

Suchen, Erfahren und Vertrauen in den „Moments of Truth“

Eine Analyse dynamischer Qualitätsbeurteilung bei professionellen Dienstleistungen am Beispiel von Bildungsleistungen

Inaugural-Dissertation zur Erlangung des akademischen Grades
einer Doktorin der Wirtschaftswissenschaft des Fachbereichs
Wirtschaftswissenschaft der Freien Universität Berlin

Vorgelegt von Dipl.-Kffr. Astrid Martini

Marketing Department, Freie Universität Berlin, 2008

Gedruckt mit Genehmigung des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaft der
Freien Universität Berlin

Erstgutachter: Univ.-Prof. Dr. Michael Kleinaltenkamp

Zweitgutachter: Univ.-Prof. Dr. Christina Sichtmann

Dekan: Univ.-Prof. Dr. Jörg Sydow

Tag der Disputation: 13. Mai 2008

Vorwort

Jener Moment, an dem ein Werk an die Öffentlichkeit geht, ist ein besonderer Augenblick für einen Autor, ein "Moment of Truth". Mit "Moments of Truth" von Bildungsleistungen setzt sich die vorliegende Arbeit auseinander. Sie wurde im Jahr 2008 von der Fakultät für Wirtschaftswissenschaft der Freien Universität Berlin als Dissertationsschrift angenommen.

Dank möchte ich all denjenigen aussprechen, welche mir bei der Erstellung der Arbeit mit Rat und Tat zur Seite standen. Mein besonderer Dank gilt meinem akademischen Lehrer, Herrn Prof. Dr. Michael Kleinaltenkamp, dessen Denkanstöße und konstruktive Kritik wichtige Impulse für den Fortgang der Überlegungen lieferten. Für die zügige Übernahme des Zweitgutachtens möchte ich Frau Prof. Dr. Christina Sichtmann herzlich danken.

Dank gebührt zudem meinen ehemaligen Kollegen am Marketing Department, insbesondere dem Bereich des Masterprogramms Executive Master of Business Marketing, die den Entstehungsprozess nicht nur in wissenschaftlicher Hinsicht, sondern durch das anregende Miteinander auch in sonstiger Weise begleitet und kurzweilig haben werden lassen.

Den Studenten des Executive Master of Business Marketing Studiums und der Bucerius Law School danke ich für die Bereitschaft, ihre Erfahrungen im Rahmen der Interviews zu teilen, die in den empirischen Teil eingeflossen sind.

Gedankt sei ferner den fleißigen Korrekturlesern, insbesondere Frau Heike Schröer.

Während Freunde und Familie mich manchmal "suchen" mussten, wie es solche Lebensabschnitte phasenweise mit sich bringen, danke ich ihnen sehr, dass sie mir zur Seite standen und ich stets auf sie vertrauen konnte.

Großer Dank gilt meinen Eltern Irmtraut und Heinrich Läseke, die mir nicht nur immer ihr Vertrauen geschenkt und mich auf meinem Weg bestärkt haben, sondern die Ausbildung stets großzügig gefördert haben.

Last but not least möchte ich meinem Mann Mario Martini für die vielen schönen "Moments of Truth" danken, die wir bislang gemeinsam erlebt haben. Diese umfassten nicht nur Anregungen für die Arbeit, sondern all die kleinen und großen Gesten, welche Freude schenken.

Die Arbeit ist meinen Eltern und Mario gewidmet.

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung und Zielsetzung	1
2	Dienstleistungen: Terminologische und konzeptionelle Grundlagen	4
2.1	Der Begriff "Dienstleistung"	4
2.1.1	Institutionelle Sichtweise	5
2.1.2	Funktionale Sichtweise	6
2.1.3	Leistungsdimensionen von Dienstleistungen	7
2.1.4	Begriffsbestimmung anhand konstitutiver Merkmale und Leistungsdimensionen	11
2.2	Leistungstypologie für Dienstleistungen	14
2.3	Professionelle Dienstleistungen	17
2.4	Konsequenzen aus den Besonderheiten von Dienstleistungen	19
2.4.1	Konsequenzen aus der Immaterialität	20
2.4.2	Konsequenzen aus der Integrativität	21
3	Dienstleistungsqualität	24
3.1	Qualität	24
3.2	Statische Modelle zur Dienstleistungsqualität	26
3.2.1	Das Modell von Donabedian	26
3.2.2	Das Modell von Grönroos	27
3.2.3	"Moments of Truth"	28
3.2.4	Das Modell von Meyer/Mattmüller	30
3.2.5	Das Modell von Berry	32
3.2.6	Das Modell von Brandt	32
3.2.7	Der Ansatz von Parasuraman/Zeithaml/Berry	33
3.3	Dynamische Modelle zur Dienstleistungsqualität	36
3.3.1	Dynamisches Prozessmodell von Boulding/Staelin/Kalry/Zeithaml	36
3.3.2	Beziehungsqualitäts-Modell von Liljander/Strandvik	38
3.4	Bewertung der Modelle zur Dienstleistungsqualität	38
3.5	Konzeptualisierung des Qualitätsurteils	40
3.5.1	Wahrgenommene Dienstleistungsqualität als Einstellung	40

3.5.2	Wahrgenommene Dienstleistungsqualität als Zufriedenheitskonstrukt	41
3.6	Ansätze zur Messung der Dienstleistungsqualität.....	45
3.6.1	Merkmalsorientierte Messverfahren	47
3.6.2	Ereignis- und problemorientierte Messverfahren	53
3.6.3	Zwischenfazit.....	60
3.7	Auswirkungen von Dienstleistungsqualität auf den ökonomischen Erfolg eines Unternehmens	61
4	Unsicherheiten bei der Beurteilung von Qualität und ihre Überwindung im Spiegel verschiedener Theorien	65
4.1	Informations- und Unsicherheitsprobleme bei der Beschaffung von Dienstleistungen und Beurteilung von Dienstleistungsqualität.....	65
4.2	Plädoyer für einen pluralistischen theoretischen Ansatz.....	67
4.3	Unsicherheit und ihre Reduktion in Ansätzen der Neuen Institutionenökonomik.....	71
4.3.1	Grundlagen der Neuen Institutionenökonomik.....	71
4.3.2	Property-Rights-Ansatz	74
4.3.3	Prinzipal-Agent-Ansatz	80
4.3.4	Transaktionskostenansatz	87
4.3.5	Informationsökonomik.....	89
4.4	Unsicherheit und ihre Reduktion in verhaltenswissenschaftlichen Ansätzen	102
4.4.1	Theorie des wahrgenommenen Risikos	102
4.4.2	Theorie der Qualitätswahrnehmung und -beurteilung	110
4.5	Theorien der Unsicherheitsreduktion im Vergleich	113
5	Nachfragerseitige Strategien der Qualitätsbeurteilung und Unsicherheitsreduktion bei (Bildungs-) Dienstleistungen	116
5.1	Käuferverhalten bei Dienstleistungen	116
5.1.1	Informationsökonomische Eigenschaften von Dienstleistungen....	117
5.1.2	Käuferverhalten in Bezug auf die informationsökonomischen Eigenschaften bei Dienstleistungen	121

5.1.3	Vertrauen als Mechanismus zur Reduktion von Unsicherheit und Förderung von Transaktionen.....	154
5.2	Suchstrategie bei (Bildungs-) Dienstleistungen	166
5.2.1	Themen	167
5.2.2	Quellen.....	168
5.2.3	Suchanstrengung.....	171
5.2.4	Zusammenfassung	175
6	Fallbeispiele: Dynamische Leistungsbeurteilung bei der professionellen Dienstleistung Bildung	177
6.1	Forschungsdesign	178
6.1.1	Grundlegendes zur Methode.....	178
6.1.2	Validität und Reliabilität.....	179
6.1.3	Fallbeispieldesign dieser Arbeit.....	182
6.2	Fallbeispiel Executive Master of Business Marketing (ExecMBM).....	186
6.2.1	Kurzüberblick ExecMBM.....	186
6.2.2	Ergebnisse Teilnehmerbefragung EsecMBM.....	189
6.2.3	Resümee Falbeispiel Executive Master of Business Marketing (ExecMBM).....	206
6.3	Fallbeispiel Bucerius Law School (BLS).....	210
6.3.1	Kurzüberblick BLS	211
6.3.2	Ergebnisse Teilnehmerbefragung BLS.....	215
6.3.3	Resümee Fallbeispiel Bucerius Law School (BLS).....	230
7	Fazit und Ausblick für Forschung und Praxis	235
7.1	Resümee: Nachfragerseitige Strategien der Qualitätsbeurteilung bei Dienstleistungen	235
7.2	Handlungsempfehlungen für Anbieter von professionellen Dienstleistungen	243
7.3	Ausblick für die Forschung	247
	Literaturverzeichnis	255

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Arten dienstleistungsspezifischer Nutzenstiftungen.....	10
Abbildung 2: Integrative Leistungserstellung.....	11
Abbildung 3: Leistungstypologie.....	14
Abbildung 4: Skala der dominanten Elemente	19
Abbildung 5: Konsequenzen der Immaterialität und Integrativität	23
Abbildung 6: Das Modell der Dienstleistungsqualität von Meyer/Mattmüller	31
Abbildung 7: Das Modell der Servicequalität von Zeithaml/Parasuraman/Berry	35
Abbildung 8: Dynamisches Prozessmodell nach Boulding/Staelin/Kalry/Zeithaml	37
Abbildung 9: Das C/D-Paradigma	42
Abbildung 10: Systematisierung der Ansätze zur Messung der Dienstleistungsqualität	46
Abbildung 11: Servqual-Statements.	50
Abbildung 12: Kontaktpunktanalyse	53
Abbildung 13: Struktur eines Blueprints.	55
Abbildung 14: Blueprint im Akquisitionsprozess	56
Abbildung 15: Wirkungskette der wahrgenommenen Dienstleistungsqualität	62
Abbildung 16: Partialansätze der Neuen Institutionenökonomik	73
Abbildung 17: Differenzierung der Make-or-buy-Entscheidung	76
Abbildung 18: Funktionsmodell der Institution.....	79
Abbildung 19: Grundformen der Institutionen des marktlichen Austauschs	80
Abbildung 20: Systematik der Grundtypen der Verhaltensunsicherheit	83

Abbildung 21: Optionen zur Vermeidung respektive Begrenzung von Verhaltensunsicherheit.	86
Abbildung 22: Informationsaktivitäten der Nachfrager.....	100
Abbildung 23: Möglichkeiten zur Handhabung der Unsicherheit.....	109
Abbildung 24: "Sorting rule" Modell nach Cox	111
Abbildung 25: Qualitäts- und Leistungsdimensionen bei integrativer Leistungserstellung	119
Abbildung 26: Informationsökonomisches Dreieck	122
Abbildung 27: Wirkungsspektrum einzelner Unsicherheitsreduktionsstrategien	123
Abbildung 28: Drei Stufen der Semiotik.	126
Abbildung 29: Schlussfolgerungen, Beurteilungsmuster	129
Abbildung 30: Informationsökonomische Klassifizierung von Leistungseigenschaften	132
Abbildung 31: Mögliche Effekte der Unsicherheitsreduktionsstrategien bei..... Dienstleistungskäufen.....	133
Abbildung 32: Systematisierung der Unsicherheitsreduktionsmöglichkeiten.....	140
Abbildung 33: Nützliche Signale in der Informationsökonomik und der Cue Utilization Theory	145
Abbildung 34: Informationswert der Strategien auf informationsökonomische Eigenschaften.....	146
Abbildung 35: Messkosten.	149
Abbildung 36: Strategien und Messkosten	152
Abbildung 37: Begriffsabgrenzung Vertrauen, Zutrauen, Hoffen.....	158
Abbildung 38: Vertrauen und verwandte Mechanismen zur Reduktion von Unsicherheit	159
Abbildung 39: Vertrauen in Geschäftsbeziehungen: Facetten und Voraussetzungen..	162

Abbildung 40: Bildung einer Vertrauenserwartung bei der Beschaffung und Beurteilung von Dienstleistungen.....	166
Abbildung 41: Qualitätsdimensionen bei Bildung.....	167
Abbildung 42: Informationsquellen.....	169
Abbildung 43: Validität und Reliabilität im Forschungsprozess.....	180
Abbildung 44: Maßnahmen zur Validität und Reliabilität bei Fallstudien.....	182
Abbildung 45: Beurteilungsmedien und ihr Anteil bei der Unsicherheitsreduktion ExecMBM.....	196
Abbildung 46: Kumulative Zeitpunkte der maßgeblichen subjektiven Unsicherheitsreduktion ExecMBM	197
Abbildung 47: Leichtigkeit der Beurteilung und wahrgenommenes Risiko ExecMBM	199
Abbildung 48: Wichtigkeit persönlicher Empfehlungen und Zutrauen bei Fallbeispiel ExecMBM.....	200
Abbildung 49: Beurteilungsmedien und ihr Anteil bei der Unsicherheitsreduktion BLS	223
Abbildung 50: Kumulative Zeitpunkte der maßgeblichen subjektiven Unsicherheitsreduktion BLS	224
Abbildung 51: Leichtigkeit der Beurteilung und wahrgenommenes Risiko BLS	226
Abbildung 52: Thesen und Ergebnisse der Fallbeispiele.....	242
Abbildung 53: Aufgaben im Rahmen eines Reputationsmanagements.....	243
Abbildung 54: Transaktionsorientierte Rollen des Dienstleistungskunden.....	247