

## **Inhaltsverzeichnis**

<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>XIII</b>
<b>Tabellenverzeichnis.....</b>	<b>XV</b>
<b>Symbolverzeichnis.....</b>	<b>XVII</b>
<b>1 Einleitung.....</b>	<b>1</b>
1.1 Motivation und Fragestellungen.....	1
1.2 Zielsetzung und Aufbau der Arbeit .....	4
<b>2 Stand der Dienstleistungsforschung.....</b>	<b>7</b>
2.1 Definition von Dienstleistungen.....	7
2.2 Charakteristika der Dienstleistungsproduktion.....	8
2.3 Ergebnis der Literaturrecherche .....	12
<b>3 Koordination in Dienstleistungsunternehmen.....</b>	<b>17</b>
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
<b>4 Teilhierarchie Dienstleistungsunternehmer – Mitarbeiter .....</b>	<b>31</b>
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
<b>5</b>	<b>Teilhierarchie Dienstleistungsunternehmer – Kunde.....</b>	<b>79</b>
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
<b>6</b>	<b>Teilhierarchie Mitarbeiter – Kunde .....</b>	<b>117</b>
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
<b>7</b>	<b>Schlussbemerkungen.....</b>	<b>159</b>
	<b>Anhang: Konstrukte und Indikatoren der empirischen Untersuchung .....</b>	<b>163</b>
A.1:	Reflektiv gemessene Konstrukte.....	163
A.2:	Formativ gemessene Konstrukte.....	165
	<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>167</b>