

Geleitwort

Die dominierende Bedeutung von Dienstleistungen in entwickelten Volkswirtschaften spiegelt sich bisher nur eingeschränkt in einem gesicherten Erkenntnisstand zur Dienstleistungsqualität in der betriebswirtschaftlichen Forschung wider. Trotz fraglos erzielter Fortschritte ist die umfangreiche bestehende wissenschaftliche Literatur noch durch erhebliche Defizite, insbesondere zur Konzeptualisierung und Operationalisierung von Dienstleistungen und der Dienstleistungsqualität gekennzeichnet. Dies überrascht umso mehr, als eine positive Qualitätsbeurteilung von Dienstleistungen aus Kundensicht als empirisch gesichert für die Nachhaltigkeit von Wettbewerbsvorteilen von Dienstleistungsanbietern gelten kann.

Die Defizite äußern sich in bestimmten Einseitigkeiten im Forschungsprozess, die auch die Forschungsergebnisse beeinflussen. Zum einen wird stark auf empirische Untersuchungen fokussiert, die sich auf methodische Probleme beschränken und denen es an theoretischer Fundierung mangelt, zum anderen werden lediglich theoretisch-konzeptionelle Postulate aufgestellt, ohne diese auch empirisch zu überprüfen. Bezüglich der theoretischen Herkunft dominiert weitgehend eine empirisch-induktive Forschungsmethode und in Bezug auf die theoretische Grundausrichtung vornehmlich verhaltenswissenschaftliche Ansätze.

Im Ergebnis verbleibt die wissenschaftliche Diskussion zu stark bei methodischen Aspekte der Messung sowie bei konzeptionellen Fragen der Dimensionalität der Dienstleistungsqualität, die leider weitgehend losgelöst und unabhängig voneinander geschehen. Unlösbare Fragen über generische Merkmale, das Wesen von Dienstleistungen sowie über die Abgrenzung zu Sachleistungen waren bis in die jüngste Vergangenheit weitere Folgen dieser Einseitigkeiten.

Sowohl für Wissenschaftler als auch für Praktiker sind die dadurch vorliegenden Wissenslücken mit erheblichen Problemen verbunden. Der mangelnde Konsens darüber, was überhaupt bei der Qualitätsbeurteilung gemessen werden soll, birgt die Gefahr der Fehlleitung von Ressourcen in der Marketingforschung. Die genaue Kenntnis darüber, welche Einflussfaktoren auf welche Dimensionen der Dienstleistungsqualität wirken und damit was überhaupt gemessen werden sollte, setzt allerdings aus wissenschaftstheoretischer Sicht die Existenz eines theoretisch fundierten Hypothesensystems voraus.

Die vorliegende Arbeit von Frank Ullrich knüpft genau an diesen genannten Wissenslücken an. Um die Defizite in Hinblick auf eine ökonomische Fundierung sowie eine stärker theoretisch-deduktive Forschungsmethode zu füllen, konzentriert sich der Verfasser bewusst auf die bisher in der Marketingwissenschaft weitgehend vernachlässigte Property Rights Theorie. Hierbei gelingt es ihm durch konsequente Anwendung der Theorie die in der Dienstleistungsliteratur verstreut zu findenden Fragmente einer ökonomischen Perspektive, wie die Bedeu-

tung von Make-or-Buy-Entscheidungen, Eigentumsfragen, Vertragsangelegenheiten und ein wertorientiertes Qualitätsverständnis, zu einem konsistenten Gesamtbild zusammen zu fügen.

Dienstleistungen stellen demnach keine generische Produktkategorie und den Gegensatz zu Sachleistungen dar, sondern sind eine bestimmte Organisationsform ökonomischer Aktivitäten. Sie lassen sich als Auftragsleistungen mit befristeter Verdünnung bestimmter Verfügungsrechte interpretieren, ohne dass im Ergebnis eine vollständige Eigentumsübertragung an Ressourcen stattfindet. Dienstleistungen sind das Ergebnis eines Kosten/Nutzenkalküls über Make-or-Buy-Entscheidungen und damit das Ergebnis der Bestimmung des optimalen Grades der Verdünnung von Verfügungsrechten bzw. der Bestimmung des optimalen Eigentümers von Ressourcen. Die Dimensionen und Determinanten für dieses Kosten/Nutzenkalkül der Beurteilung unterschiedlicher Eigentümerstrukturen werden in einem zweiten Schritt folgerichtig auch als die Dimensionen und Determinanten der Qualitätsbeurteilung bei Transaktionen mit verdünnten Verfügungsrechten und damit für Dienstleistungen herangezogen.

Basierend auf den Aussagen der Property Rights Theorie wird ein Hypothesensystem zur Qualitätsbeurteilung bei verdünnten Verfügungsrechten vorgestellt, das anschließend unter Verwendung der Strukturgleichungsmethodologie erfolgreich getestet wird. Im Ergebnis zeigt der Verfasser, dass die Konstrukte aus der Property Rights Theorie und die darauf aufbauende Konzeptualisierung und Operationalisierung der Qualitätsbeurteilung von Dienstleistungen einer reliablen und validen Messung zugänglich sind. Die Überprüfung des Hypothesensystems zur Wirkung der Determinanten auf die Dimensionen der Dienstleistungsqualität ermöglicht die Erstellung eines anwendungsbezogenen Qualitätsanforderungsprofils für Dienstleistungsanbieter.

Darüber hinaus konnte der Verfasser die enorme theoretische Fruchtbarkeit der Property Rights Theorie zur ökonomischen Fundierung des Marketing aufzeigen. Die Berücksichtigung der bisher vernachlässigten Eigentumsfrage birgt weitreichende Implikationen für das Relationship Marketing als auch für das Dienstleistungsmarketing, welche für Wissenschaft und Praxis gleichermaßen von Interesse sind. Die aktuellen Tendenzen zum „Outsourcing“ und damit auch das säkulare Dienstleistungswachstum lassen sich aus dieser Perspektive als Ergebnis der Bestimmung des in einer bestimmten Situation optimalen Eigentümers von Ressourcen erklären.

Frank Ullrich konnte mit der auf Grundlage der Property Rights Theorie vorgenommenen Konzeptualisierung und Operationalisierung von Dienstleistungen und der Dienstleistungsqualität einen weitreichenden Diskussionsbeitrag für die Marketingwissenschaft liefern. Ich wünsche dieser besonders anregenden Arbeit eine interessierte Aufnahme und lebhaft Resonanz in Wissenschaft und Praxis.