

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XIII
Tabellenverzeichnis.....	XV
Symbolverzeichnis.....	XVII
1 Einleitung.....	1
1.1 Motivation und Fragestellungen.....	1
1.2 Zielsetzung und Aufbau der Arbeit	4
2 Stand der Dienstleistungsforschung.....	7
2.1 Definition von Dienstleistungen.....	7
2.2 Charakteristika der Dienstleistungsproduktion.....	8
2.3 Ergebnis der Literaturrecherche	12
3 Koordination in Dienstleistungsunternehmen.....	17
3.1 Koordination als Aufgabe des Controlling.....	17
3.2 Darstellung des Modellrahmens	19
3.2.1 Hierarchische Controllingkonzeption	19
3.2.2 Entscheidungsebenen in der Dienstleistungsproduktion	21
3.3 Verhaltenssteuerung in Dienstleistungsunternehmen.....	23
3.3.1 Möglichkeiten der Verhaltenssteuerung	23
3.3.2 Probleme der Verhaltenssteuerung des Mitarbeiters	26
3.3.3 Probleme der Verhaltenssteuerung des Kunden	29
4 Teilhierarchie Dienstleistungsunternehmer – Mitarbeiter	31
4.1 Beschreibung der Prinzipal-Agenten-Beziehung	31

4.2	Messprobleme bei immateriellen Leistungen.....	34
4.3	Der Anreizvertrag im allgemeinen Fall	37
4.3.1	Modellbeschreibung und Annahmen	37
4.3.2	Allgemeine Lösung.....	42
4.4	Der Anreizvertrag bei verifizierbarem Dienstleistungsergebnis	49
4.5	Der Anreizvertrag bei Einsatz von Hilfsgrößen zur Ergebnismessung	51
4.6	Der Anreizvertrag bei unterschiedlich gut messbaren Leistungsdimensionen.....	56
4.7	Der Anreizvertrag bei Einsatz subjektiver Ergebnisgrößen	60
4.8	Der Anreizvertrag bei relativer Leistungsbewertung	64
4.8.1	Modellbeschreibung und Annahmen	65
4.8.2	Eigenschaften relativer Ergebnisgrößen	73
4.9	Zwischenergebnis	76
5	Teilhierarchie Dienstleistungsunternehmer – Kunde.....	79
5.1	Charakteristika integrativer Leistungen.....	79
5.2	Das Double-Moral-Hazard-Problem bei integrativen Leistungen.....	82
5.3	Der Anreizvertrag im statischen Fall.....	84
5.3.1	Modellbeschreibung und Annahmen	84
5.3.2	Ergebnisdiskussion und Hypothesen	91
5.4	Der Anreizvertrag im dynamischen Fall.....	94
5.4.1	Modellbeschreibung und Annahmen	94
5.4.2	Ergebnisdiskussion und Hypothesen	97
5.5	Empirische Untersuchung.....	101

5.5.1	Datenerhebung und Datengrundlage.....	101
5.5.2	Operationalisierung und Messung der Konstrukte	102
5.5.3	Datenanalyse	106
5.5.4	Bewertung der Messmodelle.....	107
5.5.5	Bewertung des Strukturmodells.....	111
5.6	Zwischenergebnis	115
6	Teilhierarchie Mitarbeiter – Kunde	117
6.1	Das Common-Agency-Problem.....	118
6.2	Der Anreizvertrag ohne Berücksichtigung der Common-Agency-Situation.....	124
6.2.1	Modellbeschreibung und Annahmen	124
6.2.2	Ergebnisdiskussion	134
6.3	Der Anreizvertrag mit Berücksichtigung der Common-Agency-Situation.....	141
6.3.1	Modellbeschreibung und Annahmen	141
6.3.2	Ergebnisdiskussion	145
6.4	Der Anreizvertrag bei Einsatz von Hilfsgrößen zur Ergebnismessung.....	152
6.5	Zwischenergebnis	156
7	Schlussbemerkungen.....	159
	Anhang: Konstrukte und Indikatoren der empirischen Untersuchung	163
A.1:	Reflektiv gemessene Konstrukte.....	163
A.2:	Formativ gemessene Konstrukte.....	165
	Literaturverzeichnis.....	167