

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XV
Tabellenverzeichnis	XVII
Abkürzungsverzeichnis	XIX
1 Einführung	1
1.1 Problemstellung	2
1.2 Zielsetzung	8
1.3 Untersuchungsansatz und Aufbau der Arbeit	9
1.3.1 Untersuchungsansatz	9
1.3.2 Aufbau der Arbeit	9
2 Grundlagen für die Entwicklung und Erbringung von Dienstleistungen	11
2.1 Begriffliche Grundlagen der Dienstleistung	11
2.1.1 Enumerative und negative Definitionsansätze	11
2.1.2 Konstitutive Definitionsansätze	13
2.1.3 Nicht-differenzierende Definitionsansätze	17
2.1.4 Charakteristika unternehmensinterner Dienstleistungen	19
2.2 Besondere Eigenschaften von Dienstleistungen	21
2.2.1 Immaterialität und daraus resultierende Aspekte	22
2.2.1.1 Nicht-Lagerfähigkeit	24
2.2.1.2 Kein Eigentumsübertrag	26
2.2.1.3 Beschränkte Demonstrationsmöglichkeit	27
2.2.2 Integration von externen Faktoren und daraus resultierende Aspekte	27
2.2.2.1 uno actu-Prinzip	29
2.2.2.2 Individualität	31
2.2.2.3 Standortgebundenheit	32
2.2.2.4 Personalintensität	32
2.3 Implikationen für die Gestaltung kundenorientierter Dienstleistungsprozesse	34
2.3.1 Folgen der Immaterialität	34
2.3.2 Folgen der Integration von externen Faktoren	36
2.4 Dienstleistungen als Erfolgsfaktor auf makro- und mikroökonomischer Ebene	39
2.5 Dienstleistungsmanagement – Entwicklung und Erbringung von Dienstleistungen	46
2.5.1 Prozessorientierte Systematisierung des Dienstleistungsmanagements	47
2.5.2 Systematische Entwicklung von Dienstleistungen (Service Engineering)	54
2.5.2.1 Service Design-Konzept nach Ramaswamy	60
2.5.2.2 Service Design-Konzept nach ISO	62
2.5.2.3 Service Development-Konzept nach Edvardsson/Olsson	64
2.5.2.4 Kritische Würdigung der vorgestellten Ansätze	66

2.5.3	Service Operations Management	68
2.5.3.1	Produktion von Dienstleistungen	68
2.5.3.2	Prozessmanagement	71
2.5.3.3	Ressourcenmanagement	74
2.6	Zwischenfazit: Interdependenzen zwischen Dienstleistungsentwicklung und -erbringung	76
3	Entwicklung eines Bezugsrahmens zur Gestaltung kundenorientierter Dienstleistungsprozesse	77
3.1	Der kundenorientierte Ansatz als Element des Bezugsrahmens	78
3.1.1	Grundlagen der Kundenorientierung	79
3.1.2	Kundenloyalität und -bindung als ökonomischer Mehrwert	83
3.1.3	Mitarbeiterzufriedenheit und -orientierung als Voraussetzung und Resultat von Kundenzufriedenheit	86
3.1.4	Ausgangspunkte und Zusammenhänge von Kundenzufriedenheit und Dienstleistungsqualität	89
3.2	Organisationstheoretische Elemente des Bezugsrahmens	103
3.2.1	Informationsökonomik und Principal Agent Theorie als Elemente des Bezugsrahmens	103
3.2.1.1	Die Informationsökonomik	103
3.2.1.2	Die Principal Agent Theorie	107
3.2.2	Prozessorganisation als Element des Bezugsrahmens	112
3.2.3	Situativer Ansatz und Konfigurationsansatz als Elemente des Bezugsrahmens	118
3.2.3.1	Der situative Ansatz	118
3.2.3.2	Der Konfigurationsansatz	122
3.3	Integrierte Diskussion und Implikationen des Bezugsrahmens	125
4	Entwicklung einer Taxonomie zur situativen Gestaltung von Dienstleistungsprozessen	129
4.1	Methodik der Typenbildung	130
4.2	Identifikation relevanter Merkmale	134
4.2.1	Individualisierung	142
4.2.2	Beeinflussbarkeit durch den Kunden	145
4.2.3	Einbindungstiefe	147
4.2.4	Emotionales Involvement	148
4.2.5	Vom Kunden wahrgenommenes Risiko vor Inanspruchnahme	149
4.2.6	Diskretion	150
4.2.7	Anbieterseitige Arbeitsteilung	151
4.2.8	Kundenseitige Arbeitsteilung	152
4.2.9	Bedeutung menschlicher Arbeit	153
4.2.10	Neuigkeitsgrad für das anbietende Unternehmen zum Zeitpunkt der Einführung	154
4.2.11	Neuigkeitsgrad für den Markt zum Zeitpunkt der Einführung	156
4.2.12	Dauer der Erbringung	157
4.2.13	Bezug des Prozesses auf Personen	158
4.2.14	Wissensintensität	159

4.2.15	Ort der Dienstleistungserstellung	160
4.2.16	Eigenständigkeit des Prozessangebots	161
4.3	Überprüfung der identifizierten Merkmale	162
4.4	Entwicklung des Forschungsplans	164
4.4.1	Zielsetzung der empirischen Untersuchung	165
4.4.2	Festlegung der Grundgesamtheit	165
4.4.3	Auswahl der Stichprobe	166
4.4.4	Bestimmung der Erhebungsmethodik	168
4.5	Aufbau des Erhebungsinstruments	169
4.6	Durchführung der Untersuchung	172
4.6.1	Pretest	172
4.6.2	Faktorenanalyse	173
4.6.2.1	Faktor 1: Anpassung	178
4.6.2.2	Faktor 2: Beziehungscharakter	179
4.6.2.3	Faktor 3: Neuigkeitsgrad	180
4.6.2.4	Faktor 4: Integration	180
4.6.2.5	Faktor 5: Vertrauen	180
4.6.3	Clusteranalyse	181
4.7	Charakterisierung der Dienstleistungsprozestypen	184
4.7.1	Typ 1: Integrative Dienstleistungsprozesse mit hoher Bedeutung menschlicher Arbeit	186
4.7.2	Typ 2: Autonome Dienstleistungsprozesse mit hohem Innovationsgrad	189
4.7.3	Typ 3: Konventionelle Dienstleistungsprozesse mit hohem Vor-Ort-Anteil	192
4.7.4	Typ 4: Gering arbeitsteilige Dienstleistungsprozesse mit hohem Anteil beim Anbieter	195
4.7.5	Typ 5: Angepasste Dienstleistungsprozesse mit geringer Bedeutung der Diskretion	198
4.7.6	Typ 6: Vertrauensintensive Dienstleistungsprozesse mit geringem emotionalem Involvement	201
4.8	Zwischenfazit: Taxonomie der Dienstleistungsprozesse als Grundlage situativer Gestaltung	204
5	Situative Gestaltung kundenorientierter Dienstleistungsprozesse	206
5.1	Rahmenkonzept für die Gestaltung kundenorientierter Dienstleistungsprozesse	206
5.1.1	Vorgehensmodell zur Dienstleistungsentwicklung	206
5.1.2	4-Dimensionen-Modell der Dienstleistungsentwicklung	210
5.1.3	Operationalisierung der Gestaltungsdimensionen	211
5.1.3.1	Das Potenzial als Gestaltungsdimension	212
5.1.3.2	Der Prozess als Gestaltungsdimension	213
5.1.3.3	Das Ergebnis als Gestaltungsdimension	214
5.1.3.4	Der Markt als Gestaltungsdimension	215

5.2 Gestaltungsempfehlungen	216
5.2.1 Empfehlungen zur Gestaltung integrativer Dienstleistungsprozesse mit hoher Bedeutung menschlicher Arbeit (Typ 1)	218
5.2.1.1 Organisationstheoretische Gestaltungsimplicationen für integrative Dienstleistungsprozesse mit hoher Bedeutung menschlicher Arbeit (DLPT 1)	218
5.2.1.2 Empirische Gestaltungsimplicationen für integrative Dienstleistungsprozesse mit hoher Bedeutung menschlicher Arbeit (DLPT 1)	219
5.2.1.3 Systematische Gestaltung integrativer Dienstleistungsprozesse mit hoher Bedeutung menschlicher Arbeit (DLPT 1)	221
5.2.1.4 Fallbeispiel RWTÜV Systems: Kundenorientierte Gestaltung und Optimierung von Dienstleistungsprozessen auf Basis von Service Blueprinting	223
5.2.2 Empfehlungen zur Gestaltung autonomer Dienstleistungsprozesse mit hohem Innovationsgrad (Typ 2)	225
5.2.2.1 Organisationstheoretische Gestaltungsimplicationen für autonome Dienstleistungsprozesse mit hohem Innovationsgrad (DLPT 2)	225
5.2.2.2 Empirische Gestaltungsimplicationen für autonome Dienstleistungsprozesse mit hohem Innovationsgrad (DLPT 2)	226
5.2.2.3 Systematische Gestaltung autonomer Dienstleistungsprozesse mit hohem Innovationsgrad (DLPT 2)	227
5.2.2.4 Fallbeispiel Bankgesellschaft Berlin: Umsetzung von Kundenanforderungen im Bereich Kreditkarten mit Hilfe der Methode Quality Function Deployment	229
5.2.3 Empfehlungen zur Gestaltung konventioneller Dienstleistungsprozesse mit hohem Vor-Ort-Anteil (Typ 3)	231
5.2.3.1 Organisationstheoretische Gestaltungsimplicationen für konventionelle Dienstleistungsprozesse mit hohem Vor-Ort-Anteil (DLPT 3)	231
5.2.3.2 Empirische Gestaltungsimplicationen für konventionelle Dienstleistungsprozesse mit hohem Vor-Ort-Anteil (DLPT 3)	232
5.2.3.3 Systematische Gestaltung konventioneller Dienstleistungsprozesse mit hohem Vor-Ort-Anteil (DLPT 3)	233
5.2.4 Empfehlungen zur Gestaltung gering arbeitsteiliger Dienstleistungsprozesse mit hohem Anteil beim Anbieter (Typ 4)	235
5.2.4.1 Organisationstheoretische Gestaltungsimplicationen für gering arbeitsteilige Dienstleistungsprozesse mit hohem Anteil beim Anbieter (DLPT 4)	235
5.2.4.2 Empirische Gestaltungsimplicationen für gering arbeitsteilige Dienstleistungsprozesse mit hohem Anteil beim Anbieter (DLPT 4)	236
5.2.4.3 Systematische Gestaltung gering arbeitsteiliger Dienstleistungsprozesse mit hohem Anteil beim Anbieter (DLPT 4)	237
5.2.5 Empfehlungen zur Gestaltung angepasster Dienstleistungsprozesse mit geringer Bedeutung der Diskretion (Typ 5)	240
5.2.5.1 Organisationstheoretische Gestaltungsimplicationen für angepasste Dienstleistungsprozesse mit geringer Bedeutung der Diskretion (DLPT 5)	240
5.2.5.2 Empirische Gestaltungsimplicationen für angepasste Dienstleistungsprozesse mit geringer Bedeutung der Diskretion (DLPT 5)	241
5.2.5.3 Systematische Gestaltung angepasster Dienstleistungsprozesse mit geringer Bedeutung der Diskretion (DLPT 5)	242
5.2.5.4 Fallbeispiel Siemens AG Medical Solutions: Flexibilisierung zur Erweiterung des Dienstleistungsangebots „Shared Services“	244

5.2.6	Empfehlungen zur Gestaltung vertrauensintensiver Dienstleistungsprozesse mit geringem emotionalem Involvement (Typ 6)	246
5.2.6.1	Organisationstheoretische Gestaltungsimplikationen für vertrauensintensive Dienstleistungsprozesse mit geringem emotionalem Involvement (DLPT 6)	246
5.2.6.2	Empirische Gestaltungsimplikationen für vertrauensintensive Dienstleistungsprozesse mit geringem emotionalem Involvement (DLPT 6)	247
5.2.6.3	Systematische Gestaltung vertrauensintensiver Dienstleistungsprozesse mit geringem emotionalem Involvement (DLPT 6)	248
6	Schlussbetrachtungen	252
6.1	Zusammenfassung	252
6.2	Implikationen für die Praxis	253
6.3	Zukünftiger Forschungsbedarf	256
Anhang A: Erhebungsinstrument der empirischen Untersuchung		259
Anhang B: Statistiken der empirischen Untersuchung		271
Literaturverzeichnis		279