

Lünendonk®-Studie

# Gesamtdienstleistung – eine Chance für den Standort Deutschland

Teil 1 A      Auswertung über alle befragten Unternehmen hinweg

Teil 1 B      Auswertung der börsennotierten Unternehmen

Teil 2        Auswertung der Befragung von ausgewählten Marktexperten (Delphi-Studie)

Mit freundlicher Unterstützung von:

Accenture, Capgemini, IBM, T-Systems

Kaufbeuren, August 2009

Lünendonk GmbH

L Ü N E N D O N K



Autoren:

Thomas Lünendonk, Lünendonk GmbH

Mario Zillmann, Lünendonk GmbH

Keine Gewähr für die Richtigkeit der Unternehmensangaben und Berechnungen

Herausgeber und Copyright:

LÜNENDONK GmbH • Postfach 1360 • 87573 Kaufbeuren

Tel.: 08341-96636-0 • Fax: 08341-96636-66 • Internet: [www.luenendonk.de](http://www.luenendonk.de)

# Inhaltsverzeichnis (1)

Inhaltsverzeichnis.....	3
Einführung.....	7
Einleitung.....	9
Methodik.....	12
<b>Teil 1 A: Auswertung über alle befragten Unternehmen hinweg.....</b>	<b>14</b>
Allgemeine Informationen.....	15
Kapitel 1: Bekanntheit und Beurteilungen des BITP Konzeptes.....	20
Kapitel 2: Status quo der Auftragsvergabe an Gesamtdienstleister.....	31
Kapitel 3: Derzeit geplante Projekte der befragten Unternehmen.....	40
Kapitel 4: Zusammenarbeit mit Gesamtdienstleister.....	46
Kapitel 5: Gründe der Unternehmen, um auf BITP-Gesamtdienstleistungen zu setzen.....	53

# Inhaltsverzeichnis (2)

Kapitel 6: Auswirkungen der Finanz- und Wirtschaftskrise auf die Vergabe von Gesamtdienstleistungspaketen.....	61
Kapitel 7: Leistungssegmente für die beste Positionierung als Gesamtdienstleister beim Kunden.....	66
Kapitel 8: Branchen und Gründe für die erfolgreiche Durchsetzung des BITP-Konzeptes.....	74
Kapitel 9: Einkauf von Gesamtdienstleistungen in der Praxis.....	88
Kapitel 10: Bedeutung von Einzeldienstleistungen für den Geschäftserfolg von Kundenunternehmen.....	100
Kapitel 11: Behinderungsfaktoren für den Einsatz von Gesamtdienstleister.....	104
Kapitel 12: Informationseinholung über BITP-Gesamtdienstleister.....	108
<b>Teil 1 B: Auswertung der börsennotierten Unternehmen.....</b>	<b>111</b>
Zusammenfassung der Ergebnisse.....	112
Allgemeine Informationen.....	116
Einstellungen und Meinungen der Unternehmen zum Konzept BITP.....	120

# Inhaltsverzeichnis (3)

<b>Teil 2: Auswertung der Befragung von Marktexperten.....</b>	<b>178</b>
Methodik.....	180
Zusammenfassung der Ergebnisse.....	182
Allgemeine Informationen.....	187
<b>Teil 1: Allgemeine Informationen über das Konzept BITP.....</b>	<b>189</b>
<b>Teil 2: Thesen zur Zukunft der Gesamtdienstleistungen.....</b>	<b>198</b>
Thesenteil A.....	199
Thesenteil B.....	202
Thesenteil C.....	205
Thesenteil D.....	203

# Inhaltsverzeichnis (4)

<b>Abbildungsverzeichnis.....</b>	<b>212</b>
<b>Weitere Informationen.....</b>	<b>216</b>
Auf einen Blick.....	217
Lünendonk Portfolio Struktur.....	218
rechtliche Hinweise.....	225
Weitere Informationen.....	227

# Einführung

# Einführung in das Konzept Business Innovation/Transformation Partner (Gesamtdienstleister)

- Im Informations- und Kommunikationstechnik-Markt gewinnen neben Hardware und Software die Business-to-Business-Dienstleistungen ständig an Bedeutung. Dazu zählen neben Beratung und Systemintegration vor allem die IT-Services im engeren Sinne, wie Outsourcing, Application Management, Facility Management sowie Equipment Services, Maintenance und Training.
- Die Abgrenzung zwischen den IT-Dienstleistungs-, Software- und Unternehmensberatungs-Märkten wird zunehmend schwieriger. Während einerseits Managementberater auch IT-Know-how anbieten, weist andererseits die Leistungspalette der IT-Berater auch unternehmensorganisatorische und strategische Themen auf. Eine weitere Überschneidung ergibt sich dadurch, dass Standard-Software-Unternehmen ins Integrations- und Beratungsgeschäft drängen. Hinzu kommt, dass große IT-Beratungs- und Systemintegrations-Unternehmen ihre Aktivitäten auf Outsourcing- und Application-Services-Aufträge ausdehnen.
- Auf die Veränderungen des Nachfrageverhaltens an den IT-Beratungs- und Services-Märkten hat eine Reihe von großen Anbietern bereits vor einigen Jahren mit neuen Leistungsprofilen reagiert. Sie treten als so genannte

Business Innovation/Transformation Partner (BITP) auf und bieten als Gesamtdienstleister einen kunden- und projektspezifischen Mix aus Management- und IT-Beratung, Realisierung, Outsourcing und Business Process Management (BPM) bzw. Business Process Outsourcing (BPO) an. Sie nennen sich BITP, weil sie eine langfristige Partnerschaft, eine unternehmerische Mitverantwortung und eine nachdrückliche Unterstützung für Kundenunternehmen durch Innovations- und Transformationsleistungen (also Änderungs- und Umwandlungsleistungen) anstreben.

- Die Lünendonk-Definition für einen Business Innovation/Transformation Partner: Mehr als 60 Prozent seines Umsatzes erwirtschaftet das Dienstleistungsunternehmen mit Beratung und Dienstleistungen. Von diesen Umsätzen entfallen jeweils mindestens 10 Prozent auf die drei Leistungskategorien Management- bzw. IT-Beratung, System-Realisierung bzw. -Integration sowie Betrieb von IT-Systemen (Outsourcing) im Auftrag des Kunden.

# Einleitung

# Einleitung (1)

- Die vorliegende Studie ist das Ergebnis einer exklusiven Befragung der Lünendonk GmbH über die Chancen von Gesamtdienstleistungen für den Standort Deutschland. Im Vorfeld dieser Studie war zu beobachten, dass die Akzeptanz sowie die Auftragsvergabe an Gesamtdienstleistern (BITP) im vergangenen Jahr zugenommen hat. Diese Entwicklung zu überprüfen war eine der konkreten Zielsetzungen dieses Studienprojekts. Darüber hinaus sollten konkrete Einsatzgebiete für Gesamtdienstleistungen, wie z.B. Branchen und Themen, identifiziert werden.
- Ein weiteres Ziel der Studie lag darin, die Zukunft von Gesamtdienstleistungen am Standort Deutschland zu analysieren. Zu diesem Zweck hat die Lünendonk GmbH, Kaufbeuren, neben verantwortlichen Entscheidern für die Auswahl sowie den Einkauf von Gesamtdienstleistungen, auch ausgewählte Marktexperten befragt. Diese Marktexperten sind renommierte Wissenschaftler sowie Führungskräfte großer internationaler Konzerne. Alle Marktexperten kennen sich mit der Materie der Gesamtdienstleistungen sowie den Herausforderungen am Standort Deutschland sehr gut aus. Daher wurden diese Experten nach ihren Einschätzungen zum Status Quo sowie zur Zukunft von Gesamtdienstleistungen befragt.
- Diese in Deutschland bisher einmalige Themenstudie wird durch die Lünendonk GmbH in regelmäßigen Abständen durchgeführt, um den Status Quo sowie die Zukunftsfähigkeit von Gesamtdienstleistungen im deutschsprachigen Raum mittel- und langfristig analysieren zu können.
- Das Studiendesign orientierte sich dabei an die folgenden Themengebiete:
  - ▶ Buying Center für den Einkauf von Gesamtdienstleistungen
  - ▶ Ausgaben für Gesamtdienstleistungen und geplante Projekte
  - ▶ Identifizierung von Kriterien für den Einsatz von Gesamtdienstleistungen
  - ▶ Mehrwert von Gesamtdienstleistungen
  - ▶ Thesen zur Zukunft von Gesamtdienstleistungen aus Sicht von Experten (Delphi-Methodik)
- Die ausführliche Analyse des Wettbewerbsumfeldes von Gesamtdienstleistungen bietet dem Leser einen aktuellen und tiefgehenden Einblick in die Service-Herausforderungen der deutschen Wirtschaft.

## Einleitung (2)

- Diese Studie gliedert sich aufgrund des umfangreichen Datenmaterials in insgesamt vier Teile:
  - ▶ Teil 1 A: Auswertung der Befragung über alle befragten Unternehmen hinweg
  - ▶ Teil 1 B: Auswertung der Befragung über alle befragten börsennotierten Unternehmen hinweg
  - ▶ Teil 2: Auswertung der Befragung von ausgewählten Marktexperten im Delphi-Verfahren
- Somit bietet diese vorliegende Lünendonk®-Studie eine mehr als umfangreiche Datensammlung aufgrund von qualitativ geführten Tiefeninterviews mit Führungskräften internationaler Konzerne.

# Methodik

# Methodik

- Für die vorliegende Studie wurden durch die Analysten der Lünendonk GmbH Tiefeninterviews mit ausgewählten Entscheidern für den Einkauf von Gesamtdienstleistungen großer Konzerne geführt. Weitere Unternehmen wurden im Rahmen einer telefongestützten CATI-Befragung befragt. Neben der unternehmensbezogenen Befragung wurden ausgewählte Marktexperten in einem zweistufigen Delphi-Verfahren um ihre Einschätzung zu Thesen über die zukünftige Entwicklung von Gesamtdienstleistungen gebeten.
- Im Untersuchungszeitraum Februar 2009 bis April 2009 wurden insgesamt 131 Unternehmen befragt. Hierbei wurde auf eine ausgewogene Mischung der einbezogenen Unternehmen nach Branchen und Größe Wert gelegt.
- Unter den befragten Unternehmen waren zum Zeitpunkt der Erhebung 28 Unternehmen in den Börsenindizes Dax-30, M-Dax, ATX (Österreich) sowie SMI (Schweiz) gelistet. Aus dem Dax-30 wurden 10 Konzerne in dieser Studie befragt, aus dem M-Dax neun Konzerne. Im Durchschnitt erwirtschaftet jedes der befragten Unternehmen einen Gesamtumsatz von 15,0 Milliarden Euro.
- Die Verteilung der in dieser Studie vertretenden Branchen ist ebenfalls ausgewogen gewichtet. Am häufigsten sind die Branchen „Industrie/Maschinenbau“, „Energie, Verkehr, Transport, Logistik“, „Handel“ und „Banken/Versicherungen“ vertreten. Aus diesen Branchen sind jeweils mehr als 10 Unternehmen in dieser Studie vertreten.
- Die Gesprächspartner wurden ebenfalls so ausgewählt, dass alle Entscheider-Gruppen eines Buying Centers für Gesamtdienstleistungen in der Studie ausgewogen vertreten sind. So haben jeweils ein Drittel der Befragten Führungs- sowie Entscheidungsfunktionen in den Organisationsbereichen IT sowie Einkauf. Etwa 15 Prozent der Befragten verantworten die Leitung eines Fachbereiches und mehr als 10 Prozent sind Vorstände bzw. Geschäftsführer.
- Einzelne Fragen wurden aufgrund der Vielfalt der Antworten mit Hilfe von Kreuzauswertungen detaillierter ausgewertet. Dazu wurden beispielsweise die Antworten der Befragten nach den „geplanten Projekten“ oder nach den „Gründen für die erfolgreiche Durchsetzung des BITP-Konzeptes“ in verschiedene Clustergruppen aufgeteilt. In diesen ist die Fallzahl entsprechend geringer als die Gesamtzahl der Befragten. Hierbei geht es vorrangig um den Informationsgehalt. Die Repräsentativität von Antworten, mit einer Fallzahl von unter 50 ist nur beschränkt gegeben.

## Abbildungsverzeichnis

# Abbildungsverzeichnis (1)

<b>Teil 1 A: Auswertung der Befragung über alle befragten Unternehmen hinweg.....</b>	<b>11</b>
<b>Allgemeine Informationen.....</b>	<b>15</b>
Funktionen Gesprächspartner.....	16
Branchenzugehörigkeit der befragten Unternehmen.....	17
Anzahl der Mitarbeiter der befragten Unternehmen.....	18
Höhe des Umsatzes der befragten Unternehmen.....	19
<b>Kapitel 1.....</b>	<b>20</b>
Bekanntheit BITP-Konzept.....	23
Beurteilung Konzept BITP.....	24
Beurteilung Konzept BITP .....	25
Mittel- und langfristige Entwicklungen am Dienstleistungsmarkt.....	26
Durchsetzung des BITP-Konzeptes – Positive Einschätzungen .....	27
Durchsetzung des BITP-Konzeptes – Negative Einschätzungen .....	28
Bedeutung einer BITP-Gesamtdienstleistung für den Geschäftserfolg des Kundenunternehmens.....	29
Bedeutung einer BITP-Gesamtdienstleistung für den Geschäftserfolg des Kundenunternehmens.....	30
<b>Kapitel 2: .....</b>	<b>31</b>
Bevorzugter Anbieter bei der Auftragsvergabe.....	34
Prozentualer Anteil von BITP-Gesamtdienstleistern am Dienstleistungsbudget für externe Dienstleister.....	35
Anteil der vergebenen Aufträge an Spezialisten und Gesamtdienstleister.....	36
Ausgaben für BITP-Gesamtdienstleistungen pro Jahr .....	37

# Abbildungsverzeichnis (2)

Budgetverantwortliche für die Vergabe von Aufträgen an BITP-Gesamtdienstleister .....	38
<b>Kapitel 3</b> .....	<b>40</b>
Für 2009/2010 geplante Projekte .....	43
Potenziell profitierende Geschäftsprozesse .....	44
Mit den Projekten angestrebte Ziele.....	45
<b>Kapitel 4</b> .....	<b>46</b>
Zusammenarbeit mit Gesamtdienstleistern bei geplanten Projekten.....	49
Anknüpfungspunkte für den Einsatz von Gesamtdienstleistern im Kundenunternehmen.....	50
Wichtigkeit der Gründe für die Akzeptanz des BITP-Konzeptes.....	51
Wichtigkeit der Gründe für die Akzeptanz des BITP-Konzeptes .....	52
<b>Kapitel 5</b> .....	<b>53</b>
Gründe der Unternehmen, auf BITP-Gesamtdienstleistungen zu setzen.....	56
Gründe der Unternehmen, auf BITP-Gesamtdienstleistungen zu setzen – 1. Nennung.....	57
Gründe der Unternehmen, auf BITP-Gesamtdienstleistungen zu setzen – 2. Nennung.....	58
Gründe der Unternehmen, auf BITP-Gesamtdienstleistungen zu setzen – 3. Nennung.....	59
Erwarteter Mehrwert von BITP-Gesamtdienstleistern.....	60
<b>Kapitel 6</b> .....	<b>61</b>
Auswirkung der Finanz- und Wirtschaftskrise auf die Vergabe von Gesamtdienstleistungspaketen.....	63
Unternehmensbereiche für die Zunahme der Vergabe von Gesamtdienstleistungspaketen.....	64

# Abbildungsverzeichnis (3)

Branchen für die Zunahme der Vergabe von Gesamtdienstleistungspaketen.....	65
<b>Kapitel 7.....</b>	<b>66</b>
Leistungssegmente für die beste Positionierung als Gesamtdienstleister beim Kunden.....	68
Leistungssegmente für die beste Positionierung als Gesamtdienstleister beim Kunden.....	69
Bewertung der Wichtigkeit von Auswahlkriterien für einen BITP-Gesamtdienstleister (1).....	70
Bewertung der Wichtigkeit von Auswahlkriterien für einen BITP-Gesamtdienstleister (2).....	71
Bewertung der Wichtigkeit von Auswahlkriterien für einen BITP-Gesamtdienstleister (1).....	72
Bewertung der Wichtigkeit von Auswahlkriterien für einen BITP-Gesamtdienstleister (2).....	73
<b>Kapitel 8.....</b>	<b>74</b>
Branchen für die erfolgreiche Durchsetzung des BITP-Konzeptes.....	77
Gründe für die erfolgreiche Durchsetzung des BITP-Konzeptes.....	78
Weitere Gründe für die erfolgreiche Durchsetzung des BITP-Konzeptes.....	79
Gründe für die erfolgreiche Durchsetzung des BITP-Konzeptes Branche: Industrie, Maschinenbau.....	80
Gründe für die erfolgreiche Durchsetzung des BITP-Konzeptes Branche: Automobil/-zulieferer.....	81
Gründe für die erfolgreiche Durchsetzung des BITP-Konzeptes Branche: IT/Telekommunikation/Medien.....	82
Gründe für die erfolgreiche Durchsetzung des BITP-Konzeptes Branche: Banken und Versicherungen.....	83
Gründe für die erfolgreiche Durchsetzung des BITP-Konzeptes Branche: Sonstige Dienstleistungen.....	84
Gründe für die erfolgreiche Durchsetzung des BITP-Konzeptes Branche: Handel.....	85
Gründe für die erfolgreiche Durchsetzung des BITP-Konzeptes Branche: Verkehr, Transport, Logistik.....	86
Gründe für die erfolgreiche Durchsetzung des BITP-Konzeptes Branche: Chemie, Pharma.....	87

# Abbildungsverzeichnis (4)

<b>Kapitel 9</b> .....	<b>88</b>
Trennung von Management- und IT-Beratung im Einkaufsprozess.....	91
Angebotsmöglichkeit für externe Dienstleister im Bereich Managementberatung und IT-Beratung.....	92
Beteiligte an der Auswahl und Entscheidung für den Einsatz von BITP-Gesamtdienstleistern.....	93
Rolle der Einkaufsabteilung bei der Auswahl von BITP-Gesamtdienstleistern.....	94
Rahmenverträge für bestimmte Themen mit BITP-Gesamtdienstleistern.....	95
Existenz einer Preferred-Partner-Liste für BITP-Gesamtdienstleister.....	96
Möglichkeit auf mehr als einer Preferred-Partner-Liste vertreten zu sein.....	97
Existenz einer Preferred-Partner-Liste.....	98
Vergütungsformen für die Zusammenarbeit mit BITP-Gesamtdienstleistern.....	99
 <b>Kapitel 10</b> .....	 <b>100</b>
Bedeutung von Einzeldienstleistungen für den Geschäftserfolg von Kundenunternehmen.....	102
Bedeutung von Einzeldienstleistungen für den Geschäftserfolg von Kundenunternehmen.....	103
 <b>Kapitel 11</b> .....	 <b>104</b>
Behinderungsfaktoren für den Einsatz von Gesamtdienstleistern.....	106
Behinderungsfaktoren für den Einsatz von Gesamtdienstleistern.....	107
 <b>Kapitel 12</b> .....	 <b>108</b>
Informationseinholung über BITP-Gesamtdienstleister.....	110

# Abbildungsverzeichnis (5)

<b>Teil 1 B: Auswertung der börsennotierten Unternehmen</b> .....	<b>111</b>
<b>Allgemeine Informationen</b> .....	<b>116</b>
Branchenzugehörigkeit der befragten Unternehmen.....	117
Anzahl der Mitarbeiter der befragten Unternehmen.....	118
Höhe des Umsatzes der befragten Unternehmen.....	119
<b>Einstellungen und Meinungen der Unternehmen zum Konzept BITP</b> .....	<b>120</b>
Bekanntheit BITP-Konzept.....	121
Beurteilung Konzept BITP.....	122
Mittel- und langfristige Entwicklungen am Dienstleistungsmarkt.....	124
Durchsetzung des BITP-Konzeptes – Positive Einschätzungen.....	125
Durchsetzung des BITP-Konzeptes – Negative Einschätzungen.....	126
Bedeutung einer BITP-Gesamtdienstleistung für den Geschäftserfolg des Kundenunternehmens.....	127
Bedeutung einer BITP-Gesamtdienstleistung für den Geschäftserfolg des Kundenunternehmens.....	128
Bevorzugter Anbieter bei der Auftragsvergabe.....	129
Prozentualer Anteil BITP-Gesamtdienstleister am Dienstleistungsbudget für externe Dienstleister.....	130
Budgetverantwortliche für die Vergabe von Aufträgen an BITP-Gesamtdienstleister.....	131
Anteil der an Spezialisten und Gesamtdienstleister vergebenen Aufträge.....	133
Ausgaben für BITP-Gesamtdienstleistungen pro Jahr.....	134
Für 2009/2010 geplante Projekte.....	135
Potenziell profitierende Geschäftsprozesse.....	136
Mit den Projekten angestrebte Ziele.....	137

# Abbildungsverzeichnis (6)

Zusammenarbeit mit Gesamtdienstleistern bei geplanten Projekten.....	138
Anknüpfungspunkte für den Einsatz von Gesamtdienstleistern im Kundenunternehmen.....	139
Wichtigkeit der Gründe für die Akzeptanz des BITP-Konzeptes.....	140
Wichtigkeit der Gründe für die Akzeptanz des BITP-Konzeptes.....	141
Gründe der Unternehmen, um auf BITP-Gesamtdienstleistungen zu setzen.....	142
Gründe der Unternehmen, um auf BITP-Gesamtdienstleistungen zu setzen – 1. Nennung.....	143
Gründe der Unternehmen, um auf BITP-Gesamtdienstleistungen zu setzen – 2. Nennung.....	144
Gründe der Unternehmen, um auf BITP-Gesamtdienstleistungen zu setzen – 3. Nennung.....	145
Erwarteter Mehrwert von BITP-Gesamtdienstleistern.....	146
Erwarteter Mehrwert von BITP-Gesamtdienstleistern – 1. Nennung.....	147
Erwarteter Mehrwert von BITP-Gesamtdienstleistern – 2. Nennung.....	148
Auswirkung der Finanz- und Wirtschaftskrise auf die Vergabe von Gesamtdienstleistungspaketen.....	149
Unternehmensbereiche für die Zunahme der Vergabe von Gesamtdienstleistungspaketen.....	150
Branchen für die Zunahme der Vergabe von Gesamtdienstleistungspaketen.....	151
Leistungssegmente für die beste Positionierung als Gesamtdienstleister beim Kunden.....	152
Leistungssegmente für die beste Positionierung als Gesamtdienstleister beim Kunden.....	153
Bewertung der Wichtigkeit von Auswahlkriterien für einen BITP-Gesamtdienstleister (1).....	154
Bewertung der Wichtigkeit von Auswahlkriterien für einen BITP-Gesamtdienstleister (2).....	155
Bewertung der Wichtigkeit von Auswahlkriterien für einen BITP-Gesamtdienstleister (1).....	156
Bewertung der Wichtigkeit von Auswahlkriterien für einen BITP-Gesamtdienstleister (2).....	157
Branchen für die erfolgreiche Durchsetzung des BITP-Konzeptes.....	158
Gründe für die erfolgreiche Durchsetzung des BITP-Konzeptes Branchen: Insgesamt.....	159
Gründe für die erfolgreiche Durchsetzung des BITP-Konzeptes Branchen: Industrie, Maschinenbau.....	160

# Abbildungsverzeichnis (7)

Gründe für die erfolgreiche Durchsetzung des BITP-Konzeptes Branchen: Automobil/-zulieferer.....	161
Gründe für die erfolgreiche Durchsetzung des BITP-Konzeptes Branchen: Banken und Versicherungen.....	162
Gründe für die erfolgreiche Durchsetzung des BITP-Konzeptes Branchen: IT/Telekommunikation/Medien.....	163
Gründe für die erfolgreiche Durchsetzung des BITP-Konzeptes Branchen: Handel.....	164
Trennung von Management- und IT-Beratung im Einkaufsprozess.....	165
Angebotsmöglichkeit für externe Dienstleister im Bereich Managementberatung und IT-Beratung.....	166
Beteiligung an der Auswahl und Entscheidung für den Einsatz von BITP-Gesamtdienstleistern.....	167
Rolle der Einkaufsabteilung bei der Auswahl von BITP-Gesamtdienstleistern.....	168
Rahmenverträge für bestimmte Themen mit BITP-Gesamtdienstleistern.....	169
Existenz einer Preferred-Partner-Liste für BITP-Gesamtdienstleister.....	170
Möglichkeit auf mehr als einer Preferred-Partner-Liste vertreten zu sein.....	171
Existenz einer Preferred-Partner-Liste.....	172
Vergütungsformen für die Zusammenarbeit mit BITP-Gesamtdienstleistern.....	173
Bedeutung von Einzeldienstleistungen für den Geschäftserfolg von Kundenunternehmen.....	174
Bedeutung von Einzeldienstleistungen für den Geschäftserfolg von Kundenunternehmen.....	175
Behinderungsfaktoren für den Einsatz von Gesamtdienstleistern.....	176
Behinderungsfaktoren für den Einsatz von Gesamtdienstleistern.....	177
Informationseinholung über BITP-Gesamtdienstleister.....	178

# Abbildungsverzeichnis (8)

<b>Teil 2: Auswertung der Befragung von Marktexperten.....</b>	<b>179</b>
<b>Allgemeine Informationen.....</b>	<b>187</b>
Herkunft der Delphi-Experten.....	188
<b>Teil 1: Allgemeine Informationen über das Konzept BITP.....</b>	<b>189</b>
Bekanntheit des Konzeptes BITP.....	190
Leistungssegmente für die beste Positionierung als Gesamtdienstleister beim Kunden.....	191
Behinderungsfaktoren für den Einsatz von Gesamtdienstleistern.....	192
Behinderungsfaktoren für den Einsatz von Gesamtdienstleistern.....	193
Bewertung der Wichtigkeit von Auswahlkriterien für einen BITP-Gesamtdienstleister (1 von 2).....	194
Bewertung der Wichtigkeit von Auswahlkriterien für einen BITP-Gesamtdienstleister (2 von 2).....	195
Branchen für eine erfolgreiche Durchsetzung des BITP-Konzeptes.....	196
Branchen für eine erfolgreiche Durchsetzung des BITP-Konzeptes: Alle Branchen.....	197
<b>Teil 2: Thesen zur Zukunft der Gesamtdienstleistungen.....</b>	<b>198</b>
<b>Thesenteil A.....</b>	<b>199</b>
Kundenunternehmen ziehen in Zukunft Gesamtdienstleister vor, weil... (1).....	200
Kundenunternehmen ziehen in Zukunft Gesamtdienstleister vor, weil... (2).....	201

# Abbildungsverzeichnis (9)

<b>Thesenteil B</b> .....	<b>202</b>
Thesen zur Auswirkung der aktuellen Situation der Weltwirtschaft auf die Nachfrage nach Gesamtdienstleistungs-Konzepten (1).....	203
Thesen zur Auswirkung der aktuellen Situation der Weltwirtschaft auf die Nachfrage nach Gesamtdienstleistungs-Konzepten (2).....	204
<b>Thesenteil C</b> .....	<b>205</b>
Thesen zur zukünftigen Nachfrage nach Gesamtdienstleistern (1).....	206
Thesen zur zukünftigen Nachfrage nach Gesamtdienstleistern (2).....	207
Thesen zur zukünftigen Nachfrage nach Gesamtdienstleistern (3).....	208
<b>Thesenteil D</b> .....	<b>209</b>
Thesen zur Entwicklung der Nachfrage in einzelnen Branchen – Branchen für die Durchsetzung des BITP-Konzeptes (1).....	210
Thesen zur Entwicklung der Nachfrage in einzelnen Branchen – Branchen für die Durchsetzung de BITP-Konzeptes (2).....	211

# Kontakt

## **Lünendonk GmbH – Gesellschaft für Information und Kommunikation**

Jörg Hossenfelder, Geschäftsführer

Projekt BITP:

Thomas Lünendonk, Projektleiter

Jörg Hossenfelder, Projektdurchführung

Mario Zillmann, Projektdurchführung

Postanschrift: Postfach 1360, 87573 Kaufbeuren

Hausanschrift: Ringweg 23, 87600 Kaufbeuren

Telefon: 0 83 41- 9 66 36- 0 – Telefax: 0 83 41- 9 66 36- 66

Mail: [info@lunenendok.de](mailto:info@lunenendok.de) – Homepage: [www.lunenendok.de](http://www.lunenendok.de)