

Dienstleistungsqualität im touristischen  
Leistungsverbund  
Ansatz zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit  
touristischer Destinationen

**Dissertation**  
**der Wirtschaftswissenschaftlichen**  
**Fakultät**  
**der Universität Zürich**

zur Erlangung der Würde  
einer Doktorin der Wirtschaftswissenschaften

vorgelegt von

Heike Müller

von

Deutschland

genehmigt auf Antrag von

Prof. Dr. Hans Peter Wehrli

---

Die Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät gestattet hierdurch die Drucklegung der vorliegenden  
Dissertation, ohne damit zu den darin ausgesprochenen Anschauungen Stellung zu nehmen.

Zürich, den 3. Februar 1999

Der Dekan: Prof. Dr. P. Stucki

---

## Kurzfassung

Die mit der Charakterlichkeit der touristischen Dienstleistungen einhergehenden Besonderheiten des Tourismus bedürfen einer spezifischen Betrachtung und eines ganzheitlichen Ansatzes im Hinblick auf die Erlangung einer, für den Kunden als optimal zu bezeichnenden Dienstleistungsqualität. Vor dem Hintergrund der unterschiedlichen Leistungseinheiten erscheint eine Festlegung des Tourismusbegriffes, eine Auseinandersetzung mit den Reisemotivationen in ihren unterschiedlichen Ausprägungen und eine Analyse der einzelnen Leistungseinheiten notwendig. Ein Augenmerk wird dabei auf die Existenz der Repeatfaktoren gelegt, die der Annahme einer besonderen Bedeutung unterliegen und aus diesem Grund eine gesonderte Beachtung erfahren müssen. Diese Aufgabe übernimmt Kapitel zwei, mit der Feststellung der Grundlagen, der Darlegung der Begrifflichkeiten und der dezidierten Analyse der Dienstleistungsqualitätsgeneratoren der touristischen Dienstleistung. Von vornehmlicher Bedeutung ist dabei die Modellierung des Leistungsverbundes, der sich keiner existierenden Betrachtungsform unterwirft, sondern seine eigene Identifikation besitzt, die durch seine Besonderheiten eine andere Form der Handhabung einfordert. Der Betrachtungswinkel verschiebt sich in der Folge von einer intraorganisationalen Fokussierung auf eine interorganisationale Betrachtung. Unternehmensinterne Gegebenheiten erhalten ihre Relativierung in Bezug auf verbundweite Gegebenheiten. Eine Vogelperspektive ist in Anlehnung an die Kundensicht einzufordern.

Unter den gegebenen Umweltfaktoren eröffnet sich die Möglichkeit und zeigt sich die Notwendigkeit einer klaren Dienstleistungsqualitätsstrategie, deren Vorteile zu Beginn des dritten Kapitels dargelegt sind. Es ist ersichtlich, dass sich die intraorganisationale Dienstleistungsqualitätsbestrebung positiv auf die Kosten, die Mitarbeiter und die Kunden auswirken kann, wenn sie denn im Rahmen einer Investitionsbetrachtung bleibt. Der Return on Service Quality-Ansatz relativiert somit diese Hinwendung zur Qualität. Die Generierung der Dienstleistungsqualität, konkretisiert in einer folgenden Kundenzufriedenheit, stellt sich im Gegensatz zu den vornehmlichsten Argumentationssträngen der Qualitätsliteratur vielschichtiger dar. So müssen unter der Prämisse einer gesamthaften Nutzung der zur Verfügung stehenden Steuerungsinstrumentarien ebenfalls die Kundenerwartungsbildung und die Wahrnehmungsfiler bei einem effizienten Kundenzufriedenheitsmanagement in Erwägung gezogen werden. Die vielfach vernachlässigte Kundenerwartung erweist sich hierbei als ernstzunehmender Bestimmungsfaktor, der eine Reihe von Handlungsoptionen eröffnet, die als Partialbeeinflusser einer aus Kundensicht qualitativen Leistung zu gelten haben. Hieraus kann die Forderung abgeleitet werden, dass sich die touristischen Dienstleistungsorganisationen mit den Kundenerwartungen und ihrer Einflussfaktoren auseinandersetzen müssen, um eine effiziente Dienstleistungsqualitätsanstrengung gewährleisten können. Ebenso wie die genannten Erwartungen bestimmen die Wahrnehmungsfiler die Richtung und das Ausmass der kundenindividuellen Leistungsbeurteilung. Wahrnehmungsfiler erweisen sich als nicht zu unterschätzende Komponenten in der Dienstleistungsqualitätsbestrebung.

Die Festlegung der Dienstleistungsqualitätsmerkmale, die die Grundlage dieser Bestrebungen darstellen, finden sich in der Literatur mannigfaltig. Acht statische Dienstleistungsqualitätsmodelle und zwei dynamische Dienstleistungsqualitätsmodelle finden in den Ausführungen ihre Berücksichtigung und werden ferner im Hinblick auf ihren Beitrag zur touristischen Dienstleistungsqualität überprüft. Die Auswahl der Modelle bezieht sich dabei zum einen auf deren klassische Stellung, zum anderen auf deren nutzenbringende Erkenntnisgewinnung. Konsequenz daraus ist eine Vermischung der Modellerrungenschaften zu einem eigenen tourismusspezifischen Modell, das aufgrund seiner Spezifität einer Mikro- und einer Makrobetrachtung bedarf und die touristischen Dienstleistungsansprüche in sich vereint.

Das Dienstleistungsqualitätsmodell im Tourismus stellt sich somit bei Berücksichtigung aller Beeinflussungsmöglichkeiten als integrierter Ansatz von Kundenerwartung, Wahrnehmungsfiler und tatsächlicher Leistungsausgestaltung dar.

Um dem Informationsbedarf dieses Modellansatzes gerecht zu werden, vermag die Dienstleistungsunternehmung nicht ohne entsprechende Kenntnisse der Handlungssphäre zu operieren. Demzufolge benötigt es Messmethodiken, die eine Evaluation der Kundenbedürfnisse zulassen. Diese sind in Kapitel vier dargelegt. Dieses Kapitel beinhaltet neben der theoretischen Darstellung der Dienstleistungsqualitätsmessungsmöglichkeiten eine empirische Untersuchung, die auf einem Vorgehen beruht, das versucht die angeführten Kritiken des SERVQUAL-Ansatzes zu

berücksichtigen. Diese auf den Grundlagen des erweiterten SERVQUAL-Ansatzes verankerte Methodik evaluiert die Erwartungen und die Bedeutungen der Dienstleistungsqualitätsmerkmale und berücksichtigt die Vielschichtigkeit der touristischen Dienstleistungen einschliesslich ihrer differenzierten Bedeutung für die touristische Gesamtleistung. Konsequenz aus den Resultaten der Kapitel drei und vier ist die Gestaltung einer Zusammenarbeit des wahrgenommenen Leistungsverbundes. Durch die Fremdmodellierung des Verbundes ergeben sich Kooperationskonsequenzen, die sowohl in die organisationale, als auch in die kulturelle Gestaltung Eingang finden müssen. Das Kapitel fünf befasst sich mit dieser überorganisationalen Leistungsverknüpfung und nennt Ansatzpunkte zu einer effizienten Formung derselben.

In Konklusion bedeuten die Erläuterungen der vorliegenden Arbeit für die einzelne Dienstleistungsorganisation im Tourismus ein Umdenken, eine Abkehr von isolierten Handlungssträngen und die Annahme eines kooperativen Verhaltens. Auf die touristische Dienstleistungsorganisation kommen dadurch ausgeprägte Herausforderungen in ihrer Innen- und Aussenwelt zu, die grosse Flexibilität fordern.

© Heike Müller 1999

---

**Copyright Hinweis: Das Werk ist nach internationalen Bestimmungen urheberrechtlich geschützt.**

---

## Summary

The peculiarities of tourism, together with the nature of tourist services, require special consideration and an integrated approach in order to attain an optimal quality of service for the customer. Against the background of the various service units, the establishment of the concept of tourism, an examination of travel motivations in their various forms and an analysis of the individual service units appear necessary. Attention is given here to the existence of repeat factors, which tend to take on a special meaning, and for this reason must be assessed separately. This task is undertaken in chapter two, with establishment of the principles, an explanation of the concepts and a firm analysis of tourist service quality drivers. Of primary importance here is the modelling of the service association, which is not currently subject to any form of consideration, but has its own identification which, due to its peculiarities, need to be handled in a different manner. As a result, the onus of consideration shifts from an intra-organisational to an inter-organisational focus. Internal company conditions maintain their relativity in relation to association-wide conditions. A bird's eye view is required, in keeping with the customer's view.

Considering the environmental factors, there is a possibility, and a necessity for a clear service quality strategy, whose advantages are explained at the beginning of the third chapter. It is apparent that the endeavour for intra-organisational service quality can have a positive effect for costs, employees and customers, if it remains within the framework of an investment consideration. The "return on service quality" approach thus justifies the change of emphasis towards quality. The generation of service quality becomes a reality in subsequent customer satisfaction, and appears more complex, in contrast to the most basic arguments offered in literature on quality. Thus, under the premise of a comprehensive use of the control instruments available, the formation of customer expectation and perception filters must be taken into consideration for efficient customer satisfaction management. The much neglected factor of customer expectation now proves to be a determining factor which must be taken seriously, and opens up a number of management options, which must be considered to have a partial influence on service quality from the customer's point of view. This gives rise to the need for tourist service organisations to give serious thought to customer expectations and the relevant influential factors, in order to be able to ensure an efficient endeavour towards service quality. As with the above-mentioned expectations, perception filters determine the direction and extent of individual customer service assessment. Perception filters prove to be components in the endeavour towards service quality that should not be underestimated. The establishment of the service quality features which represent the basis of these efforts is found throughout the available literature. Eight static service quality models and two dynamic service quality models are considered in the explanations, and are further examined with regard to their contribution to the quality of tourist services. The selection of the models relates, on the one hand, to their classic position, and on the other, to their beneficial information retrieval. The consequence of this is a combination of the model achievements

into a typical tourism-specific model, which due to its specificity requires a micro and macro consideration, and unites the tourist service demands within itself.

The service quality model in tourism thus appears, when considering all influential possibilities, as an integrated approach of customer expectation, perception filters and actual service development.

In order to cope with the information required for this model approach, the service company is not able to operate without appropriate knowledge of the operating scope. Consequently, it requires methods of measurement that permit an evaluation of customer requirements. These are explained in chapter four. In addition to the theoretical representation of the service quality measurement options, this chapter contains an empirical investigation that is based on a procedure which endeavours to take into account the cited critiques of the SERVQUAL approach. This method, anchored on the principles of the extended SERVQUAL approach, evaluates the expectations and meanings of the service quality features and takes account of the complexity of tourist services, including their different meanings for overall tourist service. The consequence of the results of chapter three and four is the forming of a co-operation of the perceived service association. The external modelling of the association results in logical co-operatives, which must become established in both the organisational and the cultural structures. Chapter five deals with this super-organisational service association and specifies points of approach to an efficient formation of the same.

In conclusion, for the individual service organisations in tourism, the explanations contained in the present study mean a rethinking, a rejection of isolated management strands and the adoption of co-operative behaviour. Distinctive challenges are consequently made on the tourist service organisations both internally and externally, which demand great flexibility.

© Heike Müller 1999

---

**Note on Copyright: This text is copyrighted by Matthias Krick through international agreements.**

---