

Michael Möglich

Zeitempfinden als Dimension der Dienstleistungsqualität

Diplomarbeit

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 1999 Diplomica Verlag GmbH
ISBN: 9783832418960

Michael Möglich

Zeitempfinden als Dimension der Dienstleistungsqualität

Michael Möglich

Zeitempfinden als Dimension der Dienstleistungsqualität

**Diplomarbeit
an der Universität Bayreuth
Rechts- und Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
Prüfer Prof. Dr. Herbert Woratschek
Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement
Februar 1999 Abgabe**



Diplomarbeiten Agentur
Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey
Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke
und Guido Meyer GbR

**Hermannstal 119 k
22119 Hamburg**

**agentur@diplom.de
www.diplom.de**

ID 1896

Möglich, Michael: Zeitempfinden als Dimension der Dienstleistungsqualität /

Michael Möglich - Hamburg: Diplomarbeiten Agentur, 1999

Zugl.: Bayreuth, Universität, Diplom, 1999

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

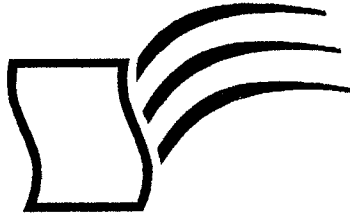
Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, daß solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey, Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke & Guido Meyer GbR

Diplomarbeiten Agentur, <http://www.diplom.de>, Hamburg

Printed in Germany



Diplomarbeiten Agentur

Wissensquellen gewinnbringend nutzen

Qualität, Praxisrelevanz und Aktualität zeichnen unsere Studien aus. Wir bieten Ihnen im Auftrag unserer Autorinnen und Autoren Wirtschaftsstudien und wissenschaftliche Abschlussarbeiten – Dissertationen, Diplomarbeiten, Magisterarbeiten, Staatsexamensarbeiten und Studienarbeiten zum Kauf. Sie wurden an deutschen Universitäten, Fachhochschulen, Akademien oder vergleichbaren Institutionen der Europäischen Union geschrieben. Der Notendurchschnitt liegt bei 1,5.

Wettbewerbsvorteile verschaffen – Vergleichen Sie den Preis unserer Studien mit den Honoraren externer Berater. Um dieses Wissen selbst zusammenzutragen, müssten Sie viel Zeit und Geld aufbringen.

<http://www.diplom.de> bietet Ihnen unser vollständiges Lieferprogramm mit mehreren tausend Studien im Internet. Neben dem Online-Katalog und der Online-Suchmaschine für Ihre Recherche steht Ihnen auch eine Online-Bestellfunktion zur Verfügung. Inhaltliche Zusammenfassungen und Inhaltsverzeichnisse zu jeder Studie sind im Internet einsehbar.

Individueller Service – Gerne senden wir Ihnen auch unseren Papierkatalog zu. Bitte fordern Sie Ihr individuelles Exemplar bei uns an. Für Fragen, Anregungen und individuelle Anfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Wir freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit

Ihr Team der *Diplomarbeiten Agentur*

Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey –
Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke —
und Guido Meyer GbR —————

Hermannstal 119 k —————
22119 Hamburg —————

Fon: 040 / 655 99 20 —————
Fax: 040 / 655 99 222 —————

agentur@diplom.de —————
www.diplom.de —————

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	I
Abkürzungsverzeichnis.....	III
Abbildungsverzeichnis.....	IV
I. Einleitung.....	1
II. Dienstleistungen und Dienstleistungsqualität.....	2
2.1. Dienstleistungen als Leistungsbündel.....	2
2.1.1. Definitionsproblematik.....	2
2.1.2. Leistungstypologien.....	5
2.1.2.1. Immaterialität und Integrativität.....	5
2.1.2.2. Immaterialität, Integrativität und Individualisierungsgrad.....	6
2.1.2.3. Integrativität, Individualisierungsgrad und Verhaltensunsicherheit.....	7
2.1.3. Referenzbasis.....	10
2.2. Dienstleistungsqualität.....	11
2.2.1. Dienstleistungsqualitätsbegriff.....	11
2.2.2. Dienstleistungsqualitätsmessung.....	14
2.2.2.1. Modelle der Dienstleistungsqualität.....	14
2.2.2.2. Instrumente der Dienstleistungsqualität.....	15
III. Erkenntnisse zum Zeitempfinden.....	19
3.1. Zeitempfinden in verschiedenen Disziplinen der Wissenschaft.....	19
3.1.1. Philosophische Grundlagen.....	19
3.1.2. Soziologische Zeit.....	19
3.1.3. Ökonomische Zeit.....	21
3.1.4. Biologische Zeit.....	24
3.1.5. Psychologische Zeit.....	25
3.2. Phänomene und Determinanten des Zeitempfindens.....	27
3.2.1. Zeitperspektive.....	27
3.2.2. Zeitknappheit.....	30
3.2.3. Langeweile.....	31
3.2.4. Wartezeit.....	32
IV. Dienstleistungen und Zeitempfinden.....	36
4.1. Zeitliche Aspekte von Dienstleistungen.....	36
4.2. Dienstleistungsqualität durch Zeitzufriedenheit.....	39
4.3. Einflußfaktoren der Zeitzufriedenheit.....	44
4.3.1. Zeitformen der Dienstleistung.....	44
4.3.2. Motivabhängige Faktoren.....	46

4.3.2.1. Zeitverwendung.....	46
4.3.2.2. Involvement.....	47
4.3.2.3. Aktivitätsgrad.....	48
4.3.2.4. Dringlichkeit	50
4.3.2.5. Verhaltensunsicherheitsniveau	51
4.3.2.6. Dispositionsgrad.....	53
V. Das Zeitempfinden als strategischer Erfolgsfaktor	55
5.1. Zeitzufriedenheit als Qualitätsdimension	56
5.2. Zeitcontrolling.....	59
5.3. Management der Kundenbeziehungen.....	60
5.4. Segmentierungsstrategien	61
5.5. Zeit als Imagefaktor	64
VI. Das Zeitempfinden als Aktionsparameter.....	66
6.1. Gestaltung objektiver Leistungsmerkmale	67
6.1.1. Angebotssteuerung	68
6.1.2. Nachfragesteuerung.....	70
6.2. Direkte Einflußnahme auf die Kundenwahrnehmung.....	72
6.2.1. Manipulation des Zeitempfindens.....	73
6.2.1.1. Allgemeine Maßnahmen.....	73
6.2.1.2. Maßnahmen zur Steuerung des Wartens	75
6.2.2. Nutzensteigerung.....	79
VII. Abschließende Bemerkungen	82
Literaturverzeichnis.....	V
Ehrenwörtliche Erklärung.....	XIV

Abkürzungsverzeichnis

c.p.	ceteribus paribus
DLQ	Dienstleistungsqualität
FIFO	First In First Out
i.d.R.	in der Regel
Kap.	Kapitel
TQM	Total Quality Management

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Konstitutive Dienstleistungseigenschaften nach Hilke.....	4
Abbildung 2: Typologie der Absatzleistungen nach Woratschek.....	9
Abbildung 3: Ansätze zur Messung der Dienstleistungsqualität.....	16
Abbildung 4: Dimensionen der Zeit in den verschiedenen Phasen der Leistungserstellung..	38
Abbildung 5: Flußdiagramm zur Nachfrage und Zufriedenheit mit einer gegebenen Dienstleistungstransaktion.....	40