

Geleitwort

Die Unsicherheit des Nachfragers ist eines der kennzeichnenden Merkmale des Kaufverhaltens bei Dienstleistungen. Dienstleistungsgarantien stellen ein Instrument dar, mit dessen Hilfe der Anbieter diese Unsicherheit zu senken vermag. Im Gegensatz zu den bereits weit verbreiteten Produktgarantien haben Dienstleistungsgarantien erst in letzter Zeit verstärkt an Bedeutung gewonnen. Hierbei setzen US-amerikanische Dienstleister Garantien bereits seit einiger Zeit ein, während dieses Marketinginstrument von deutschen Dienstleistern erst vor kurzem entdeckt wurde.

Im Hinblick auf ein pragmatisches Wissenschaftsziel ist es von besonderem Interesse, Aufschluss darüber zu erhalten, welchen Einfluss Garantien auf das Kaufverhalten ausüben, wie Garantien gestaltet werden können und unter welchen Bedingungen sie ihre Wirkungen entfalten. Zu einzelnen Aspekten dieser Fragen existieren für das relativ junge Instrument der Dienstleistungsgarantie bereits empirische Studien, von einer theoretisch fundierten und zufrieden stellenden empirischen Durchdringung des Bereiches kann jedoch nicht gesprochen werden. An dieser Stelle setzt die vorliegende Arbeit an.

Auf der Basis der Neuen Institutionenökonomik werden zunächst die zentralen Funktionen von Dienstleistungsgarantien für den Nachfrager herausgearbeitet. Dadurch gelingt erstmals eine theoretisch sauberere Fundierung der Funktionsmöglichkeiten und Wirkungsweisen von Dienstleistungsgarantien auf ökonomischer Basis, die über die bisher vorliegenden Erkenntnisse hinausgeht und auch eine Eingrenzung der Bedingungen ermöglicht, unter denen bestimmte Formen von Dienstleistungsgarantien wirksam werden können. Unter Berücksichtigung der bisherigen konzeptionellen und empirischen Forschungserkenntnisse sowie der theoretisch herausgearbeiteten Basisfunktionen von Dienstleistungsgarantien entwickelt Herr Dr. Högrove ein komplexes Wirkungsmodell, das als Strukturgleichungsmodell formuliert und einer empirischen Prüfung unterzogen wird. In diesem empirischen Test liegt der zweite große Beitrag der Arbeit. Im Einzelnen bezieht sich dieser Beitrag auf: 1) die Entwicklung und Validierung eigener Skalen zur Messung der im Modell abgebildeten auf ökonomischen Theorien basierenden Konstrukte. 2) die Gewinnung von Erkenntnissen zur Bedeutung des Erklärungsbeitrags der verschiedenen Funktionen der Dienstleistungsgarantie im Hinblick auf die Unsicherheitsreduktion und die Kaufwahr-

scheinlichkeit sowie 3) die Integration moderierender Variablen, mit deren Hilfe die Aussagekraft des Modells präzisiert werden kann.

Die Arbeit enthält damit sowohl weiterführende Erkenntnisse für den Wissenschaftler zur Wirkungsweise und den Einsatzmöglichkeiten von Garantien als auch für den praktischen Anwender zur konkreten Gestaltung von Dienstleistungsgarantien. Ich wünsche der Arbeit eine breite Akzeptanz in Forschung und Praxis.

Univ.-Prof. Dr. Sabine Fließ