

Till Grewe

Professional Service Firms in einer globalisierten Welt

GABLER EDITION WISSENSCHAFT

Unternehmensführung & Controlling

Herausgegeben von

Universitätsprofessor Dr. Dr. habil. Wolfgang Becker,
Otto-Friedrich-Universität Bamberg

und Universitätsprofessor Dr. Dr. h. c. Jürgen Weber,
WHU – Otto Beisheim School of Management, Vallendar

Die Schriftenreihe präsentiert Ergebnisse der betriebswirtschaftlichen Forschung im Themenfeld Unternehmensführung und Controlling. Die Reihe dient der Weiterentwicklung eines ganzheitlich geprägten Management-Denkens, in dem das Controlling als übergreifende Koordinationsfunktion einen für die Theorie und Praxis der Führung zentralen Stellenwert einnimmt.

Till Grewe

Professional Service Firms in einer globalisierten Welt

Eine strategische Analyse am Beispiel
von Wirtschaftsprüfungsgesellschaften
und Unternehmensberatungen

Mit einem Geleitwort von
Univ.-Prof. Dr. Dr. habil. Wolfgang Becker

GABLER EDITION WISSENSCHAFT

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über
<<http://dnb.d-nb.de>> abrufbar.

Dissertation Otto-Friedrich-Universität Bamberg, 2008

1. Auflage 2008

Alle Rechte vorbehalten

© Gabler | GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden 2008

Lektorat: Frauke Schindler / Stefanie Loyal

Gabler ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media.

www.gabler.de



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: Regine Zimmer, Dipl.-Designerin, Frankfurt/Main

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Printed in Germany

ISBN 978-3-8349-1261-9

Geleitwort

Einer der bedeutsamsten Mega-Trends der letzten Jahrzehnte ist die Globalisierung wirtschaftlichen Handelns. Die Betriebswirtschaftslehre, insbesondere die Lehre der internationalen Unternehmensführung, noch spezieller die Lehre des Strategischen Managements und Controllings, haben diese Entwicklung bereits vor geraumer Zeit aufgegriffen und eine Reihe allgemeiner Erklärungs- und Handlungsmodelle entwickelt. Trotzdem sind immer noch eine Vielzahl spezifischer Fragestellungen weitgehend unbeantwortet, auch die der strategischen Gestaltung international tätiger Professional Service Firms. Diese Unternehmen sind Anbieter wissensintensiver Dienstleistungen wie insbesondere Unternehmensberatungen und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften, deren Gestaltung im Fokus der vorliegenden Untersuchung von Till Grewe stehen.

Die Arbeit beschäftigt sich im Kern mit der Forschungsfrage, warum Unternehmensberatungen und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften in der Vergangenheit ihre Organisationen internationalisiert haben und dies weiterhin tun. Till Grewe charakterisiert zunächst theoriegeleitet, dann anhand einer strategischen Analyse exemplarischer Branchenvertreter in drei explorativen Fallstudien Geschäftsmodelle von Professional Service Firms und leitet daraus strategische Gestaltungsoptionen für derartige Unternehmen ab. Die bewusst fallübergreifende Zusammenfassung der empirischen Ergebnisse mündet in der Ableitung von Hypothesen. Diese bilden eine interessante Ausgangsbasis für zukünftige, vertiefende Forschungsarbeiten.

Till Grewe entwickelt in diesem Zusammenhang u. a. einen modellhaften Bezugsrahmen, der Kundenwunsch, Auftragsgewinnung und interne Organisationsstruktur von Professional Service Firms miteinander verknüpft. Zudem werden in einer sehr interessanten Portfoliodarstellung zentrale Herausforderungen des weiteren Wachstums für Professional Service Firms im Hinblick auf die Neudefinition von Kundengruppen aufgezeigt und kritisch diskutiert und somit vergleichend beurteilt. Gleichzeitig bilden die gewonnenen Erkenntnisse einen Ansatzpunkt für weitere Forschungsarbeiten. So liegt für international tätige Professional Service Firms eine zentrale Herausforderung im Aufbau wertschöpfungsorientierter Steuerungssysteme. Solche (Controlling-) Instrumente müssen auf der Implementierung eines an den Stakeholderinteressen, den daraus resultierenden Unternehmenszielen und dem Geschäftsmodell ausgerichteten Performance Measurements und Managements basieren. Bedeutsame Folge der Einführung derartiger Konzepte ist die entsprechend konsequente Ausgestaltung von Anreiz- und Vergütungssystemen für die Mitarbeiter von Professional Service Firms.

Was wird von der Arbeit und den darin zahlreich verarbeiteten Ideen vor allem bleiben? Die zentrale wissenschaftliche Leistung von Till Grewe besteht in der anschaulichen Herausarbeitung der vielschichtigen Zusammenhänge der internationalen Tätigkeit von Professional Service Firms. Dank der explorativen Fallstudien konnte ein einerseits sehr detailliertes und andererseits aber zugleich umfassendes Bild des Strategischen Managements derartiger Firmen in der Unternehmenspraxis aufgezeigt werden. Dies schafft neue Einsichten in derzeitige sowie bereits antizipierte Herausforderungen und Lösungsmöglichkeiten für die Branche. Somit leistet die Arbeit eine wichtige, empirisch untermauerte Weiterentwicklung zum fundierteren Verständnis von Professional Service Firms.

Vor diesem Hintergrund ist Till Grewe mit der vorliegenden Arbeit ein wesentlicher Beitrag zum wissenschaftlichen Erkenntnisfortschritt innerhalb der Betriebswirtschaftslehre und hier insbesondere der Führung von Professional Service Firms und deren strategischer Gestaltung gelungen. Die Ergebnisse dieser Arbeit sind nicht nur aus wissenschaftlich-theoretischer Perspektive von Interesse, sondern beinhalten äußerst wertvolle Anregungen für Führungskräfte international tätiger Professional Service Firms. Dies liegt nicht nur an der Aktualität und Relevanz der vorliegenden Arbeit, die im Übrigen ausgesprochen lesbar geschrieben ist, sondern insbesondere an ihrer deutlichen Anwendungsorientierung, die sich in einem praxisnah verfassten Aufbau spiegelt. Daher wünsche ich ihr viele Leser und sage ihr diese auch voraus.

Univ.-Professor Dr. Dr. habil. Wolfgang Becker

Vorwort

Professional Service Firms im Allgemeinen sind ein aktuelles und, so zeigen hoffentlich auch einige in der vorliegenden Arbeit steckende Ideen, spannendes Forschungsfeld. Ihre volkswirtschaftliche Relevanz hat insbesondere in den westlichen (ehemaligen Industrie-) Ländern in den letzten Dekaden stark zugenommen und dürfte weiter steigen. „The rise of the creative class“ ist noch lange nicht zu Ende. Gleichzeitig steht das Management international tätiger Professional Service Firms im Speziellen vor der Herausforderung, die jeweilige Gesellschaft in einer globalisierten Welt strategisch und organisatorisch so aufzustellen, dass sie im verhaltenstechnisch und damit häufig kulturell-lokal geprägten People’s Business erfolgreich wirtschaften kann. Da Professional Service Firms anders funktionieren als Industrie- oder klassische Dienstleistungsunternehmen, besteht die Notwendigkeit zur eigenständigen Betrachtung der Branche und zur Entwicklung ganzheitlicher eigener Konzepte. Dieser wird allerdings noch in unzureichendem Maße in Forschung und Lehre nachgekommen, in meinen Augen vor allem aus drei Gründen:

Professional Service Firms sind erstens bemüht, nicht zu viele Informationen über ihre internen Strukturen nach außen dringen zu lassen. Sie geben sich gerne zugeknöpft. Ohne Einblicke bleiben natürlich wissenschaftliche Erkenntnisse versagt. Dies liegt zweitens u. a. daran, dass Mitarbeiter von Professional Service Firms vor allem die „Kundenarbeit“ schätzen. Sie arbeiten folglich eher an Konzepten für den Kunden als für sich selbst, schließlich werden sie für diese auch bezahlt. Darunter leidet aber ihre eigene firmeninterne Effizienz. Auf Forschungsseite fällt drittens bei einschlägigen Arbeiten auf, dass sie zwar anwendungsorientiert gestaltet sind, meines Erachtens aber häufig die realen und komplexen Ist-Zustände in den Firmen nur eingeschränkt treffen. Ich hoffe daher, dass sowohl Forschende als auch Praktiker in meiner Arbeit den einen oder anderen Anknüpfungspunkt für ihre weiteren Tätigkeiten an oder in Professional Service Firms finden können.

Dank der thematischen Auseinandersetzung mit Professional Service Firms hatte ich eine sehr interessante Dissertationszeit, während ihr Verlauf von, nicht unüblichen, Auf und Abs geprägt war. Aber: „Wat wellste maache?“ (Art. 7 Kölsches Grundgesetz). Bisweilen ist dann nicht der Weg das Ziel, sondern doch das Ziel selbst. Dass ich es auch erreiche, war mir als überzeugtem Wahlkölner natürlich klar. Denn: „Et hätt noch immer jot jejang“ (Art. 3 ebd.). All denen, die mich im Laufe meiner Dissertationszeit in unterschiedlichster Weise und Funktion unterstützt haben, möchte ich deshalb auch noch einmal an dieser Stelle herzlich danken.

Till Grewe

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	V
Vorwort	VII
Inhaltsverzeichnis	IX
Abbildungsverzeichnis	XIII
Abkürzungsverzeichnis	XV
1 Einführung.....	1
1.1 Ausgangslage, Problemstellung und Zielsetzung.....	1
1.2 Professional Service Firms als Betrachtungsobjekt	3
1.2.1 Abgrenzung	3
1.2.2 Bedeutung.....	5
1.2.3 Wachstumstreiber.....	8
1.2.4 Herausforderungen	10
1.2.5 Eingrenzung des Betrachtungsobjekts	14
1.2.6 Forschungsstand	17
1.3 Erkenntnisinteresse.....	21
1.4 Methodischer Ansatz.....	22
1.5 Vorgehensweise	25
2 Professional Service Firms.....	27
2.1 Einordnung von Professional Services.....	27
2.2 Merkmale von Professional Service Firms	30
2.3 Branchenbetrachtung.....	35
2.3.1 WP-Firmen	35
2.3.2 Unternehmensberatungen.....	39
2.3.3 Gemeinsamkeiten	43
2.4 Besonderheiten von Professional Service Firms	45
2.4.1 Geschäftsmodell	45
2.4.1.1 Abgrenzung	45
2.4.1.2 Wertschöpfungsprozesse	46
2.4.1.3 Entwicklung eines Bezugsrahmens	53
2.4.2 Strategisches Management	56
2.4.2.1 Abgrenzung	56
2.4.2.2 Management und Strategieentwicklung bei Professional Service Firms	57
2.4.2.3 Strategische Entwicklungsoptionen für Professional Service Firms.....	62
2.4.2.3.1 Marktorientierte Sichtweise	63

2.4.2.3.2	Ressourcenorientierte Sichtweise.....	66
2.4.2.4	Strategieimplementierung	68
2.4.2.4.1	Relevanz.....	68
2.4.2.4.2	Operatives Management.....	71
2.4.2.5	Modell zum Strategieprozess	73
2.4.2.6	Leistungsmessung sowie Anreiz- und Vergütungssysteme	76
2.5	Zwischenfazit	79
3	Internationalisierungsstrategien	81
3.1	Begriffliche und theoretische Abgrenzung	81
3.1.1	Strategische Orientierung von Unternehmen	84
3.1.1.1	Grundlagen.....	84
3.1.1.2	Besonderheiten bei Dienstleistungsunternehmen.....	89
3.1.2	Internationale Markteintritts- und Marktentwicklungsstrategien.....	92
3.1.3	Strategieimplementierung	93
3.2	Internationalisierungsstrategien bei Professional Service Firms	95
3.2.1	Ausgangslage	95
3.2.1.1	Stand der Internationalisierung	95
3.2.1.2	Treiber der Internationalisierung.....	96
3.2.1.3	Herausforderungen der Internationalisierung.....	100
3.2.2	Organisatorische internationale Entwicklungsansätze	103
3.2.2.1	Hintergrund	103
3.2.2.2	Organisationsinterne Entwicklung	104
3.2.2.3	Organisationsexterne Entwicklung	106
3.2.2.3.1	Expansion über Akquisitionen	106
3.2.2.3.2	Expansion über Kooperationen	107
3.2.3	Strukturelle Gestaltung internationaler Professional Service Firms	111
3.2.3.1	Netzwerkstrukturen	111
3.2.3.1.1	Partnerschaftsmodell	111
3.2.3.1.2	Organisationsstrukturen	114
3.2.3.2	Integration von Professional-Service-Firm-Netzwerken zu One-Firms	119
3.2.3.2.1	Konzept der One-Firm	120
3.2.3.2.2	Integrative Entwicklung der Big-4-Netzwerke	122
3.2.3.2.3	Weiterführende strukturelle Integrationstendenzen	126
3.2.4	Operationalisierung internationaler Organisationsstrukturen	131
3.2.5	Ausgewählte ressourcenorientierte strategische Entwicklungsoptionen.....	136
3.3	Zwischenfazit	138

4	Explorative Fallstudienuntersuchung.....	140
4.1	Untersuchungsschema.....	140
4.2	Fallstudie: Big-4-Firma Deloitte.....	145
4.2.1	Hintergrund.....	145
4.2.2	Geschäftsmodell.....	146
4.2.3	Stand der Internationalisierung.....	148
4.2.4	Management der Internationalisierung.....	152
4.2.4.1	Ausgangslage.....	152
4.2.4.2	Struktur.....	155
4.2.4.3	Führung.....	158
4.2.4.4	Operationalisierung.....	159
4.2.4.4.1	Global Risk Management.....	160
4.2.4.4.2	Zentrales Key Account Management.....	162
4.2.4.4.3	Länderübergreifende IT- und Verrechnungssysteme.....	163
4.2.4.4.4	Globales Wissens- und Mitarbeitertransfersystem.....	165
4.2.4.4.5	Zwischenfazit.....	165
4.2.5	Zukünftige Herausforderungen.....	167
4.2.6	Zusammenfassende Würdigung.....	172
4.3	Fallstudie: „Non-Big 4“-WP-Firma Rödl & Partner.....	173
4.3.1	Hintergrund.....	173
4.3.2	Geschäftsmodell.....	174
4.3.3	Stand der Internationalisierung.....	177
4.3.4	Management der Internationalisierung.....	179
4.3.5	Zukünftige Herausforderungen.....	182
4.3.6	Zusammenfassende Würdigung.....	184
4.4	Fallstudie: Strategische Unternehmensberatung McKinsey & Company.....	185
4.4.1	Hintergrund.....	185
4.4.2	Geschäftsmodell.....	186
4.4.3	Stand der Internationalisierung.....	189
4.4.4	Management der Internationalisierung.....	192
4.4.5	Zukünftige Herausforderungen.....	194
4.4.6	Zusammenfassende Würdigung.....	198
4.5	Fallstudienübergreifende Erkenntnisse.....	199
4.5.1	Vorgehensweise.....	199
4.5.2	„Warum erfordert die Globalisierung der Weltwirtschaft international aufgestellte Professional Service Firms?“.....	199

4.5.3	„Wie sollten Geschäftsmodell, Strategie und Organisation von Professional Service Firms gestaltet sein, um Ausrichtung und Zielen ihrer Internationalisierungsbestrebungen gerecht zu werden?“	201
4.5.4	„Wie wirken systematische Maßnahmen, wie die Schaffung einer einheitlichen Unternehmenskultur und einheitlicher Anreiz- und Vergütungssysteme, als Bindeglieder zwischen Strategie, Organisation und deren Operationalisierung bei international tätigen Professional Service Firms?“	206
4.5.5	„Warum steigen die Bemühungen zur Vereinheitlichung der internationalen Professional-Service-Firm-Organisationen? Für welche Firmen ist das Modell einer One-Firm dauerhaft erstrebenswert?“	210
4.5.6	„Wie gehen Professional Service Firms mit Herausforderungen um, die aus ihrem Wachstum entstehen?“	213
5	Schlussbetrachtung	218
5.1	Zusammenfassung und Ausblick	218
5.2	Implikationen für die weitere Forschung	221
	Anhang A: Verzeichnis der geführten Interviews	223
	Anhang B: Verzeichnis der entwickelten Hypothesen	224
	Literaturverzeichnis	225

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Wesentliche Anbietergruppen von Professional Services nach Größe sortiert....	4
Abbildung 2: Aufbau der Arbeit	26
Abbildung 3: Typische Vertreter der Professional-Services-Branche	29
Abbildung 4: Erfolgreiche Differenzierungsmethoden von Professional Service Firms.....	34
Abbildung 5: Globale Marktentwicklung für IT & Management Consulting, 2003-2007	40
Abbildung 6: Wertschöpfungsmodell einer Professional Service Firm.....	48
Abbildung 7: Die professionelle Pyramide	51
Abbildung 8: Geschäftsmodell einer Professional Service Firm	53
Abbildung 9: Marktorientierte strategische Entwicklungsoptionen.....	63
Abbildung 10: Strategiepyramide	71
Abbildung 11: Strategieprozess	74
Abbildung 12: Wesentliche Dimensionen von Internationalisierungsstrategien	84
Abbildung 13: Strategische Orientierung von Unternehmen.....	88
Abbildung 14: Von den Big 8 zu den Big 4 der internationalen WP-Netzwerke	110
Abbildung 15: Integrationstiefe in strategischen Netzwerken von WP-Firmen	116
Abbildung 16: Grundzüge des One-Firm-Konzepts	121
Abbildung 17: Ressourcenorientierte strategische Entwicklungsoptionen.....	137
Abbildung 18: Forschungsstrategie in Abhängigkeit relevanter Kriterien	141
Abbildung 19: Erstellungsprozess der explorativen Fallstudien.....	145
Abbildung 20: Leitungs- und Aufbauorganisation von Deloitte Global.....	156
Abbildung 21: Internationale Positionierung abhängig von Produkt- und Kundengruppen.....	200
Abbildung 22: Grundsätzliche internationale Positionierung der Betrachtungsobjekte	204
Abbildung 23: Systematische Maßnahmen in Abhängigkeit von Größe und Internationalität	208
Abbildung 24: Verbindung von Nachfrage, Auftragsakquisition und Organisation	212
Abbildung 25: Entwicklungsmöglichkeiten für Kunden- und Produktgruppen	216

Abkürzungsverzeichnis

AG	Aktiengesellschaft
AICPA	American Institute of Certified Public Accountants
Art.	Artikel
ASEAN	Association of Southeast Asian Nations
AWSC	Andersen Worldwide Société Coopérative
BARefG	Berufsaufsichtsreformgesetz
BCG	Boston Consulting Group
BDO	Binder Dijker Otte & Co. (heute BDO International)
BDU	Bundesverband Deutscher Unternehmensberater
BilReG	Bilanzrechtsreformgesetz
C+M	Clients & Markets
CEO	Chief Executive Officer
CFO	Chief Financial Officer
CIO	Chief Information Officer
CPA	Certified Public Accountant
CPSFM	Centre for Professional Service Firm Management
CRM	Customer Relationship Management
DE	Deutschland
DGMF	Deutsche Gesellschaft für Managementforschung
DPR	Deutsche Prüfstelle für Rechnungslegung
E&Y	Ernst & Young
ebd.	ebenda
EDS	Electronic Data Systems Corporation
EG	Europäische Gemeinschaft
EGOS	European Group for Organizational Studies
EMEA	Europe, Middle East, Africa
ES	Espana
et al.	und andere
EU	Europäische Union
EUR	Euro
f.	und folgende
ff.	und fortfolgende
FR	France
GF	Geschäftsführer
GIRS	Global Information Reporting System

GmbH	Gesellschaft mit begrenzter Haftung
GuV	Gewinn- und Verlustrechnung
HGB	Handelsgesetzbuch
HR	Human Resources
Hrsg.	Herausgeber
IBM	International Business Machines
IFRS	International Financial Reporting Standards
IMF	International Monetary Fund
IT	Informationstechnologie
Jg.	Jahrgang
KG	Kapitalgesellschaft
KPMG	Klynveld Peat Marwick Goerdeler
LATCO	Latin American Countries Organization
(G)LCSP	(Global) Lead Client Service Partner
LLP	Limited Liability Partnership
M&A	Mergers & Acquisitions
MAMIS	Marketing und Mandanten-Informationen-System
MBA	Master of Business Administration
MNE	Multinational Enterprise
MPB	Managed Professional Business
MRI	Moore Rowland International
NL	The Netherlands
OECD	Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung
PCAOB	Public Company Accounting Oversight Board
PEI	Private Equity Intelligence
PSF	Professional Service Firm
PSM	Professional Service Modell
PwC	PricewaterhouseCoopers
R&D	Research & Development
SE	Societas Europaea
SEC	US-amerikanische Securities and Exchange Commission
SOX	The Sarbanes-Oxley Act of 2002
u. a.	unter anderem
UK	United Kingdom
US-/U.S.	US-amerikanisch
USA	Vereinigte Staaten von Amerika
USD	US-Dollar

US-GAAP	US-amerikanische Generally Accepted Accounting Principles
vgl.	vergleiche
WHU	Wissenschaftliche Hochschule für Unternehmensführung
WP	Wirtschaftsprüfer
WPO	Wirtschaftsprüferordnung
WZB	Wissenschaftszentrum für Sozialforschung