

# **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

<b>1</b>	<b>Einleitung und Zielsetzung</b> .....	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Dienstleistungen: Terminologische und konzeptionelle Grundlagen</b> .....	<b>4</b>
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
<b>3</b>	<b>Dienstleistungsqualität</b> .....	<b>24</b>
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
<b>4</b>	<b>Unsicherheiten bei der Beurteilung von Qualität und ihre Überwindung im Spiegel verschiedener Theorien .....</b>	<b>65</b>
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
<b>5</b>	<b>Nachfragerseitige Strategien der Qualitätsbeurteilung und Unsicherheitsreduktion bei (Bildungs-) Dienstleistungen .....</b>	<b>116</b>
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
<b>6</b>	<b>Fallbeispiele: Dynamische Leistungsbeurteilung bei der professionellen Dienstleistung Bildung .....</b>	<b>177</b>
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
<b>7</b>	<b>Fazit und Ausblick für Forschung und Praxis .....</b>	<b>235</b>
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
	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>255</b>

## 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