

Haller

Beurteilung von Dienstleistungsqualität

GABLER EDITION WISSENSCHAFT

Focus Dienstleistungsmarketing

Herausgegeben von
Universitätsprofessor Dr. Michael Kleinaltenkamp,
Freie Universität Berlin (schriffführend),
Universitätsprofessor Dr. Werner Hans Engelhardt,
Ruhr-Universität Bochum,
Universitätsprofessor Dr. Anton Meyer,
Ludwig Maximilians-Universität München,
Universitätsprofessor Dr. Hans Mühlbacher,
Leopold Franzens-Universität Innsbruck und
Universitätsprofessor Dr. Bernd Stauss,
Katholische Universität Eichstätt

Der Wandel von der Industrie- zur Dienstleistungsgesellschaft ist de facto längst vollzogen, er stellt jedoch mehr denn je eine Herausforderung für Theorie und Praxis, speziell im Marketing, dar. Die Schriftenreihe will ein Forum bieten für wissenschaftliche Beiträge zu dem bedeutenden und immer wichtiger werdenden Bereich des Dienstleistungsmarketing. In ihr werden aktuelle Ergebnisse der betriebswirtschaftlichen Forschung in diesem Bereich des Marketing präsentiert und zur Diskussion gestellt.

Sabine Haller

Beurteilung von Dienstleistungsqualität

Dynamische Betrachtung
des Qualitätsurteils
im Weiterbildungsbereich

Mit einem Geleitwort
von Prof. Dr. Bernd Günter

Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme

Haller, Sabine :

Beurteilung von Dienstleistungsqualität : dynamische
Betrachtung des Qualitätsurteils im Weiterbildungsbereich
/ Sabine Haller. Mit einem Geleitw. von Bernd Günter.

- Wiesbaden : Dt. Univ.-Verl. ; Wiesbaden : Gabler, 1995

(Gabler Edition Wissenschaft : Focus Dienstleistungsmarketing)

ISBN 978-3-8244-6110-3

ISBN 978-3-663-08287-3 (eBook)

DOI 10.1007/978-3-663-08287-3

Gabler Verlag, Deutscher Universitäts-Verlag, Wiesbaden

© Springer Fachmedien Wiesbaden 1995

Ursprünglich erschienen bei Physica-Verlag Heidelberg 1995



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Höchste inhaltliche und technische Qualität unserer Produkte ist unser Ziel. Bei der Produktion und Auslieferung unserer Bücher wollen wir die Umwelt schonen: Dieses Buch ist auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier gedruckt.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, daß solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

ISBN 978-3-8244-6110-3

Meinem Vater gewidmet

Geleitwort

In einer Zeit, in der der "Weg in die Dienstleistungsgesellschaft" mit Nachdruck weiter beschritten wird und in der "Total Quality Management" allorts gefordert wird, muß die Frage nach begründeten Qualitätsurteilen gerade auch für Dienstleistungen einen zentralen Stellenwert einnehmen. Betriebliche Praxis wie auch wissenschaftliche Forschung haben sich in den vergangenen Jahren in steigendem Maße den Fragestellungen angenommen:

- Wie entstehen subjektive Qualitätsurteile?
- In welchem Verhältnis stehen sie zu einer scheinbar "objektiven", technisch geprägten Qualitätsaussage?
- Wie verhalten sich Qualitätsbeurteilung und Einstellungen zueinander?
- Wie ist ein Qualitätsurteil mit Kundenzufriedenheit verbunden?

Standen in jüngster Zeit die Probleme der Qualitätsmessung im Vordergrund, so wurde verhältnismäßig selten die Frage gestellt: Wie entwickeln sich Qualitätsurteile im Zeitablauf? In einer dynamischen Wettbewerbswirtschaft ist aber gerade die Beantwortung dieser Fragestellung von weiterführendem Wert. Aus der Kenntnis der Beurteilungsschwerpunkte und ihrer Entwicklung in der Zeit lassen sich nämlich Schlüsse für die Weiterentwicklung von Positionierungen am Markt und von Wettbewerbsvorteilen ziehen.

Der vorliegenden Band, entstanden aus einer Forschungsarbeit an der Freien Universität Berlin, nimmt sich exemplarisch des Dienstleistungstyps "langfristigen Weiterbildungsmaßnahme" an. Auf der Basis einer sorgfältigen theoretischen Fundierung wird - nicht zuletzt mit Hilfe einer empirischen Analyse - der Frage nachgegangen, wie sich die Qualitätsurteile der Nachfrager im Zeitablauf verändern und welche Qualitätsdimensionen in diesem Prozeß eine zentrale Bedeutung besitzen. Dabei bringt die Autorin originelle weiterführende Vorschläge zur Qualitätsmessung in dynamischer Sicht und zu möglichen praktischen Konsequenzen für Dienstleistungsanbieter in die aktuelle Diskussion ein. Es ist das Verdienst der Autorin, eine Bresche in ein noch wenig analysiertes Gebiet geschlagen zu haben. Dabei haben Studienleitung und Mitarbeiter des Weiterbildenden Studiums Technischer Vertrieb, vor allem aber die Teilnehmer als Nachfrager dieser Dienstleistung dankenswerterweise äußerst konstruktiv mitgewirkt.

Univ.-Prof. Dr. Bernd Günter
Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf

Vorwort

Die vorliegende Dissertation wurde im Sommersemester 1994 von der Freien Universität Berlin angenommen. Seit dem Zeitpunkt der Themenfindung Anfang 1990 ist der Bereich der Qualitätsbeurteilung von Dienstleistungen in den Vordergrund der wissenschaftlichen Diskussion gerückt, und eine große Anzahl von Publikationen ist erschienen. Dennoch hat dieser Fokus keinesfalls an Aktualität verloren. Die Wirtschaft beginnt gerade erst, die theoretischen Erkenntnisse umzusetzen und anzuwenden und stößt dabei auf eine Reihe von Problemen der Operationalisierung und Messung des Qualitätskonstrukts, zu deren Lösung die vorliegende Arbeit beitragen soll.

Es bleibt, all jenen Personen zu danken, die die Entstehung dieser Dissertation in vielfältiger Art und Weise unterstützt haben. Mein besonderer Dank gilt in diesem Zusammenhang meinem akademischen Lehrer, Herrn Prof. Dr. Bernd Günter. Ihm verdanke ich die Anregung für die Themenstellung, die mich seit Jahren fasziniert. Er förderte mich und damit die Fertigstellung der Arbeit in allen Phasen umfassend und gewährleistete eine hervorragende Betreuung, gleichwohl in diese Zeit sein arbeitsreicher Wechsel von der Freien Universität Berlin an die Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf fiel. Seinem Nachfolger in Berlin, Herrn Prof. Dr. Michael Kleinaltenkamp, sei nicht nur für die Übernahme des Zweitgutachtens gedankt, sondern ebenfalls für seine Unterstützung.

Die empirische Untersuchung, die der Arbeit zugrunde liegt, wurde mit dem Weiterbildenden Studium Technischer Vertrieb der Freien Universität Berlin durchgeführt. Deshalb möchte ich dem gesamten Team danken, ohne dessen Mitarbeit sie nicht möglich gewesen wäre. Darüber hinaus haben ihre Anregungen und kritischen Diskussionen die Erstellung begleitet. Daher gilt mein Dank besonders Fr. Dr. Sabine Fließ, Herrn Dipl.-Kfm. Frank Jacob, Herrn Dipl.-Kfm. Olaf Plötner und Herrn Dipl.-Kfm. Stephen Rieker.

Nicht zuletzt danke ich der Schmalenbach-Gesellschaft, Deutsche Gesellschaft für Betriebswirtschaft e.V., für die Förderung meiner Teilnahme an den internationalen Workshops, die mir Gelegenheit gaben, mein Projekt frühzeitig einem Fachauditorium vorzustellen und darüber zu diskutieren.

Mein besonderer Dank gilt meinem Lebenspartner Michael, der mich zur Inangriffnahme einer Dissertation motivierte und mir in allen Phasen unermüdlich mit Zuspruch, Trost, Kritik und Rat zur Seite stand.

Inhaltsverzeichnis

Verzeichnis der Abbildungen	XV
Verzeichnis der Tabellen	XII
Verzeichnis der Abkürzungen	XIII
1. Problemstellung der Arbeit	1
2. Der Qualitätsbegriff.....	5
2.1 Der theoretische Qualitätsbegriff	5
2.2 Der teleologische Qualitätsbegriff	6
2.3 Die Qualitätsansätze nach Garvin	7
2.3.1 Ausgangspunkt des Modells	7
2.3.2 Der transzendente Ansatz	8
2.3.3 Der produktorientierte Ansatz (Product-based Approach)	9
2.3.4 Der kundenorientierte Ansatz (User-based Approach).....	9
2.3.5 Der herstellungsorientierte Ansatz (Manufacturing-based Approach)	10
2.3.6 Der wertorientierte Ansatz (Value-based Approach).....	11
2.3.7 Tabellarischer Überblick über die Qualitätsdefinitionen.....	12
2.3.8 Vergleichende Beurteilung der Ansätze.....	14
2.4 Dimensionen der Qualität	17
3. Die Operationalisierung des Qualitätsurteils. X.....	19
3.1 Einordnung des Qualitätsurteils als theoretisches Konstrukt in den Bezugsrahmen der Einstellungen	19
3.2 Operationalisierung des Konstrukts Qualität über Eindrucks- und Bedeutungskomponente	20
3.2.1 Darstellung des Grundmodells	20
3.2.2 Modelle zur Beurteilung von Qualität auf der Basis von Eindrucks- und Bedeutungsansätzen	23
3.3 Operationalisierung des Konstrukts Qualität über Abweichungen von der Idealleistung	24
3.3.1 Darstellung des Grundmodells	24
3.3.2 Modelle zur Beurteilung von Qualität auf der Basis des Ideal/Real- Ansatzes	25
3.4 Probleme der Qualitätsbeurteilung	27
3.5 Die Entstehung des Qualitätsurteils beim Nachfrager.....	32
3.5.1 Komponenten der Erwartungsbildung.....	32
3.5.2 Arten von Erwartungen	34
3.5.3 Ein Modell der Bildung eines Qualitätsurteils	38
3.6 Die Beziehung zwischen Qualität und Zufriedenheit.....	43

4. Dienstleistungen	49
4.1 Der Begriff der Dienstleistung	49
4.2 Charakteristika von Dienstleistungen	50
4.2.1 Die Immaterialität von Dienstleistungen	50
4.2.2 Das "uno-actu"-Prinzip	51
4.2.3 Die Integration eines externen Faktors	51
4.3 Die Phasen der Dienstleistung	53
4.3.1 Die Phase der Potentialorientierung	53
4.3.2 Die Phase der Prozeßorientierung	54
4.3.3 Die Phase der Ergebnisorientierung	55
4.3.4 Überblick über die Phasen von Dienstleistungen	56
4.4 Die Abgrenzung zwischen dem Dienst- und Sachleistungsbereich	57
4.5 Spezielle Probleme der Beurteilung von Dienstleistungsqualität	59
5. Modelle zur Beurteilung von Dienstleistungsqualität	65
5.1 Potentialorientierte Modelle der Qualitätsbeurteilung	65
5.2 Phasenunabhängige Modelle der Dienstleistungsqualität	70
5.2.1 Das Modell von Donabedian	70
5.2.2 Das Modell von Grönroos	71
5.2.3 Das Modell von Meyer/Mattmüller	73
5.2.4 Das Modell von Grönroos/Gummesson	76
5.2.5 Das Modell von Corsten	78
5.2.6 Das empirische Modell von Parasuraman/Zeithaml/Berry	81
5.3 Kritische Würdigung der Modelle	87
6. Methoden zur Messung von Dienstleistungsqualität	89
6.1 Probleme der Messung von Dienstleistungsqualität	89
6.2 Methoden zur Messung von Dienstleistungsqualität auf der Basis des kundenorientierten Qualitätsbegriffes	91
6.2.1 Attributorientierte Ansätze	91
6.2.1.1 Attributorientierte Ansätze auf der Basis von Ratingskalen	92
6.2.1.1.1 SERVQUAL	93
6.2.1.1.2 SERVPERF	101
6.2.1.1.3 SERVIMPERF	102
6.2.1.1.4 Generelle Probleme der attributorientierten Methoden auf der Basis von Ratingskalen	107
6.2.1.2 Ermittlung der Qualität durch Penalty-Reward- Faktoren	108
6.2.1.3 Ganzheitliche Beurteilung durch Conjoint-Analyse: Die Vignette-Methode	111
6.2.2 Ereignisorientierte Ansätze	115
6.2.2.1 Die Critical-Incident-Technique	115
6.2.2.1.1 Darstellung der Methode der Critical-Incident-Technique	115
6.2.2.1.2 Die Interpretation der unterschiedlichen Ergebnisse bei Anwendung attribut- und ereignisorientierter Methoden	119
6.2.2.2 Kontaktpunktanalyse	124
6.2.2.3 Beschwerdepolitik	126

6.3 Methoden auf der Basis des herstellungsorientierten Qualitätsbegriffes	130
6.3.1 Statistical Process Control	130
6.3.2 Einsatz von "Mystery Shoppers"	134
6.4 Methoden auf der Basis des wertorientierten Qualitätsbegriffs: Der Willingness-to-Pay-Ansatz	136
6.5 Einsatzschwerpunkte der Methoden	140
7. Qualitätsbeurteilung im Bereich der langfristigen Weiterbildung: Eine empirische Längsschnittuntersuchung	147
7.1 Ziele der Untersuchung	147
7.2 Der Bereich der Weiterbildungsleistungen	147
7.3 Das Weiterbildende Studium Technischer Vertrieb	150
7.4 Zugrundeliegende Hypothesen der Studie	152
7.5 Bezugsrahmen der empirischen Untersuchung	155
7.5.1 Aufbau der Untersuchung	155
7.5.2 Überprüfung von Reliabilität und Validität	160
7.6 Ergebnisse der Untersuchung	162
7.6.1 Veränderungen der Kriterien im Zeitablauf	162
7.6.1.1 Vergleich der Beurteilungen der einzelnen Kriterien im Zeitablauf	162
7.6.1.2 Veränderungen der Bedeutung einzelner Faktoren im Zeitablauf	165
7.6.2 Ergebnisse der Fragen nach Critical Incidents	170
7.6.3 Darstellung der Ergebnisse in der Importance-Performance-Analyse	174
7.6.4 Vergleich zwischen Anbieter- und Nachfragerbefragung	181
7.6.5 Unterschiede in der Beurteilung und der Relevanzeinschätzung in bezug auf unterschiedliche soziodemographische Merkmale der Teilnehmer	189
7.6.6 Interpretation der empirischen Ergebnisse mittels Korrespondenzanalyse	192
7.6.6.1 Grundlagen der Korrespondenzanalyse	192
7.6.6.2 Graphische Interpretation der drei Befragungen im zweidimensio- nalen Raum	193
7.6.6.3 Interpretation ausgewählter soziodemographischer Daten durch die Korrespondenzanalyse	199
7.7 Zusammenfassung und Schlußfolgerungen der empirischen Untersuchung	202
8. Zusammenfassung der Ergebnisse der Arbeit und weiterführende Forschungsschwerpunkte	205
8.1 Zusammenfassung der Ergebnisse der Arbeit in Thesenform	205
8.2 Weiterführende Forschungsschwerpunkte	206
Literaturverzeichnis	211
Verzeichnis des Anhangs	257

Verzeichnis der Abbildungen

Abb. 1: Veranschaulichung des Qualitätsbegriffes	6
Abb. 2: Hierarchische Darstellung der Qualitätsdefinitionen nach Garvin.....	16
Abb. 3: Kawlaths Modell zur Qualitätsermittlung	26
Abb. 4: Komponenten der Erwartungsbildung	33
Abb. 5: Zusammenhang zwischen Anspruchsniveau und Qualitätsforderung	37
Abb. 6: Erwartungsbildung als Intervall auf dem Leistungsstrahl.....	39
Abb. 7: Verschiedene Lagen von idealen Erwartungen.....	41
Abb. 8: Bildung des Qualitätsurteils	42
Abb. 9: Ein Vergleich zwischen Qualität und Kundenzufriedenheit.....	47
Abb. 10: Marketing-Verbund-Kasten.....	50
Abb. 11: Die konstitutiven Merkmale einer Dienstleistung im phasen-bezogenen Zusammenhang.....	56
Abb. 12: Neukonzeption einer Leistungstypologie	58
Abb. 13: Charakterisierung unterschiedlicher Leistungstypen	59
Abb. 14: Kontinuum der Evaluierung verschiedener Leistungsarten	61
Abb. 15: Anteil der vom Nachfrager beurteilbaren Eigenschaften in Abhängigkeit von Erfahrung und Zeit	62
Abb. 16: Wahrgenommene Qualitätskriterien des Anbieters vor dem Kauf	68
Abb. 17: Das Qualitätskonzept von Grönroos.....	72
Abb. 18: Das Modell der Dienstleistungsqualität von Meyer/Mattmüller.....	74
Abb. 19: Das Qualitätsmodell von Grönroos/Gummesson (versuchsweise)	77
Abb. 20: Das Modell der Verrichtungsqualität von Corsten	80
Abb. 21: Das Modell der Servicequalität von Parasuraman/Zeithaml/Berry.....	81
Abb. 22: Dimensionen der Dienstleistungsqualität.....	83
Abb. 23: Systematik der Methoden zur Beurteilung von Dienstleistungsqualität.....	91
Abb. 24: Der SERVQUAL-Fragenkatalog.....	99
Abb. 25: Importance-Performance-Analyse.....	103
Abb. 26: Modifizierte Importance-Performance-Analyse.....	106
Abb. 27: Penalty-Reward-Kontrast-Analyse der Qualitätsattribute einer Transportunternehmung	110
Abb. 28: Charakteristika und Werte einer Vignette	112
Abb. 29: Beispiel für eine Vignette	113
Abb. 30: Vergleich der am positivsten und am negativsten beurteilten Kriterien bei ereignis- und attributorientierten Erhebungen.....	121
Abb. 31: Position von Critical Incidents auf dem Leistungsstrahl	121
Abb. 32: Mittelwert-Chart der Antwortzeiten im Freizeitcenter	131
Abb. 33: Prozeßfähigkeits-Analyse der Antwortzeiten im Freizeitcenter.....	132
Abb. 34: Darstellung von Toleranzzonen von Kunden bei der Beurteilung fiktiver Restaurants	139
Abb. 35: Zeitlicher Ablauf des Weiterbildenden Studiums Technischer Vertrieb.....	151
Abb. 36: Darstellung der abgefragten Kriterien	157
Abb. 37: Konzeptioneller Bezugsrahmen der Studie.....	159
Abb. 38: Mittelwerte der Beurteilung im Zeitablauf.....	164

Abb. 39: Mittelwerte der Bedeutung im Zeitablauf.....	166
Abb. 40: Ergebnisse der Fragen nach kritischen Ereignissen	171
Abb. 41: Importance-Performance-Analyse der ersten Befragung der Weiterbildungsnachfrager	176
Abb. 42: Importance-Performance-Analyse der zweiten Befragung der Weiterbildungsnachfrager	177
Abb. 43: Importance-Performance-Analyse der dritten Befragung der Weiterbildungsnachfrager	178
Abb. 44: Überblick über Veränderungen ausgewählter Kriterien im Zeitablauf.....	179
Abb. 45: Importance-Performance-Analyse der ersten Anbieterbefragung im Vergleich zu den Nachfragern.....	182/183
Abb. 46: Importance-Performance-Analyse der zweiten Anbieterbefragung im Vergleich zu den Nachfragern.....	184/185
Abb. 47: Importance-Performance-Analyse der dritten Anbieterbefragung im Vergleich zu den Nachfragern.....	186/187
Abb. 48: Ergebnisse der Korrespondenzanalyse: Darstellung der Beurteilungen der drei Untersuchungen	196
Abb. 49: Ergebnisse der Korrespondenzanalyse: Darstellung der Bedeutungen der drei Untersuchungen	198
Abb. 50: Zusammenhänge zwischen "Position in der Unternehmung" und positiver Beurteilung der Kriterien	201
Abb. 51: Vergleich der Qualitätsdimensionen	204

Verzeichnis der Tabellen

Tab. 1: Übersicht über die Qualitätsbegriffe nach Garvin	13
Tab. 2: Vergleichende Übersicht der Operationalisierungen der Modellkomponenten	21
Tab. 3: Antworten auf die Frage: Würden sie die Dienstleistungsunternehmung einem Freund empfehlen?.....	99
Tab. 4: Verteilung der Ereignisse über die Hauptkategorien	117
Tab. 5: Befriedigende und unbefriedigende Ereignisse in Dienstleister- Kunden-Interaktionen (Hotels, Restaurants, Fluglinien) aus Kundensicht	123
Tab. 6: Merkmalsausprägungen und ermittelte Nutzwerte	138
Tab. 7: Beispiel für Nutzenberechnung verschiedener Produkt-Preis -Kombinationen.....	139
Tab.8(1): Überblick über Methoden zur Beurteilung von Dienstleistungsqualität	141
Tab.8(2): Überblick über Methoden zur Beurteilung von Dienstleistungsqualität	142
Tab.8(3): Überblick über Methoden zur Beurteilung von Dienstleistungsqualität	143
Tab. 9: Systematisierung der Methoden nach Einsatzschwerpunkten	144
Tab. 10: Korrelationskoeffizienten von ermitteltem Wert und Globalurteil	161
Tab. 11: Signifikante Veränderungen der Bedeutung der Kriterien im Zeitablauf.....	167
Tab. 12: Unterschiedliche Wahrnehmung und Gewichtung der Attribute von Teilnehmern mit Tätigkeit in großen und kleineren Unternehmungen	191
Tab. 13: Unterschiede zwischen Teilnehmern in führenden und nicht-führenden Positionen	192
Tab. 14: Ergebnisse der Korrespondenzanalyse: Analyse der Beurteilungen in drei Untersuchungen	194
Tab. 15: Ergebnisse der Korrespondenzanalyse: Analyse der Bedeutungen in drei Untersuchungen	197

Verzeichnis der Abkürzungen

Abb.	Abbildung
Abs.	Absatz
Aufl.	Auflage
Bd.	Band
BGBI.I	Bundesgesetzblatt Teil I
bspw.	beispielsweise
bzg.	bezüglich
bzw.	beziehungsweise
ca.	circa
CIT	Critical-Incident-Technique
cm ²	Quadratcentimeter
DBW	Die Betriebswirtschaft
d.h.	das heißt
DIHT	Deutscher Industrie- und Handelstag
DIN	Deutsches Institut für Normung
ed., eds.	editor/edition, editors
et al.	und andere
etc.	et cetera
f.	folgende (Seite)
ff.	fortfolgende (Seite)
Hrsg.	Herausgeber
i.d.R.	in der Regel
ISO	Internationale Organisation für Normung
Jg.	Jahrgang
Kfz	Kraftfahrzeug
Marketing ZFP	Marketing Zeitschrift für Forschung und Praxis
MBA	Master of Business Administration
Nr.	Nummer
No.	Number
o.Jg.	ohne Jahrgang
o.V.	ohne Verfasser
PC	Personalcomputer
PRC	Penalty-Reward-Contrast-Analyse
QS	Qualitätssicherung
S.	Seite
SPC	Statistical Process Control
SPSS	Statistical Package for Social Sciences
Tab.	Tabelle
TQM	Total Quality Management
u. a.	unter anderem

usw.	und so weiter
u.U.	unter Umständen
v.a.	vor allem
vgl.	vergleiche
Vol.	Volume
WiSt	Wirtschaftswissenschaftliches Studium
ZfB	Zeitschrift für Betriebswirtschaft
ZfbF	Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung
z.B.	zum Beispiel
z.T.	zum Teil