

## Ziel des Projekts

- Entwicklung von Leitfäden in Form von **Online-Tools** zur **Unterstützung** der strategischen und operativen **Skalierung des Dienstleistungsangebots** von Unternehmen

## Ihr Nutzen

- Exklusiver Zugang zu Zwischenergebnissen
- Mitgestaltung des Projekts und Anpassung der Anforderungen an Ihr Geschäftsfeld
- Passende Lösungen zu Ihren aktuellen Problemfällen

## Unsere Arbeit

- **Erarbeitung der Ergebnisse** (Literaturrecherche, interne Workshops, Betreuung wissenschaftlicher Arbeiten, Projektmanagement)
- Wissenschaftliche **Validierung der Ergebnisse**

## Ihr Aufwand

- Teilnahme am projektbegleitenden Ausschuss
- Praktische Validierung der Ergebnisse

## Ihr Ansprechpartner

Regina Schrank, M.Litt.

[Regina.Schrank@fir.rwth-aachen.de](mailto:Regina.Schrank@fir.rwth-aachen.de)

+49 163 8412372

Kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) fehlt häufig das Wissen darüber, wie sie auf noch **unerschlossene Märkte expandieren und ihr Dienstleistungsangebot skalieren** können.

Industrielle Dienstleister stehen vor vielfältigen Problemen: zum einen wissen sie nicht, welche **Strategie zur Skalierung** am geeignetsten ist, um die **individuellen Unternehmensziele** zu erreichen. Und zum anderen fehlen den KMU **konkrete Handlungsempfehlungen**, mithilfe derer die individuell beste Skalierungsstrategie umgesetzt werden kann.

**Das Ziel dieses Forschungsvorhabens ist, eine Entscheidungshilfe für die Skalierung von Dienstleistungen bereitzustellen.** Bei der Strategieauswahl müssen die eigenen Unternehmensfähigkeiten und -ziele berücksichtigt werden, da die Skalierung nur auf diese Weise **ressourceneffizient und nutzenorientiert** durchgeführt werden kann.

Zunächst wird bewertet, wie groß die **Übereinstimmung zwischen den Fähigkeiten und Zielen** eines Unternehmens mit den Anforderungen und dem Nutzen von vorab ausgewählten Skalierungsstrategien und den dahinterliegenden Konzepten ist.

Darauf folgend wird dem Unternehmen mithilfe eines **bedarfsgerechten Handlungsleitfadens** vorgegeben, wie das Unternehmen die Skalierung unter Berücksichtigung der digitalen Gestaltungsfelder (acatech 2017) erfolgreich umsetzen kann. Die Unternehmen, insbesondere KMU werden somit befähigt, mit der am besten geeigneten Strategie neue Märkte zu erschließen und ihr Dienstleistungsangebot zu skalieren.

**Problemstellung:**  
Effiziente Skalierung von Dienstleistungen an neuen Standorten



## Unternehmensmerkmale 2

| Unternehmensmerkmale                | EM              | CM              | SM                       | MM           | WM           |
|-------------------------------------|-----------------|-----------------|--------------------------|--------------|--------------|
| HR-Mitarbeiter                      | EM              | CM              | SM                       | MM           | WM           |
| Strukturorganisation                | Gering          | Mittel          | Hoch                     | Keine Angabe |              |
| Anzahl bestehender Standorte        | Few             | 2-5             | More than 5              | Keine Angabe |              |
| Verfügbares Investitionsvolumen     | Hoch            | Mittel          | Gering                   | Keine Angabe |              |
| Kundenbeziehungen                   | Langfristig     | Intermittierend | Kurzfristig              | germanit     | Keine Angabe |
| Kapazitäten (nach Branche, Größe)   | Intermittierend | Übersättigt     | Überkapazität            | Keine Angabe |              |
| Strategie                           | Chancen         | Risiken         | Stabilität               | MBA          | Keine Angabe |
| Die Bedeutung der Service-Abteilung | Cost Center     | Profit Center   | Unternehmens-Unternehmen | Keine Angabe |              |

## Strategietypologie 1

| Strategietypologisierung                     | Kern   | Gering | Mittel | Hoch         |
|--|--------|--------|--------|--------------|
| Erforderliches Kapital                       | Kern   | Gering | Mittel | Hoch         |
| Ressourcenflexibilität                       | Gering | Mittel | Hoch   |              |
| Komplexität der Prozessentwicklung           | Kern   | Gering | Mittel | Hoch         |
| Skalierbarkeit der Prozessentwicklung        | Hoch   | Mittel | Gering | Keine Angabe |
| Kapazität für (Erzeugung von) Marktsegmenten | Hoch   | Mittel | Gering | Keine Angabe |
| Gefahr der Wissensabwanderung                | Kern   | Kern   | Hoch   | Keine Angabe |
| Finanzstruktur                               | Gering | Mittel | Hoch   | Keine Angabe |
| Dauer der Marktpräsenz                       | Kern   | Mittel | Lang   | Keine Angabe |

## Eignungsmatrix 3

## Leistungsmerkmale 2

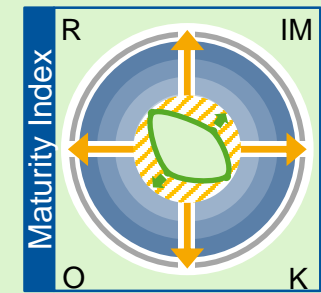
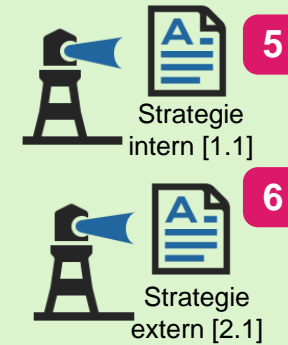
| Leistungsmerkmale                | EM      | CM        | SM      | MM           | WM           |
|----------------------------------|---------|-----------|---------|--------------|--------------|
| Servicezeit                      | EM      | CM        | SM      | MM           | WM           |
| Strukturorganisation             | Gering  | Mittel    | Hoch    | Keine Angabe |              |
| Mittel der Betriebskosten        | Kern    | Gering    | Mittel  | Hoch         | Keine Angabe |
| EL-Komplexität                   | Hoch    | Mittel    | Gering  | Keine Angabe |              |
| Integration des Kunden/Client    | Hoch    | Mittel    | Gering  | Keine Angabe |              |
| Geographische Nähe der Standorte | On Site | Near Site | Offsite | MBA          | Keine Angabe |
| Verfügbarkeit der Mitarbeiter    | Gering  | Mittel    | Hoch    | Keine Angabe |              |
| Remote Connectivity              | Gering  | Mittel    | Hoch    | Keine Angabe |              |

## Bewertung der Expansionskonzepte 4



- Hohe Eignung des Merkmalsausprägung zur Strategie
- Mittlere Eignung der Merkmalsausprägung zur Strategie
- Niedrige Eignung der Merkmalsausprägung zur Strategie

## Erarbeitung der Vorgehensmodelle



**Arbeitspakete**