

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Abbildungsverzeichnis	V
Abkürzungsverzeichnis	IX
A. Die Qualitätsdiskussion als Herausforderung an das Management von Dienstleistungszentren	1
1. Bedeutung des Qualitätsmanagement im Dienstleistungszentrum	1
2. Das Dienstleistungszentrum als spezifischer Typ des Dienstleistungszentrums	4
3. Begriff und Gegenstand des Qualitätsmanagement in Dienstleistungsorganisationen	13
4. Theoretische Einordnung des Forschungsansatzes	19
5. Zielsetzung und Gang der Untersuchung	22
B. Entwicklung eines Bezugsrahmens für das absatzmarkt-orientierte Qualitätsmanagement in Dienstleistungszentren	26
1. Anforderungen und Bestandteile eines centerspezifischen Bezugsrahmens zur Erklärung der Servicequalität	26
1.1 Abgrenzung und Auswahl centerrelevanter Qualitätsdimensionen	29
1.2 Bestimmungsfaktoren der Qualität von Dienstleistungszentren	37
1.21 Bestimmungsfaktoren der globalen Center-Umwelt	37
1.22 Nachfragerbezogene Qualitätsbestimmungsfaktoren	39
1.23 Anbieterbezogene Qualitätsbestimmungsfaktoren	41
2. Entscheidungsprozeß des absatzmarktorientierten Qualitätsmanagement in Dienstleistungszentren	49
2.1 Kennzeichnung der Phasen des Qualitätsmanagementprozesses	49
2.2 Kennzeichnung typenspezifischer Ausgestaltungsspielräume des Qualitätsmanagementprozesses	53

2.21	Identifikation zentraler Ausgestaltungsvariablen	53
2.22	Kennzeichnung von Centertypenmerkmalen als Einflußgrößen des Ausgestaltungsspielraums	54
2.23	Arbeitshypothesen zum Zusammenhang von Ausgestaltungsvariablen und Prozeßphasen des Qualitätsmanagement	58
C. Typenspezifische Ausgestaltung des Qualitätsmanagement am Beispiel des Dienstleistungscenters "Verkehrsflughafen"		61
1.	Qualitätsmanagementspezifische Einordnung des Dienstleistungscenters "Verkehrsflughafen"	61
2.	Analyse und Planung der Servicequalität in Dienstleistungscentern	70
2.1	Analyse der Servicequalität in Dienstleistungscentern	70
2.11	Besonderheiten und Problembereiche der Qualitätsanalyse in Dienstleistungscentern	70
2.12	Nachfragerbezogene Qualitätsanalyse in Dienstleistungscentern	73
2.121	Einsatz von multiattributiven Meßverfahren	73
2.122	Einsatz von ereignisorientierten Meßverfahren	79
2.13	Anbieterbezogene Qualitätsursachenanalyse in Dienstleistungscentern	85
2.131	Durchführung subjektiver Qualitätsursachenanalysen	86
2.132	Durchführung objektiver Qualitätsursachenanalysen	88
2.2	Ziel- und Strategieplanung der Servicequalität in Dienstleistungscentern	99
2.21	Entwicklung einer Qualitätsphilosophie durch das Centermanagement	99
2.22	Entwicklung eines centerspezifischen Qualitätszielsystems	102
2.221	Arten und Systematisierung von Qualitätszielen	102
2.222	Beziehungen zwischen centerspezifischen Qualitätszielen	104

2.3	Generierung von Qualitätsstrategien in Dienstleistungscentern	109
2.31	Centernutzerbezogene Qualitätsstrategien	110
2.32	Centerbetriebsbezogene Qualitätsstrategien	112
2.33	Servicepartnerbezogene Qualitätsstrategien	115
3.	Gestaltung der Servicequalität in Dienstleistungszentren	120
3.1	Abgrenzung der Objektbereiche, Instrumente und Formen der zentrumspezifischen Qualitätsgestaltung	120
3.2	Qualitätsgestaltung durch Instrumente und Maßnahmen des zentrenutzergerichteten Marketing	123
3.3	Qualitätsgestaltung durch Instrumente und Maßnahmen des zentripersonalgerichteten internen Marketing	132
3.31	Absatzmarktorientierte Ausrichtung der Instrumente der klassischen Personalpolitik	133
3.32	Absatzmarktorientierte Ausrichtung der internen Kommunikationspolitik	136
3.4	Einflußnahme auf die Qualitätsgestaltung der Dienstleistungspartner durch Instrumente des Beziehungsmanagement	141
3.41	Qualitätsgestaltung durch Selektion der Dienstleistungspartner	143
3.42	Einflußnahme auf die Qualitätsgestaltung durch instrumentelle Ausgestaltung des Kontraktmarketing	149
3.43	Einflußnahme auf die Qualitätsgestaltung durch partnergerichtete interne Kommunikation	152
4.	Qualitätskontrolle und Aufbau einer Qualitätsorganisation in Dienstleistungszentren	155
4.1	Qualitätskontrolle in Dienstleistungszentren	155
4.11	Ziele und Gegenstand der Qualitätskontrolle	155
4.12	Durchführung der Qualitätskontrolle	156
4.2	Aufbau einer Qualitätsorganisation in Dienstleistungszentren	164
4.21	Aufbau einer primären Qualitätsorganisation	166
4.22	Aufbau einer sekundären Qualitätsorganisation	169
4.23	Integration der primären und sekundären Qualitätsorganisationen in Dienstleistungszentren	172

5. Zusammenfassung der Ergebnisse zum Dienstleistungszentrum "Verkehrsflughafen"	175
D. Typenspezifische Übertragbarkeit und Besonderheiten des absatzmarktorientierten Qualitätsmanagement in Dienstleistungszentren	179
1. Übertragbarkeit der Ergebnisse auf das Qualitätsmanagement in Bahnhöfen	179
1.1 Ausgestaltungsspielräume des Qualitätsmanagement	179
1.2 Implikationen für den Prozeß des Qualitätsmanagement	182
2. Übertragbarkeit der Ergebnisse auf das Qualitätsmanagement in Messe- und Kongreßzentren	186
2.1 Ausgestaltungsspielräume des Qualitätsmanagement	186
2.2 Implikationen für den Prozeß des Qualitätsmanagement	189
3. Übertragbarkeit der Ergebnisse auf das Qualitätsmanagement in Erlebnisparks	193
3.1 Ausgestaltungsspielräume des Qualitätsmanagement	193
3.2 Implikationen für den Prozeß des Qualitätsmanagement	196
4. Übertragbarkeit der Ergebnisse auf das Qualitätsmanagement in Medical Centern	200
4.1 Ausgestaltungsspielräume des Qualitätsmanagement	200
4.2 Implikationen für den Prozeß des Qualitätsmanagement	203
5. Zusammenfassende Würdigung eines typenspezifischen Ansatzes des Qualitätsmanagement in Dienstleistungszentren	206
6. Ansatzpunkte für weiterführende Forschungen	214
Anhang	217
Literaturverzeichnis	229

Abbildungsverzeichnis

	Seite
Abb. 1: Abgrenzungssystematik von Dienstleistungszentren	7
Abb. 2: Basistypologie von Dienstleistungszentren	10
Abb. 3: Konstitutive Institutionen und Elemente eines Dienstleistungszentrums	13
Abb. 4: Qualitätsmanagement-Regelkreis für Dienstleistungsorganisationen	16
Abb. 5: Anspruchsspektrum und Formen des Qualitätsmanagement in Dienstleistungsorganisationen	19
Abb. 6: Grundaufbau eines heuristischen Bezugsrahmens für das absatzmarktorientierte Qualitätsmanagement in Dienstleistungszentren	28
Abb. 7: Centerspezifische Eignungsdiskussion ausgewählter Servicequalitätsdimensionen	33
Abb. 8: Subjektiv in der Erlebniswelt des Kunden wahrgenommene Qualitätsdimensionen eines Servicecenters	35
Abb. 9: Qualitätswahrnehmungsebenen als Ausgangspunkt der anbieterbezogenen Analyse von Qualitätsbestimmungsfaktoren	42
Abb. 10: Anbieterbezogene Bestimmungsfaktoren der Center-Servicequalität	43
Abb. 11: Beziehungsorientierte Partnertypen eines Dienstleistungszentrums	48
Abb. 12: Heuristischer Bezugsrahmen des absatzmarktorientierten Qualitätsmanagement in Dienstleistungszentren	52
Abb. 13: Objektfelder des entscheidungsorientierten Qualitätsmanagementprozesses auf Basis des heuristischen Bezugsrahmens	53
Abb. 14: Centertypenmerkmale als Einflußgrößen der Ausgestaltungsvariablen des absatzmarktorientierten Qualitätsmanagement	55
Abb. 15: Merkmalsprofil des Dienstleistungszentrums "Verkehrsflughafen"	62
Abb. 16: Funktionen des Dienstleistungszentrums "Verkehrsflughafen" innerhalb der Lufttransportkette	63

Abb. 17:	Beziehungsorientierte Partnertypen eines Verkehrsflughafens	65
Abb. 18:	Anreiz-Beitragsstrukturen im Dienstleistungszentrum "Verkehrsflughafen"	67
Abb. 19:	Passagieraufkommen der 15 internationalen deutschen Verkehrsflughäfen 1991	68
Abb. 20:	Ausgestaltungsspielraum des absatzmarktorientierten Qualitätsmanagement im Dienstleistungszentrum "Verkehrsflughafen"	69
Abb. 21:	Systematisierung von Instrumenten der centerspezifischen Qualitätsanalyse	72
Abb. 22:	Basistypen der multiattributiven Servicequalitätsanalyse	75
Abb. 23:	Servicequalitätsprofil des Flughafens Münster/Osnabrück	76
Abb. 24:	Centernutzergruppentypische Qualitätsbewertungen von Fluggästen des Flughafens Münster/Osnabrück	78
Abb. 25:	Beispielhafte Anwendung der Problem-Frequenz-Relevanz-Analyse im Dienstleistungszentrum "Verkehrsflughafen"	82
Abb. 26:	Einsatz von Blickaufzeichnungsgeräten zur Identifikation von Orientierungsproblemen im Dienstleistungszentrum "Verkehrsflughafen"	83
Abb. 27:	Vergleichende Eignungsdiskussion ausgewählter Instrumente zur Analyse der Servicequalität in Dienstleistungszentren	85
Abb. 28:	IST-Einstellungen der Mitarbeiter zum Flughafen München-Riem	87
Abb. 29:	Durchschnittliche Aufenthaltszeiten der Fluggäste am Flughafen Alanda-Stockholm	91
Abb. 30:	Durchschnittliche Aufenthaltszeiten von Charterfluggästen an verschiedenen von der SAS angeflogenen Verkehrsflughäfen	92
Abb. 31:	Ausschnitt aus der Blueprinting-Analyse für den Flughafen Münster/Osnabrück	94
Abb. 32:	Kostenverlaufsentwicklungen im Rahmen der Qualitätskostenanalyse	96

Abb. 33:	Einsatz der Fishbone-Analyse zur Identifikation von Qualitätsmängeln im Dienstleistungszentrum "Verkehrsflughafen"	98
Abb. 34:	Beispielhafte Entwicklung einer Qualitätsphilosophie für das Dienstleistungszentrum "Verkehrsflughafen"	100
Abb. 35:	Beispielhafte Darstellung von Qualitätszielen des Dienstleistungszentrums "Verkehrsflughafen"	105
Abb. 36:	Beispielhafte Qualitätszielkonflikte im Dienstleistungszentrum "Verkehrsflughafen"	107
Abb. 37:	Systematisierung kernnutzergerichteter Qualitätsstrategien	111
Abb. 38:	Systematisierung kernbetriebsbezogener Qualitätsstrategien	113
Abb. 39:	Systematisierung servicepartnergerichteter Qualitätsstrategien	117
Abb. 40:	Partnertypenspezifisches Qualitätsbedeutungs-/Beeinflussungsportfolio in Dienstleistungszentren am Beispiel von Verkehrsflughäfen	118
Abb. 41:	Gesamtdarstellung der Qualitätsstrategieoptionen und ihrer Auswahlkriterien im Dienstleistungszentrum	119
Abb. 42:	Einsatz von Instrumenten des Dienstleistungsmarketing zur Gestaltung der Kern-Servicequalität	122
Abb. 43:	Prozestufen des flughafenspezifischen Dienstleistungsproduktes	124
Abb. 44:	Instrumente der kernnutzergerichteten Qualitätsgestaltung im Dienstleistungszentrum "Verkehrsflughafen"	126
Abb. 45:	Basistypen von Kommunikationsprozessen in Dienstleistungszentren	137
Abb. 46:	Einsatzmöglichkeiten von internen Kommunikationsinstrumenten im Rahmen der personalorientierten internen Qualitätspolitik	139
Abb. 47:	Eignungsgrad der personalpolitischen Instrumente für die Erhöhung der Servicequalität	142
Abb. 48:	Instrumentengruppen der Einflußnahme auf die servicepartnerbezogene Qualitätsgestaltung	144

Abb. 49:	Selektionsverfahren zur Auswahl von Dienstleistungspartnern am Beispiel von Betrieben der Commercial Activities	147
Abb. 50:	Zusammenfassende Bewertung partnertypen- und strategiespezifischer Instrumente des Beziehungsmanagement	154
Abb. 51:	Alternative Qualitäts-Kontrollarten im Dienstleistungscen-ter	157
Abb. 52:	Prozeßbezogene Zeitanalysen zum Flughafen Dublin	160
Abb. 53:	Qualitätskontrollergebnisse des Flughafens Dublin auf Basis des Comment-Card-Systems im Zeitvergleich	163
Abb. 54:	Grundaufbau eines Qualitätsberichtswesens im Dienstleistungscen-ter	165
Abb. 55:	Qualitätszirkel des Flughafens Dublin	171
Abb. 56:	Integration von primärer und sekundärer Qualitätsorga-nisation in Dienstleistungscen-tern	174
Abb. 57:	Merkmalsprofil des Dienstleistungscen-ters "Bahnhof 2000"	180
Abb. 58:	Vernetztes Qualitätsmanagementkonzept der Deutschen Bundesbahn für Zug- und Bahnhofsdienstleistungen	184
Abb. 59:	Merkmalsprofil des Dienstleistungscen-ters "Messe- und Kongresscenter"	187
Abb. 60:	Merkmalsprofil des Dienstleistungscen-ters "Erlebnispark"	194
Abb. 61:	Drei-Phasenmodell der Qualitätsgestaltung in Erlebnisparks	198
Abb. 62:	Merkmalsprofil des Dienstleistungscen-ters "Medical Center"	202
Abb. 63:	Synoptische Gegenüberstellung von Merkmalen des centerspezifischen Qualitätsmanagement bei ausgewählten realen Dienstleistungscen-tertypen (I)	207
Abb. 64:	Synoptische Gegenüberstellung von Merkmalen des centerspezifischen Qualitätsmanagement bei ausgewählten realen Dienstleistungscen-tertypen (II)	209