

Geleitwort des Herausgebers

Im Dienstleistungsbereich steht seit einigen Jahren die Erreichung einer hohen wahrgenommenen Dienstleistungsqualität im Mittelpunkt des Marketingdenkens. Der besondere Stellenwert der Servicequalität lässt sich damit erklären, dass diese die Basis für die Entstehung von Kundenzufriedenheit und Kundenbindung darstellt und damit die zentralen vorökonomischen Erfolgsgrößen eines Unternehmens beeinflusst.

Prinzipiell nehmen Kunden dann eine hohe Dienstleistungsqualität wahr, wenn die erhaltene Leistung ihren Erwartungen entspricht oder diese übertrifft. Demzufolge lassen sich zwei Ansatzpunkte zur Steigerung der wahrgenommenen Dienstleistungsqualität identifizieren: Zum einen die Verbesserung der Leistung, zum anderen die Steuerung der Kundenerwartungen. Sowohl in der Literatur als auch in der Praxis hat man sich dabei bisher hauptsächlich darauf konzentriert, über eine Verbesserung der Leistungen die wahrgenommene Dienstleistungsqualität zu steigern. Die zweitgenannte Möglichkeit zur Steigerung der wahrgenommenen Dienstleistungsqualität – die systematische Steuerung der Kundenerwartungen – wurde bisher weitgehend vernachlässigt. Der Verfasser der vorliegenden Arbeit hat es sich zur Aufgabe gemacht, diese Forschungslücke zu schließen.

Hierzu wird wie folgt vorgegangen: Zunächst wird der Stand der bisherigen Forschung bezüglich Kundenerwartungen aufgezeigt und gleichzeitig überprüft, welche Implikationen sich aus den bestehenden Ansätzen und Überlegungen für die Gestaltung eines Erwartungsmanagements für Dienstleistungen ergeben, d.h., es wird eine erste theoretische Basis für die systematische Steuerung von Kundenerwartungen geschaffen. In diesem Zusammenhang bestätigt sich auch, dass die bisherige Literatur lediglich grobe Anhaltspunkte für die Erwartungssteuerung von Dienstleistungen liefern kann. So finden sich kaum Arbeiten, die sich mit der Dynamik von Erwartungen auseinandersetzen. Um einen Erwartungsmanagementansatz für Dienstleistungsunternehmen zu entwickeln, ist es jedoch von besonderer Relevanz, genaue Kenntnisse über die Dynamik von Kundenerwartungen zu erhalten. Schließlich ist es einleuchtend, dass Kundenerwartungen im Verlauf einer Dienstleistungsbeziehung nicht stabil sind, so dass die zahlreichen statischen Analysen lediglich einen Ausgangspunkt für die Erwartungssteuerung bilden. Weiterhin zeigte sich, dass die meisten bisherigen Arbeiten Erwartungen ausschließlich als eindimensionales, kognitives Konstrukt begreifen. Allerdings scheint es gerade bei Dienstleistungen fraglich, ob nicht auch emotionale Aspekte – im Sinne von affektiven Erwartungen – bei der Kaufentscheidung

dung und/oder Qualitätsbeurteilung eine Rolle spielen und somit bei der Entwicklung eines Erwartungsmanagements zu berücksichtigen sind.

Vor dem Hintergrund dieser Defizite der bisherigen Forschung zu Kundenerwartungen steht die Entwicklung und empirische Überprüfung eines umfassenden Modells der dienstleistungsphasenbezogenen Erwartungsveränderung und -wirkung im Vordergrund der Arbeit. Dazu zeigt der Verfasser zunächst auf, wie eine affektive Interpretation des Erwartungsbegriffs den klassischen kognitiven Erwartungsbegriff ergänzen kann. Anschließend wird auf Grundlage der zuvor abgeleiteten Implikationen aus den bisherigen Forschungserkenntnissen ein dynamikunabhängiges Erwartungswirkungsmodell (Grundmodell) aufgezeigt, das sukzessive um spezifische dynamische Aspekte erweitert wird. Zur Fundierung der dynamischen Aspekte stehen hierbei die Hypothesentheorie, die Opponent-Prozess-Theorie sowie emotionspsychologische Überlegungen im Mittelpunkt. Dabei dient die Hypothesentheorie dazu, die Anpassung der Erwartungen an die gelieferte Leistung zu erklären. Mit der Opponent-Prozess-Theorie wird erklärt, auf welche Leistungsmerkmale sich die Erwartungen schwerpunktmäßig in den verschiedenen Phasen einer Dienstleistung beziehen bzw. mit den emotionspsychologischen Überlegungen, welche relative Bedeutung affektive vs. kognitive Erwartungen im Zeitablauf haben.

Im Anschluss an die Modellableitung werden die zuvor in Hypothesenform formulierten Effekte am Beispiel einer „typischen“ Dienstleistung exemplarisch überprüft. Diese Überprüfung erfolgt auf Basis eines umfassenden Szenario-Experiments. Dabei wird zunächst die Konzeption und Durchführung des Experiments selbst sowie der entsprechenden Vorstudien ausführlich beschrieben. Im Anschluss daran werden die auf einer Kombination unterschiedlicher Datenanalysetechniken gewonnenen Ergebnisse dargestellt und kritisch gewürdigt.

Als Hauptergebnisse der Studie lässt sich festhalten, dass sowohl kognitive als auch affektive Erwartungen einen Einfluss auf zentrale vorökonomische Erfolgsgrößen (Kaufabsicht, Qualitätswahrnehmung, Kundenzufriedenheit, Kundenbindung) ausüben und sich die Bedeutung unterschiedlicher Erwartungsdimensionen im Zeitablauf verändert. Konkret bedeutet letzteres zum einen, dass Potenzial-, Prozess- und Ergebniserwartungen im Verlauf der Dienstleistung unterschiedlich relevant für das Leistungsurteil sind. Zum anderen nimmt die Bedeutung von affektiven Erwartungen mit der Dauer einer Dienstleistungsbeziehung zu.

Bei einer differenzierten Betrachtung von prädiktiven (wie wird die Leistung sein) und normativen Erwartungen (wie sollte die Leistung sein) wird deutlich, dass diese beiden Erwartungstypen z.T. entgegengesetzte Wirkungen auf die Erfolgsgrößen eines Unternehmens ausüben. Beispielsweise reduzieren hohe nor-

mative Erwartungen die Wahrscheinlichkeit einer Erwartungserfüllung und damit eines positiven Qualitätsurteils. Hohe prädiktive Erwartungen haben demgegenüber – zumindest bei schwer beurteilbaren Leistungen – eine positive Wirkung auf die wahrgenommene Qualität. Im Falle einer Abweichung zwischen Ist-Leistung und Erwartungen werden normative im Vergleich zu den prädiktiven Erwartungen durch die gelieferte Qualität weniger stark beeinflusst. Zunächst werden normative Erwartungen vor allem bei einer Erwartungsübererfüllung korrigiert, d.h., insbesondere wenn der Kunde sieht, dass der Anbieter höhere Qualität liefern kann als erwartet. Darüber hinaus sind normative Erwartungen (im Sinne von Wünschen oder Soll-Erwartungen) i.d.R. schon auf einem höheren Niveau als prädiktive Erwartungen und somit ist eine Veränderung entsprechend unwahrscheinlicher.

Welche Implikationen diese Analyseergebnisse in Verbindung mit den Erkenntnissen aus der bisherigen Forschung für die dienstleistungsphasenspezifische Erwartungssteuerung haben, wird vom Verfasser abschließend im Rahmen eines umfassenden Managementansatzes diskutiert. Hierzu wird sowohl grundsätzlich dargelegt, wie ein entsprechender mehrstufiger Managementansatz aussehen kann, als auch konkrete Strategien und Maßnahmen zur Steuerung von Kundenerwartungen in den verschiedenen Phasen einer Dienstleistung abgeleitet.

Insgesamt stellt die vorliegende Arbeit eine wichtige Grundlagenarbeit zur Thematik der Dynamik von Kundenerwartungen im Allgemeinen, bzw. der Entwicklung eines dienstleistungsphasenspezifischen Erwartungsmanagements im Besonderen dar. In diesem Sinne verbindet der Herausgeber mit der Veröffentlichung die Hoffnung, dass die vorliegende Arbeit auf breites Interesse stößt und als Ausgangspunkt für vertiefende Untersuchungen die ihr gebührende Anerkennung erhält.

Basel, im August 2005

Prof. Dr. Manfred Bruhn