

<u>Gliederung</u>	<u>Seite</u>
0. Einleitung	1
1. Wesen, Erscheinungsformen und potentielle Schwerpunktbereiche des Consulting als Pro- duktivdienstleistung in der Bauwirtschaft	4
1.1. Zum Inhalt und Wesen des Consulting als Pro- duktivdienstleistung	4
1.1.1. Die volkswirtschaftliche Bedeutung des Dienst- leistungssektors	4
1.1.2. Die Produktivdienstleistungen als funktionale Institutionen des tertiären Sektors	7
1.1.3. Die sachlich-inhaltlichen Aspekte des Consul- ting als Produktivdienstleistung	9
1.1.3.1. Zum Inhalt des Consulting	9
1.1.3.2. Die dienstleistungsspezifischen Merkmale des Consulting	11
1.2. Die Erscheinungsformen des Consulting in der mittelständischen Bauwirtschaft	14
1.2.1. Die Mittelstandspolitik der deutschen Bauwirt- schaft als eine wesentliche Integrationsbasis für Produktivdienstleistungen	14
1.2.2. Reibungsverluste im Bauprozess als Nachfrage- ursache für Consultingleistungen	21
1.2.3. Die Funktionen des Consulting in der Bauwirt- schaft	24
1.2.3.1. Das Management-Consulting als objektives Ent- scheidungsinstrumentarium	24
1.2.3.2. Das Civil-Engineering als klassische Form des Consulting-Engineering in der Bauwirtschaft	27
1.3. Die zukünftige Aufgabenstruktur der Bauwirt- schaft und daraus resultierende Konsequenzen für das Consulting im Hinblick auf den EG- Binnenmarkt	33
1.3.1. Ausgewählte Tendenzen der westeuropäischen Bau- wirtschaft	33
1.3.2. Potentielle Schwerpunktbereiche der Bautätigkeit	40

	<u>Seite</u>
1.3.3. Die zukünftigen Leistungsbereiche für Consultants in der Bauwirtschaft	47
2. Die Marktforschung als Determinationsbasis absatzpolitischer Entscheidungen im europäischen Wirtschaftsraum für Consultants	52
2.1. Der dienstleistungsspezifische Marketing-Ansatz als Ausgangspunkt der Marktforschung	52
2.1.1. Zu ausgewählten Besonderheiten des Leistungsprozesses	52
2.1.2. Problemrelevante Wesenszüge des Marketing für Consultingleistungen	58
2.2. Die Funktionen und Analysebereiche der Marktforschung im Consulting	63
2.2.1. Die Aufgaben der Marktforschung in der Consultingwirtschaft	63
2.2.2. Die Ziele der Consultingunternehmen als Ausgangspunkt der Marktforschung	66
2.2.3. Die Erforschung der Nachfragebedingungen für Consultingleistungen in Form potentieller Leistungsbedürfnisse	70
2.2.4. Zur Charakteristik der Wettbewerbssituation für Consultingleistungen in der westeuropäischen Hemisphäre	75
2.2.4.1. Ausgewählte Merkmale des Marktes für Leistungen des Management-Consulting	75
2.2.4.2. Die Anbieterstruktur im Management-Consulting	77
2.2.4.3. Zur Beurteilung des Marktes für Consulting-Engineering-Leistungen	82
2.2.4.4. Zur Struktur der Anbieter ingenieurtechnischer Leistungen im EG-Raum	86
2.2.5. Die Aufhebung gegenwärtiger Handelshemmnisse im Consultinggeschäft als Gegenstand potentieller Vermittlungsbedingungen	88
2.2.6. Die Kommunikationsforschung als Untersuchungszentrum der Realisierungsbedingungen	94
2.3. Das methodische Instrumentarium der Marktforschung im Consulting	98

	<u>Seite</u>
2.3.1. Die Methoden im Überblick	98
2.3.2. Die Marktbeobachtung als Zeitraumbetrachtung für zeitraumbezogene Leistungen	99
2.3.3. Die Bedeutung der Marktanalyse und -prognose für die Consultingunternehmen	103
3. Der Prozeß der Marktbearbeitung im Consulting als interferiertes System von Marketing-Planung und Marketing-Mix	107
3.1. Die Realisierung der Internal Marketing Function als Gegenstand der Marketing-Planung	107
3.1.1. Die Marketing-Planung als Bindeglied zwischen Marktforschung und Marketing-Mix	107
3.1.2. Die Leistungsplanung	109
3.1.3. Die Absatzplanung	112
3.1.4. Die Planung des Abschlusses der Dienstleistungserstellung	122
3.2. Traditional- und Interactive Marketing Function als Realisierungssphäre des Marketing-Mix	129
3.2.1. Überblick zum Inhalt und Ablauf des Marketing-Mix für Consultingleistungen	129
3.2.2. Das Kommunikations-Mix als Basiskomponente der Absatzvorbereitung	130
3.2.3. Der Anwendungsbereich des Konditions-Mix im selling process	138
3.2.4. Der Einsatz von Leistungs- und Distributions-Mix als Abschluß der Internal Marketing Function	143
4. Schlußbetrachtungen	147
Anlagen	150
Literaturverzeichnis	181