

Christof Backhaus

Beziehungsqualität in Dienstleistungsnetzwerken

Theoretische Fundierung
und empirische Analyse



RESEARCH

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XXI
Tabellenverzeichnis	XXIII
Abkürzungsverzeichnis	XXVII
A. Bedeutung der Beziehungsqualität in Dienstleistungsnetzwerken	1
1. Problemstellung	1
2. Zielsetzung und Gang der Untersuchung	6
B. Begriffliche Grundlagen	10
1. Dienstleistungsnetzwerke als Analyseobjekt.....	10
1.1 Begriff und Systematisierung von Dienstleistungen.....	10
1.2 Begriff des Unternehmensnetzwerks.....	16
1.3 Begriff und Systematisierung von Dienstleistungsnetzwerken	20
1.4 Franchisesysteme und Verbundgruppen als Dienstleistungsnetzwerke ...	22
1.4.1 Franchisesysteme.....	22
1.4.1.1 Begriff des Franchising.....	22
1.4.1.2 Entwicklung und Bedeutung des Franchising in Deutschland	24
1.4.2 Verbundgruppen	26
1.4.2.1 Begriff der Verbundgruppe	26
1.4.2.2 Entwicklung und Bedeutung von Verbundgruppen in Deutschland	27
1.4.3 Grundlagen der Beziehung zwischen Zentrale und Partnerunternehmen.....	29
2. Beziehungsqualität als Zielgröße des Netzwerkmanagements.....	34
2.1 Grundlagen des Netzwerkmanagements	34

2.1.1	Begriff und Abgrenzung des Netzwerkmanagements	34
2.1.2	Stand der Forschung zum Netzwerkmanagement	38
2.1.3	Kritische Würdigung	41
2.2	Beziehungsqualität	43
2.2.1	Begriff und Relevanz in Unternehmensnetzwerken	43
2.2.2	Konzeptualisierungen von Beziehungsqualität.....	49
2.2.2.1	Dimensionen von Beziehungsqualität	49
2.2.2.2	Messmodelle der Beziehungsqualität.....	57
2.2.3	Empirische Befunde zu den Determinanten und Wirkungen von Beziehungsqualität in B2B-Geschäftsbeziehungen.....	59
2.2.3.1	Determinanten der Beziehungsqualität	59
2.2.3.2	Wirkungen der Beziehungsqualität.....	65
2.2.3.3	Moderierende Effekte	67
2.2.3.4	Kritische Würdigung	69
2.3	Synopse des Status quo in der Literatur.....	70
C.	Theoretische und konzeptionelle Grundlagen	72
1.	Theoretische Fundierung der Determinanten und Wirkungen von Beziehungsqualität in Unternehmensnetzwerken	72
1.1	Wissenschaftstheoretische Einordnung der Arbeit	72
1.2	Forschungsansätze zur Erklärung interorganisationaler Beziehungen	75
1.3	Ökonomische Theorien	77
1.3.1	Transaktionskostentheorie	77
1.3.2	Prinzipal-Agenten-Theorie	81
1.4	Sozialpsychologische und psychologische Theorien	83
1.4.1	Austauschtheoretische Ansätze	83
1.4.1.1	Die Austauschtheorie von Thibaut und Kelley	84
1.4.1.2	Die Austauschtheorien von Homans und Blau	87
1.4.2	Leader-Member-Exchange-Theorie	89

1.4.3	Motivationstheoretische Ansätze	91
1.4.4	Attraction-Selection-Attrition-Modell	93
1.5	Ressourcen-Abhängigkeits-Theorie als systemtheoretischer Ansatz	93
2.	Konzeption der Untersuchung	95
2.1	Bezugsrahmen der Untersuchung	96
2.2	Weiterentwicklung des Bezugsrahmens und Ableitung der Untersuchungshypothesen	100
2.2.1	Überblick über die Gesamtkonzeption der Untersuchung	100
2.2.2	Wirkungszusammenhänge auf Individualebene	103
2.2.2.1	Partnerseitige Determinanten	104
2.2.2.2	Zentrale Determinanten	114
2.2.2.3	Dyadische Determinanten	115
2.2.2.4	Partnerseitige Konsequenzen	119
2.2.3	Erweiterung des Basismodells zum Mehrebenenmodell	124
2.2.3.1	Methodische Vorbemerkungen	125
2.2.3.2	Determinanten der Beziehungsqualität auf Netzwerkebene	129
2.2.3.3	Moderierende Effekte auf Netzwerkebene zum Zusammenhang zwischen Beziehungsqualität und ihren Determinanten	134
2.2.3.4	Kontexteffekte im Zusammenhang mit den Determinanten der Beziehungsqualität	138
2.2.3.5	Konsequenzen der Beziehungsqualität auf Netzwerkebene	140
2.2.3.6	Moderierende Effekte auf Netzwerkebene zum Zusammenhang zwischen Beziehungsqualität und ihren Konsequenzen	141
2.3	Zusammenfassung der Untersuchungshypothesen	149

D.	Methodische Grundlagen und empirische Ergebnisse	152
1.	Methodische Ansätze und Design der empirischen Untersuchung	152
1.1	Validierung der latenten Konstrukte	152
1.2	Mehrebenenanalyse als methodischer Ansatz	156
1.2.1	Grundlagen der Mehrebenenanalyse	156
1.2.2	Anwendungsbereiche der Mehrebenenanalyse	158
1.3	Hierarchische lineare Modellierung als Analysetechnik	161
1.3.1	Einordnung und Anwendungsvoraussetzungen	161
1.3.2	Grundlagen von HLM-Modellen und Vorgehensweise bei deren Schätzung	164
2.	Empirische Untersuchung	165
2.1	Erhebungsmethode und Datenbasis	165
2.2	Operationalisierung der Konstrukte	167
2.2.1	Befragung der Netzwerkpartner	168
2.2.2	Befragung der Zentralen und Einbeziehung von Daten aus weiteren Quellen	172
2.3	Überprüfung der Messmodelle	173
2.4	Ergebnisse des Basismodells	176
2.5	Ergebnisse der Mehrebenenmodelle	180
2.5.1	Mehrebenenbetrachtung der Determinanten der Beziehungsqualität	180
2.5.1.1	Ermittlung der Intra-Klassen-Korrelation	180
2.5.1.2	Ermittlung der Varianzkomponenten	181
2.5.1.3	Formulierung des Random Intercept/Random Slope-Modells	184
2.5.1.4	Überprüfung der Modellannahmen	186
2.5.1.5	Intercept-Effekte	189
2.5.1.6	Moderierende Effekte	193
2.5.2	Überprüfung des kompositionellen Effekts	194

2.5.3	Mehrebenenbetrachtung der Konsequenzen der Beziehungsqualität.....	196
2.5.3.1	Ermittlung der Intra-Klassen-Korrelationen und der Varianzkomponenten	196
2.5.3.2	Random-Intercept-Modelle zu den Konsequenzen von Beziehungsqualität	200
2.5.3.3	Random-Slope-Modell zum Zusammenhang zwischen Beziehungsqualität und kundenbezogenem Erfolg	201
2.5.3.4	Random-Slope-Modell zum Zusammenhang zwischen Beziehungsqualität und Partnerbindung	204
3.	Zusammenfassung der Untersuchungsergebnisse	206
E.	Implikationen für Wissenschaft und Praxis	209
1.	Implikationen für die Wissenschaft	209
2.	Implikationen für das Netzwerkmanagement	211
2.1	Analyse- bzw. Kontrollphase: Erhebung des Status quo der Beziehungsqualität	212
2.2	Strategische Steuerungsphase	213
2.2.1	Evaluation der Bedeutung der Beziehungsqualität auf Netzwerkebene	214
2.2.2	Steuerbarkeit der Beziehungsqualität auf Netzwerkebene	215
2.2.3	Segmentierung der Partner innerhalb eines Netzwerks	216
2.3	Operative Steuerungsphase: Auswahl und Einsatz der Steuerungsinstrumente im Partner- bzw. Netzwerklebenszyklus	219
2.4	Implementierungsphase	228
F.	Zusammenfassung	231
G.	Literaturverzeichnis	233