahl des Visualisierungsverfahrens für die themenbezogenen Kognitionsinhalte | 166 |
| 4.3.3 Ablauf der Untersuchung | 170 |
| 4.3.4 Art der erhobenen Daten | 172 |
| 4.3.5 Auswertungssystematik | 177 |
| 4.4 ZUSAMMENSETZUNG DER STICHPROBE UND ZEITRAUM DER DATENERHEBUNG | 181 |
| 4.4.1 Theoretisches Sampling hinsichtlich Branche, Hierarchie und Abteilungszugehörigkeit | 182 |
| 4.4.2 Methodische Anforderungen an die untersuchten Unternehmen und Interviewpartner | 183 |
| 4.4.3 Feldzugang und Erhebungszeitraum | 184 |
| 5 ERGEBNISSE | 187 |
| 5.1 CHARAKTERISTIKA DER AN DER STUDIE BETEILIGTEN UNTERNEHMEN | 187 |
| 5.2 DIE PROZESSTYPIK BEI DER ANBAHNUNG UND DEM EINKAUF VON BERATUNGSDIENSTLEISTUNGEN IN DER PRAXIS | 191 |
| 5.2.1 Der "idealtypische" Ablauf des Beratungseinkaufs aus Klientensicht | 191 |
| 5.2.2 Der "realtypische" Ablauf des Beratungseinkaufs aus Klientensicht | 196 |
| 5.2.3 Der "realtypische" Ablauf des Beratungseinkaufs aus Beratersicht | 207 |
| 5.3 ORGANISATIONALE KLIENTENPROFESSIONALISIERUNGSMÄßNAHMEN IN DER PRAXIS AUS TRADITIONELLER STEUERUNGS- UND KONTROLLPERSPEKTIVE | 221 |
| 5.3.1 Einkaufsbegleitende Steuerungs- und Kontrollmaßnahmen | 221 |
| 5.3.2 Zielstellungen der einkaufsbegleitenden "Standardmaßnahmen" | 232 |
| 5.4 WIDERSTANDSFORMEN UND UMGEHUNGSSTRATEGIEN DER BETROFFENEN | 242 |

| | |
|---|------------|
| 5.4.1 Formen verdeckten Widerstandes und Umgehungsstrategien gegen den richtliniengemäßen Ablauf des Beratungseinkaufs..... | 243 |
| 5.4.2 Widerstandsmotive der Betroffenen | 253 |
| 5.4.2.1 Von den Interviewpartnern angegebene Widerstandsmotive | 253 |
| 5.4.2.2 Aus den gegenseitigen Vorteilserwartungen einer Beratungsinanspruchnahme hervorgehende Widerstandsmotive..... | 258 |
| 5.4.3 Einflussfaktoren auf die "Richtlinienumsetzung" beim Einkauf von Beratungsdienstleistungen..... | 264 |
| 5.4.4 Zwischenbetrachtung..... | 280 |
| 5.5 DIE WIRKSAMKEIT ORGANISATIONALER PROFESSIONALISIERUNGSMÄßNAHMEN AUF "WEICHE" EINFLUSSFAKTOREN DER BERATUNGSNACHFRAGE..... | 281 |
| 5.5.1 Empirisch-induktive Bestätigung und Ergänzung der weichen Einflussfaktoren im Beratungsbedarfschaffungs-Mechanismus | 281 |
| 5.5.2 Organisationale Professionalisierungsmaßnahmen aus einer mechanismuszentrierten Sicht..... | 290 |
| 5.5.2.1 Die Wirkung "traditionell" verstandener Professionalisierungsmaßnahmen auf die Einflussfaktoren des Beratungsbedarfschaffungsmechanismus..... | 290 |
| 5.5.2.2 Empirisch identifizierte "neue" organisationale Professionalisierungsmaßnahmen aus einer mechanismuszentrierten Sicht..... | 303 |
| 5.5.2.3 Vorschläge der Interviewpartner für "wirksame" organisationale Professionalisierungsmaßnahmen | 303 |
| 6 DISKUSSION | 313 |
| 6.1 ZUM STAND DER KLIENTENPROFESSIONALISIERUNG VOR UND HINTER DEN KULISSEN.. | 313 |
| 6.2 ORGANISATIONSWISSENSCHAFTLICHE ERKLÄRUNGSANSÄTZE FÜR ANLÄSSE UND AUSGESTALTUNG VON "KLIENTENPROFESSIONALISIERUNGSMÄßNAHMEN" | 314 |
| 6.3 SCHLUSSBETRACHTUNG ZUM KONZEPT DER "KLIENTENPROFESSIONALISIERUNG" | 328 |
| 6.3.1 Zum Problem der Zielkonflikte bei einer gleichzeitigen „Optimierung“ von offiziellen und latenten Beratungsfunktionen..... | 330 |
| 6.3.2 Zum Problem einer verlustfreien Explikation des Begriffs „Klientenprofessionalisierung“ | 340 |
| 6.3.3 Zum Problem des Begriffs und den impliziten Annahmen einer „organisationalen Klientenprofessionalisierung“ | 342 |
| 7 SCHLUSSWORT | 349 |
| LITERATURVERZEICHNIS | 354 |
| ANHANG..... | 384 |

Abbildungsverzeichnis

| | |
|--|-----|
| Abbildung 1: Systematisierungsrahmen für wissenschaftliche Arbeiten zur Klientenprofessionalisierung..... | 40 |
| Abbildung 2: Vereinfachte metaphorische Darstellung der leitenden Untersuchungsfrage für Kapitel 3.2..... | 87 |
| Abbildung 3: Ein Modell zur Erklärung der "Beratungsexplosion"..... | 104 |
| Abbildung 4: Modell "weicher" Einflussfaktoren, die Häufigkeit, Art und Prozess der Inanspruchnahme von Beratungsdienstleistungen beeinflussen..... | 115 |
| Abbildung 5: Vereinfachte Darstellung des Untersuchungsablaufs..... | 171 |
| Abbildung 6: Beispiel für die operative Handlungsstruktur eines interviewten Einkäufers in Bezug auf den Ablauf beim Einkauf von Beratungsdienstleistungen..... | 173 |
| Abbildung 7: Beispiel Nr. 1 für die Regelstruktur hinter einem Ablaufschritt beim Einkauf von Beratungsdienstleistungen aus der Sicht eines Einkäufers..... | 175 |
| Abbildung 8: Beispiel Nr. 2 für die Regelstruktur hinter einem Ablaufschritt beim Einkauf von Beratungsdienstleistungen aus der Sicht eines Einkäufers..... | 176 |
| Abbildung 9: Zusammensetzung und "Rahmendaten" der Stichprobe..... | 181 |