

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	XVII
Tabellenverzeichnis.....	XIX
Abkürzungsverzeichnis	XXIII
A Wahrgenommene Dienstleistungsqualität als Determinante der Kundenloyalität gegenüber kooperierenden Dienstleistungsanbietern.....	1
1 Bedeutung von wahrgenommener Dienstleistungsqualität und Kundenloyalität für den Unternehmenserfolg	1
1.1 Wahrgenommene Dienstleistungsqualität als zentraler Erfolgsfaktor von Dienstleistungsunternehmen.....	1
1.2 Kundenloyalität als Zielgröße von Dienstleistungsunternehmen.....	3
1.3 Loyalitäts-Coopetition in mehrstufigen Märkten	4
2 State of the Art der Forschung zur Untersuchung der Zusammenhänge zwischen wahrgenommener Qualität und Kundenloyalität verschiedener Dienstleistungsanbieter und daraus abgeleitete Forschungsziele.....	7
2.1 Wissenschaftliche Studien zum Thema Dienstleistungsqualität sowie bestehender Forschungsbedarf.....	7
2.2 Empirische Arbeiten zu ausgewählten Formen der Kundenloyalität und bestehende Forschungsdefizite.....	10
2.3 Überblick über Literatur zur Untersuchung des Zusammenhangs zwischen wahrgenommener Dienstleistungsqualität und Kundenloyalität sowie daraus abgeleiteter Forschungsbedarf.....	14
3 Aufbau der Arbeit.....	18
B Markt für stationäre Patientenversorgung als Untersuchungskontext der vorliegenden Arbeit	22
1 Charakteristika des Markts für stationäre Patientenversorgung	22
1.1 Struktur und Teilnehmer im Markt für stationäre Patientenversorgung.....	22
1.2 Auswahl von Einweiser, Fachabteilung und Krankenhaus als in die Untersuchung einzubeziehende Dienstleistungsanbieter	28
2 Bedeutungszuwachs qualitäts- und loyalitätsrelevanter Problemstellungen im Sektor der stationären Patientenversorgung	34
3 Situation und Strukturdaten des als Untersuchungsfall fungierenden Krankenhauses.....	39
3.1 Ausgewählte Strukturmerkmale des als Untersuchungsfall fungierenden Krankenhauses.....	39
3.2 Besondere Charakteristika des vorliegenden Untersuchungsfalls	41
3.2.1 Universitärer Status des als Untersuchungsfall fungierenden Krankenhauses	41

3.2.2 Wettbewerbsintensität im Einzugsgebiet des untersuchten Krankenhauses	44
4 Zwischenfazit	46
C Theoriegeleitete Modellentwicklung zur Analyse der wahrgenommenen Dienstleistungsqualität als Determinante der Kundenloyalität gegenüber kooperierenden Dienstleistungsanbietern.....	47
1 Identifikation und Interdependenzen geeigneter Theorien und Konzepte zur Ergründung der wahrgenommenen Dienstleistungsqualität als Determinante der Kundenloyalität gegenüber kooperierenden Dienstleistungsanbietern	48
2 Theoretische Konzeptualisierung und empirische Erfassung der wahrgenommenen Dienstleistungsqualität	55
2.1 Theoretische Fundierung der Dienstleistungsqualität	56
2.1.1 Abgrenzung der Dienstleistungsqualität vom Konstrukt Kundenzufriedenheit	56
2.1.2 Konzeptionelle Modelle der Dienstleistungsqualität	58
2.1.3 Komplexität von Dienstleistungen	59
2.2 Nachfragerorientierte Messansätze der Dienstleistungsqualität im Kontext des Gesundheitswesens	60
2.2.1 Objektive Messansätze zur Evaluation der Dienstleistungsqualität	61
2.2.2 Subjektive Messansätze zur Evaluation der Dienstleistungsqualität	62
2.2.2.1 Systematisierung subjektiver Messansätze	63
2.2.2.2 Diskussion ausgewählter subjektiver Messansätze	64
2.3 Auswahl und Adaption eines adäquaten Messansatzes zur empirischen Erfassung der wahrgenommenen Dienstleistungsqualität	75
3 Theoretische Konzeptualisierung und empirische Erfassung der Patientenloyalität	80
3.1 Identifikation geeigneter theoretischer Erklärungsansätze der Kundenloyalität	80
3.1.1 Verhaltenswissenschaftliche Theorien	81
3.1.2 Sozialpsychologische Theorien	83
3.1.3 Interdependenz loyalitätsrelevanter Theorien	85
3.2 Operationalisierung der Patientenloyalität	86
3.2.1 Komponenten der Patientenloyalität	86
3.2.2 Kritische Würdigung verschiedener Loyalitätsauffassungen und empirische Erfassung im vorliegenden Untersuchungskontext.....	87
4 Notwendigkeit einer differenzierten Betrachtung von Krankenhaus und Fachabteilung	89
4.1 Die Social Identity-Theorie als theoretische Basis einer Differenzierung von Krankenhaus und Fachabteilung aus Patientensicht	90

4.1.1	Eignung der Social Identity-Theorie zur Begründung der Notwendigkeit einer differenzierten Betrachtung von Krankenhaus und Fachabteilung.....	90
4.1.2	Konzept der sozialen Kategorisierung.....	90
4.1.3	Konzept der sozialen Identität.....	92
4.2	Krankenhaus und Fachabteilung als aus Patientensicht separate Beurteilungsobjekte.....	93
5	Herleitung der Forschungshypothesen zum wechselseitigen Transfer der Patientenwahrnehmung der Qualität von Krankenhaus, Fachabteilung und Einweiser.....	95
5.1	Die Information Integration Theory als Erklärungsansatz für die Übertragung der Qualitätswahrnehmung des Kunden.....	96
5.1.1	Grundlagen der Information Integration Theory.....	96
5.1.2	Implikationen der Information Integration Theory für den Transfer der Qualitätswahrnehmung des Patienten.....	100
5.2	Systemtheoretische Herleitung des Beziehungsgeflechts zwischen wahrgenommener Dienstleistungsqualität von Krankenhaus und Fachabteilung.....	105
5.3	Entscheidungsgrundlage der Krankenhauswahl als Moderator der Übertragung der Qualitätswahrnehmung im Lichte der Theorie der kognitiven Dissonanz.....	107
6	Herleitung der Forschungshypothesen zur Übertragung der Patientenloyalität gegenüber Krankenhaus, Fachabteilung und einweisendem Arzt.....	111
6.1	Die Interdependenztheorie als Basis einer Übertragung der Kundenloyalität.....	112
6.1.1	Grundlagen der Interdependenztheorie.....	112
6.1.2	Implikationen der Interdependenztheorie für den Transfer der Patientenloyalität.....	114
6.2	Das Elaboration Likelihood Modell als konzeptioneller Rahmen zur Bestimmung der Wirkungsrichtung zwischen Loyalität gegenüber Einweiser und Krankenhaus bzw. Fachabteilung.....	116
6.2.1	Kernaussagen des Elaboration Likelihood Modells.....	116
6.2.2	Erklärungsbeitrag des Elaboration Likelihood Modells zur Bestimmung der Wirkungsrichtung zwischen Patientenloyalität gegenüber Einweiser und Krankenhaus bzw. Fachabteilung.....	118
6.3	Entscheidungsgrundlage der Krankenhauswahl als Moderator des Loyalitätstransfers auf Basis der Balancetheorie.....	121
6.3.1	Zentrale Aussagen der Balancetheorie.....	121
6.3.2	Implikationen der Balancetheorie für den moderierenden Einfluss der Entscheidungsgrundlage.....	122
7	Herleitung der Forschungshypothesen zu den Wirkungszusammenhängen zwischen wahrgenommener Dienstleistungsqualität und Patientenloyalität auf Krankenhaus-, Fachabteilungs- und Einweiserebene.....	124
7.1	Wahrgenommene Dienstleistungsqualität als Determinante der Kundenloyalität auf Basis der Theorie der Service-Profit Chain.....	124

7.2	Anzahl bisheriger Behandlungsaufenthalte als Moderator des Zusammenhangs zwischen wahrgenommener Dienstleistungsqualität und Patientenloyalität im Lichte des Elaboration Likelihood Modells	129
8	Integration der entwickelten Forschungshypothesen zu einem Untersuchungsmodell	131
D	Konzeption einer empirischen Untersuchung zur Erforschung von wahrgenommener Dienstleistungsqualität als Determinante der Patientenloyalität gegenüber Einweiser, Krankenhaus und Fachabteilung	135
1	Vorgehensweise im Rahmen der empirischen Untersuchung	135
1.1	Wahl der Erhebungsmethode	136
1.2	Ablauf der empirischen Untersuchung	137
2	Beschreibung der Untersuchungsstichprobe	141
E	Wahrgenommene Dienstleistungsqualität als Determinante der Patientenloyalität gegenüber Krankenhaus, Fachabteilung und Einweiser im Spiegel empirischer Befunde	146
1	Überprüfung der in Frage stehenden Konstrukte für Krankenhaus, Fachabteilung und Einweiser	146
1.1	Vorgehensweise bei der Analyse hypothetischer Konstrukte	146
1.1.1	Reliabilitäts- und Validitätskriterien der ersten Generation	147
1.1.2	Reliabilitäts- und Validitätskriterien der zweiten Generation	148
1.1.3	Konvergenz- und Diskriminanzvalidität des Gesamtmodells	152
1.1.4	Vorgehen bei der Analyse mehrdimensionaler Konstrukte	152
1.2	Überprüfung der Konstruktmessungen der wahrgenommenen Dienstleistungsqualität	154
1.2.1	Wahrgenommene Dienstleistungsqualität des Krankenhauses	155
1.2.2	Wahrgenommene Dienstleistungsqualität der Fachabteilung	163
1.2.3	Wahrgenommene Dienstleistungsqualität des Einweisers	171
1.3	Überprüfung der Konstruktmessungen der Patientenloyalität	178
1.3.1	Patientenloyalität gegenüber dem Krankenhaus	178
1.3.2	Patientenloyalität gegenüber der Fachabteilung	179
1.3.3	Patientenloyalität gegenüber dem Einweiser	179
1.4	Überprüfung der Konvergenz- und Diskriminanzvalidität der Konstrukte	180
2	Überprüfung der Forschungshypothesen	188
2.1	Methodische Grundlagen	188
2.1.1	Kausalanalyse als Verfahren zur Überprüfung der postulierten Ursache-Wirkungszusammenhänge	188
2.1.2	Gütebeurteilung des Strukturmodells	190
2.1.3	Empirische Überprüfung theoretisch fundierter Wechselwirkungen zwischen Konstrukten	191

2.1.4	Untersuchung moderierender Effekte mittels Mehrgruppenanalyse.....	195
2.2	Überprüfung der Forschungshypothesen zum Transfer der Wahrnehmung der Dienstleistungsqualität	196
2.2.1	Analyse des Wirkungszusammenhangs zwischen wahrgenommener Qualität von Krankenhaus und Fachabteilung mittels nicht-rekursiver Modellspezifikation	196
2.2.2	Analyse des Wirkungszusammenhangs zwischen wahrgenommener Qualität von Krankenhaus und Einweiser mittels nicht-rekursiver Modellspezifikation	199
2.2.3	Analyse des Wirkungszusammenhangs zwischen wahrgenommener Qualität von Fachabteilung und Einweiser mittels nicht-rekursiver Modellspezifikation	202
2.3	Überprüfung der Forschungshypothesen zur Übertragung der Patientenloyalität	204
2.3.1	Analyse des Wirkungszusammenhangs zwischen Patientenloyalität gegenüber Krankenhaus und Fachabteilung mittels nicht-rekursiver Modellspezifikation	204
2.3.2	Analyse des Wirkungszusammenhangs zwischen Patientenloyalität gegenüber Krankenhaus und Einweiser mittels nicht-rekursiver Modellspezifikation	206
2.3.3	Analyse des Wirkungszusammenhangs zwischen Patientenloyalität gegenüber Fachabteilung und Einweiser mittels nicht-rekursiver Modellspezifikation	208
2.4	Überprüfung der Forschungshypothesen zum Einfluss der wahrgenommenen Dienstleistungsqualität auf die Patientenloyalität	210
2.4.1	Konfirmatorische Überprüfung des Strukturmodells.....	211
2.4.2	Exploratorische Überprüfung des Strukturmodells.....	213
2.4.3	Wirkungszusammenhang des bestangepassten Modells	217
2.5	Überprüfung der Forschungshypothesen zu den postulierten Moderationseffekten	226
3	Zusammenfassung der Studienergebnisse	230
F	Konsequenzen der Forschungsergebnisse für Wissenschaft und Praxis.....	233
1	Limitationen der empirischen Untersuchung	233
2	Handlungsempfehlungen für die Unternehmenspraxis.....	240
2.1	Loyalitätsrelevanz als Entscheidungskriterium für patienten- und einweiserbezogene Marketingmaßnahmen.....	240
2.2	Konsequenzen des Multilevel-Charakters der Loyalität für das Krankenhausmanagement	242
2.3	Handlungsempfehlungen zur systematischen Entwicklung von Loyalität gegenüber Krankenhaus und Fachabteilung	246
2.4	Implikationen der vorliegenden Arbeit für ausgewählte Fragestellungen des Einweisermarketings von Krankenhausunternehmen	252
3	Ansatzpunkte für künftige Forschungsvorhaben	256

G Schlussbetrachtung und Ausblick	262
Literaturverzeichnis	265
Anhang	303