

Inhaltsverzeichnis

1.	Einleitung/Problemstellung	13
2.	Zielsetzung	15
3.	Die Entwicklung des Dienstleistungssektors	17
4.	Grundlagen des Dienstleistungsmarketing	21
4.1	Definitiorische Abgrenzung von Dienstleistungen	21
4.2	Zur Theorie der Dienstleistung	21
4.2.1	Der gutstheoretische Ansatz	23
4.2.1.1	Die Immaterialität	24
4.2.2	Der produktionstheoretische Ansatz	27
4.2.2.1	Das Präsenzkriterium - der Direktkontakt	28
4.2.2.2	Merkmale der Leistungs- und Empfangspotentiale	30
4.2.2.3	Prozeß- versus ergebnisdominante Dienstleistungsprozesse	33
4.2.2.4	Der Konsument als "externer Faktor" im Produktionsprozeß	35
4.3	Abgeleitete Problemstellungen - Marketingrelevante Besonderheiten von Dienstleistungen	37
4.3.1	Individualität versus Standardisierbarkeit der Leistung	37
4.3.2	Die beschränkte Speicher- und Lagerfähigkeit der Leistung	42
4.3.3	Die Komplexität des Dienstleistungs"produktes"	44
4.3.3.1	Die interne Spezifikation	45
4.3.3.1.1	Die primäre Angebotsspezifikation	46
4.3.3.1.2	Die sekundäre Angebotsspezifikation	53
4.3.3.2	Die externe Spezifikation	63
4.4	Konsequenzen des Produktmodells für das Marketing-Mix und die Qualitätsforschung bei Dienstleistungen	65
4.4.1	Die Produktgenese bei Dienstleistungen	65
4.4.2	Problemstellungen der Qualitätsforschung bei Dienstleistungen	67
4.5	Zusammenfassung	70
5.	Qualität als zentrale Problemstellung des Dienstleistungsmarketing	71
5.1	Definition und begriffliche Abgrenzung	71
5.2	Die Norm ISO 8402	72
5.3	Die ISO-Normenserie 9000 bis 9004	75
5.4	Die Norm ISO 9004 - Teil 2: Leitfaden für Dienstleistungen	76
5.5	Umsetzung und kritische Würdigung der ISO 9000er Serie	83
6.	Modelle zur Erklärung der Qualitätsproblematik bei Dienstleistungen	87
6.1	Zeithaml (1981)	87
6.2	Berry (1986)	88
6.3	Shostack (1984)	88
6.4	Donabedian (1980)	91
6.5	Fisk (1981)	92

6.6	Grönroos (1982)	93
6.7	Parasuraman/Zeithaml/Berry (1985)	96
6.8	Brandt (1987)	101
6.9	Meyer/Mattmüller (1987)	102
6.10	Zeithaml/Livingston (1987)	103
6.11	Brogowicz/Delene/Lyth (1990)	105
6.12	Resumée und Gedanken zu einem eigenen Modell	107

Meßkonstrukte zur Operationalisierung von Dienstleistungsqualität 111

7.1	Interne vs. externe Qualitätsmaßstäbe	111
7.1.1	Interne Qualitätsfestsetzung - "objective quality"	112
7.1.2	Externe Qualitätsfestsetzung - "perceived quality"	113
7.2	Ereignisbezogener Maßstab vs. Einstellung zum Dienstleistungsunternehmen	114
7.3	Absolute vs. relative Vergleichsstandards	115
7.3.1	Erwartungen	117
7.3.2	Erfahrungen - die Beurteilung der Ausführung der Leistung	121
7.3.3	"Disconfirmation paradigm" - Differenzenmethode zur Operationalisierung von Qualität	121
7.3.4	Zufriedenheit	123
7.4	"Single-Standard" vs. "Multiple-Standard" Maßstäbe	123
7.5	"Post-purchase-intentions" als Qualitätsindikator	124
7.6	Die Meßkonstrukte im Vergleich	124

Verfahren der Problementdeckung und Messung von Dienstleistungsqualität 126

8.1	Objektive vs. subjektive Meßverfahren	126
8.1.1	Objektive Meßverfahren	126
8.1.2	Subjektive Meßverfahren	127
8.2	Das Experiment	128
8.3	Die Beobachtung	130
8.4	Die Befragung	133
8.4.1	Die Beschwerdeforschung	133
8.4.2	Erlebnissforschung, Ereignisforschung	136
8.4.2.1	Story-Telling	137
8.4.2.2	Critical Incident Technique (CIT) - Methode der Kritischen Ereignisse	138
8.4.2.3	Die Sequentielle Ereignismethode	139
8.4.2.4	Die "Problem Detecting" Methode	140
8.4.2.5	Die Frequenz-Relevanz-Analyse für Probleme (FRAP)	142
8.4.3	Einstellung- und Zufriedenheitsforschung	144
8.4.3.1	Die Gewichtungproblematik	144
8.4.3.2	Untersuchungsdesign	147
8.4.3.2.1	Die Befragung mit Einfachskalen	147
8.4.3.2.2	Die Befragung mit Doppelskalen	148
8.4.3.2.3	Das "Penalty-Reward"-Verfahren von Brandt	153
8.4.3.2.4	Die SIMALTO-Plus Technik	155

Sajum D

9. Die Universität als Dienstleistungsbetrieb	159
9.1 Grundsätze und Ziele der österreichischen Hochschulen	159
9.2 Zielgruppen und Austauschbeziehungen der Universität als Dienstleistungsbetrieb	161
9.3 Evaluation universitärer Leistungen	162
9.3.1 Ziele und Zweck der Evaluation	162
9.3.2 Ausgangspunkt der Evaluation	163
9.3.3 Ansätze zu einem Qualitätsbegriff und Verfahren der Qualitätsmessung	164
9.4 Positionierung und Abgrenzung der Arbeit	167
9.4.1 Die Lehre als Untersuchungsgegenstand	167
9.4.2 Ziele der Qualitätsmessung und -sicherung in der Lehre	169
9.4.3 Arten der Evaluation von Lehrveranstaltungen	169
9.4.4 Problematisierung und Positionierung des eigenen Ansatzes	172
10. Konzeptioneller Rahmen der Evaluation von Lehrveranstaltungen	174
10.1 Einordnung von Lehrveranstaltungen anhand der Dienstleistungscharakteristika	174
10.2 Umsetzung des Produktmodells für Dienste am Untersuchungsgegenstand	174
10.3 Problembereiche der Bewertung von Lehrveranstaltungsqualität	175
10.3.1 Sichtweise aus der die Evaluation vorgenommen wird	175
10.3.2 Mangelnde Marktfähigkeit	176
10.3.3 Fragen zur Existenz konkreter Erwartungen und einer Auswahlmöglichkeit	177
10.3.4 Einschränkung der Untersuchung auf Struktur- und Prozeßqualitäten	177
10.3.5 Wahl des Zeitpunktes der Bewertung	178
10.4 Forschungshypothesen	178
10.4.1 Hypothesen zu Meßkonstrukten und -verfahren	178
10.4.2 Hypothesen zu inhaltlichen Fragen der Qualität von Lehrveranstaltungen	180
11. Erhebungsinstrumentarium	182
11.1 Das Meßkonstrukt zur Operationalisierung eines Qualitätsbegriffes	182
11.2 Die Erstellung des Fragebogens	183
11.3 Skalenniveaus	185
11.4 Anforderungen an die Stichprobe	186
12. Methodische Vorgangsweise	188
12.1 Stichprobe und Feldarbeit	188
12.2 Gütekriterien des Untersuchungsdesigns	189
12.2.1 Objektivität	189
12.2.2 Reliabilität	189
12.2.3 Validität	194
13. Ergebnisse	202
13.1 Deskriptive Statistik	202
13.1.1 Die Erwartungen	202

13.1.2 Die Erfahrungen	205
13.1.3 Merkmale der Probanden	207
13.2 Prüfung der Forschungshypothesen zur Messung von Qualität	211
13.3 Analyse und Interpretation der Qualitätsfaktoren für Lehrveranstaltungen	218
13.3.1 Qualitätsdimension 1 - Methodik/Rhetorik	220
13.3.2 Qualitätsdimension 2 - Lernziele/Didaktik/Pädagogik	221
13.3.3 Qualitätsdimension 3 - Praxisbezug/Kompetenz/Glaubwürdigkeit	222
13.3.4 Qualitätsdimension 4 - Integration/Feedback	223
13.3.5 Qualitätsdimension 5 - Skripten	224
13.3.6 Qualitätsdimension 6 - Strukturiertheit/Gliederung	225
13.3.7 Qualitätsdimension 7 - Zeit	226
13.3.8 Qualitätsdimension 8 - Fairness/Einfühlungsvermögen	227
13.4 Darstellungsmöglichkeiten der Bewertungsergebnisse	227
13.4.1 Feedback an die Vortragenden	228
13.4.2 Die Erstellung von Qualitätsscores und Lehrveranstaltungsprofilen	230
14. Anforderungen an die Evaluation der Lehre und kritische Würdigung des Untersuchungsdesigns	234
15. Resümee und Forschungsausblick	243

Literaturverzeichnis**Anhang**

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1	Anteil der Wirtschaftssektoren am BIP in Österreich	17
Abb. 2	Anteil der Erwerbstätigen/Wirtschaftssektor in Österreich	18
Abb. 3	Anteil des Dienstleistungssektors in den OECD-Ländern	19
Abb. 4	Charakteristische Gutsmerkmale von Dienstleistungen	23
Abb. 5	Anteil der materiellen und immateriellen Leistungskomponenten	24
Abb. 6	Materielle und immaterielle Komponenten des Dienstleistungsproduktes	25
Abb. 7	Beurteilungskategorien bei der Evaluation von Dienstleistungen	26
Abb. 8	Intensität und Häufigkeit der Kontaktsituation	30
Abb. 9	Charakterisierung der Dienstpotentiale und Dienstempfänger	31
Abb. 10	Prozeß- vs. ergebnisdominante Dienstleistungen mit Berücksichtigung der Bedeutung des "externen Faktors"	33
Abb. 11	Standardisierungs- vs. Individualisierungspotentiale in ausgewählten Dienstleistungsbranchen	38
Abb. 12	Die Komplexität des Dienstleistungsproduktes	45
Abb. 13	Dimensionen und Merkmale der Primärspezifikation	47
Abb. 14	Mit dem Dienstleistungskonsum verbundene Kundenzeiten	52
Abb. 15	Aktive und passive Kommunikationsinstrumente in der Arztpraxis	62
Abb. 16	Dienstleistungsgenese am Beispiel des Telefon-Bankings	66
Abb. 17	Standardisierungs- vs. Individualisierungsstrategien	66
Abb. 18	Der Dienstleistungsqualitätskreis	81
Abb. 19	Vereinfachte Darstellung der Kontaktpunkte in einem Restaurant	89
Abb. 20	Angebotsentwicklung nach dem "Blueprinting"	90
Abb. 21	Qualitätsmodell nach Donabedian	91
Abb. 22	Qualitätsmodell von Fisk	92
Abb. 23	Qualitätsmodell von Grönroos	94
Abb. 24	Das Grönroos/Gummesson Qualitätsmodell	96
Abb. 25	Das Gap-Modell der Dienstleistungsqualität von Parasuraman et al.	99
Abb. 26	Erweitertes Modell zur Dienstleistungsqualität	100
Abb. 27	Modell der Dienstleistungsqualität von Meyer/Mattmüller	102
Abb. 28	Qualitätsmodell von Zeithaml	104
Abb. 29	Qualitätsmodell von Brogowicz	106
Abb. 30	"The Homeostatic Model" von Haynes/DuVall	108
Abb. 31	Dynamisierung des Produktmodells entlang der Zeitachse	110
Abb. 32	Die Differenzenmethode nach dem "disconfirmation paradigm"	115
Abb. 33	Modell zur Erklärung der Konsumentenerwartungen als "zone of tolerance"	119
Abb. 34	SIMALTO-Tableau zur Darstellung der "zone of tolerance"	120
Abb. 35	"Zone of Indifference"	122
Abb. 36	Systematik zu Verfahren der Problementdeckung und Qualitätsmessung bei Dienstleistungen	126
Abb. 37	Problemhäufigkeit/Ärgerlichkeit	141
Abb. 38	Problemlösungseffektivität	141
Abb. 39	Interpretation der FRAP-Analyse	143
Abb. 40	Importance-Performance-Matrix	146
Abb. 41	Die SERVQUAL-Fragenbatterie	150

Abb. 42	"Penalty-Reward"-Faktoren	154
Abb. 43	SIMALTO-Ausgangstableau	155
Abb. 44	Bewertung der Qualitätswahrnehmung	156
Abb. 45	Priorisierung der Maßnahmen	156
Abb. 46	Interpretation der SIMALTO-Ergebnisse	157
Abb. 47	Interessentengruppen der Wirtschaftsuniversität	161
Abb. 48	Fragestellungen zur Lehrveranstaltungsbewertung	168
Abb. 49	Verfahren der Informationsgewinnung bei der Lehrveranstaltungsevaluation	171
Abb. 50	Der prozessuale Charakter von Lehrveranstaltungen als Abgrenzungsproblem	177
Abb. 51	Raster zur Abeitung von Qualitätsmerkmalen für die Erstellung der Fragenbatterie	184
Abb. 52	Die Interpretation der Differenzscores	195
Abb. 53	Varianzanalyse für die Mittelwerte der Faktoren	199
Abb. 54	Varianzanalyse für das Merkmal "zusammenfassendes Skriptum"	200
Abb. 55	Zufriedenheit und Weiterempfehlungsintention	201
Abb. 56	Struktur der Stichprobe zu den Erwartungen der Studenten	202
Abb. 57	Histogramm bei der Frage nach den Erwartungen	203
Abb. 58	Rangliste der Erwartungsscores	204
Abb. 59	Struktur der Stichprobe zu den Erfahrungen der Studenten	205
Abb. 60	Rangliste der Erfahrungsscores	206
Abb. 61	Rangliste der Differenzscores	207
Abb. 62	Durchschnittliche Anzahl der inskribierten Semester	208
Abb. 63	Kriterien zur Auswahl der Lehrveranstaltung	209
Abb. 64	Informationsquellen/Informationsstand zu den Lehrveranstaltungen	210
Abb. 65	Studenten mit Zweitstudium	210
Abb. 66	Schwierigkeitsgrad und Zufriedenheit	217
Abb. 67	Die Gewichtung der Qualitätsdimensionen	219
Abb. 68	Feedback an die Vortragenden I	228
Abb. 69	Feedback an die Vortragenden II	229
Abb. 70	Profilanalyse zweier Lehrveranstaltungen des 1. Studienabschnittes	230
Abb. 71	Profilanalyse zweier Blockveranstaltungen des 1. Studienabschnittes	231
Abb. 72	Profilanalyse zweier Parallelveranstaltungen des 2. Studienabschnittes	232
Abb. 73	Tabellarische Analyse zum Vergleich der Qualitätsscores	233
Abb. 74	Auszug aus dem Lehrzielkatalog der TU Wien	236

Tabellenverzeichnis

Tab. 1	Anwendungsbereiche der ISO-Norm 9000 im Dienstleistungsbereich	77
Tab. 2	Qualitätsdimensionen nach Grönroos	95
Tab. 3	Dimensionen des Qualitätsmodells von Brandt	102
Tab. 4	Meßkonstrukte für Qualität nach Churchill/Surprenant	116
Tab. 5	Formel zur Berechnung der Differenzscores	148
Tab. 6	Formel zur Berechnung der Differenzscores	183
Tab. 7	Stichprobenstruktur der ersten Erhebungsphase	188
Tab. 8	Stichprobenstruktur der zweiten Erhebungsphase	188
Tab. 9	Reliabilitätsprüfung der Qualitätsdimensionen	191
Tab. 10	Validitätsprüfung der Qualitätsdimensionen	198
Tab. 11	Formel zur Berechnung der Differenzscores zu Gap B	213
Tab. 12	Qualitätsdimension 1 - Methodik/Rhetorik	220
Tab. 13	Qualitätsdimension 2 - Lernziele/Didaktik/Pädagogik	221
Tab. 14	Qualitätsdimension 3 - Praxisbezug/Kompetenz/Glaubwürdigkeit	222
Tab. 15	Qualitätsdimension 4 - Integration/Feedback	223
Tab. 16	Qualitätsdimension 5 - Skripten	224
Tab. 17	Qualitätsdimension 6 - Strukturiertheit/Gliederung	225
Tab. 18	Qualitätsdimension 7 - Zeit	226
Tab. 19	Qualitätsdimension 8 - Fairness/Einfühlungsvermögen	227