

Kroschewski, Theresa

Article

Konzeptionierung des Value-in-Use von Dienstleistungen für Forschende

Junior Management Science (JUMS)

Provided in Cooperation with:

Junior Management Science e. V.

Suggested Citation: Kroschewski, Theresa (2022) : Konzeptionierung des Value-in-Use von Dienstleistungen für Forschende, Junior Management Science (JUMS), ISSN 2942-1861, Junior Management Science e. V., Planegg, Vol. 7, Iss. 2, pp. 455-503, <https://doi.org/10.5282/jums/v7i2pp455-503>

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/294992>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.



<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Conceptualising the Value-in-Use of Services for Researchers

Konzeptionierung des Value-in-Use von Dienstleistungen für Forschende

Theresa Kroschewski

Technische Universität Braunschweig

Abstract

The research area of value-centred and customer-centred service design transforms customers' needs in marketable offers. This field is dominated by a focus on services that are individually oriented towards people and their values and gives providers a competition advantage. Even outside the market, in the practical field of research, there has been an increasing demand for individual and collaborative support for several years. However, it has been barely investigated so far, how offers for research-related services can benefit from market approaches. This paper is dedicated to addressing this issue and draws on the "value-in-use" as a basis for design described in service-dominant logic. Therefore, a theoretical model is used that transfers goal dimensions and so-called activated work resources as conceptualisation levels to the professional context of researchers. In an empirical study these levels are specified with the subjective perception of value from 14 service experiences. The resulting findings build a deep understanding of the various levels of possible value and how this value can be created for researchers when using services.

Zusammenfassung

Im Forschungsbereich der wert- und kundenzentrierten Dienstleistungsgestaltung werden Bedürfnisse von Kund:innen in marktfähige Angebote überführt. Dabei trifft die Fokussierung auf individuell am Menschen und dessen Werte ausgerichtete Dienstleistungen auf hohe Nachfrage und schafft Anbietenden einen Vorteil im unternehmerischen Wettbewerb. Auch außerhalb des Marktes, im Praxisgebiet der Forschung, zeichnet sich seit einigen Jahren ein steigender Bedarf an individueller und kollaborativer Unterstützung ab. Wie Angebote für forschungsnahe Dienstleistungen von marktlichen Ansätzen profitieren können, ist bislang wenig untersucht. Die vorliegende Arbeit widmet sich ebendieser Betrachtung und zieht den in der Service-dominierten Logik beschriebenen „Value-in-Use“ als Gestaltungsgrundlage heran. Über ein theoretisches Modell, das Zieldimensionen und aktivierte Arbeitsressourcen als Konzeptionierungsebenen in den beruflichen Kontext von Forschenden überführt, wird in einer empirischen Untersuchung die subjektive Wertwahrnehmung aus 14 Dienstleistungserfahrungen untersucht. Die hierbei entstandenen Ergebnisse bauen ein tiefgreifendes Verständnis dafür auf, wie und auf welchen Ebenen ein individueller Wert für Forschende bei der Inanspruchnahme von Dienstleistungen geschaffen werden kann.

Keywords: Value-in-Use; forschungsnahe Dienstleistungen; Service-dominierte Logik.

1. Einleitung

Die Rahmenbedingungen der Arbeit von Forschenden haben sich maßgeblich verändert. Individuell geförderte, wissenschaftliche Arbeit innerhalb der eigenen Disziplin hat an Bedeutung verloren (Böhm, 2006; Defila, Di Giulio & Scheuermann, 2006; Laudel, 2001). Stattdessen fordert die zunehmende Komplexität heutiger Problemstellungen fachübergreifende Forschungsk Kooperationen, um ein integriertes

Systemverständnis zu erreichen. Derartige Kooperationen werden vornehmlich über zeitlich begrenzte Forschungsprojekte in Form von Verbünden aus disziplinübergreifenden Einzelprojekten realisiert (DFG, 2018; Vowe & Meißner, 2020). Diese zunehmend kollaborative und projektgebundene Organisation der Forschungstätigkeiten stellt neue Anforderungen an den Arbeitsalltag von Forschenden – unter anderem durch erhöhte Akquise-, Integrations- oder Ab-

stimmungsaufwände (Brandstätter & Sonntag, 2016; König, Diehl, Tscherning & Helming, 2013; Locker-Grütjen, Ehmann & Jongmanns, 2012).

1.1. Motivation

Aufgrund dieser neuen Anforderungen an die Forschungsarbeit wurden über die vergangenen Jahre Möglichkeiten zur Unterstützung von Forschenden diskutiert, die zur Verbesserung der Forschungsleistung beitragen sollen (Auer & Herlitschka, 2008; Locker-Grütjen, 2011).

In diesem Zusammenhang haben sich zahlreiche Entwicklungen innerhalb der Disziplin des *Forschungsmanagements* ergeben (Boden, 2016a, 2016c; Locker-Grütjen et al., 2012). Die Aktivitäten des Managements beziehen sich nicht auf den expliziten Forschungsprozess, sondern auf „die Organisation aller die Forschung begleitender und unterstützender Prozesse“ (Hendrichs, 2017, S. 274). Hierbei sollen Dienstleistungen bereitgestellt werden, welche die Forschenden in ihren Tätigkeiten unterstützen und von administrativen Aufgaben entlasten (Hendrichs, 2017). Unter dem Begriff des Forschungsmanagements werden insbesondere die *institutionellen* Möglichkeiten zur Unterstützung von Forschenden untersucht (Locker-Grütjen et al., 2012). Neben einer technologiebasierten Unterstützung (Auth, Czarnecki, Bensberg & Thor, 2019) werden auch personalintensive Angebote über eine neue Profession innerhalb des Hochschulpersonals realisiert. Sogenannte *New Professionals* (Heuer, 2017) oder auch *HoPros* (Schneijderberg, Merkator, Teichler & Kehm, 2013) verstehen sich selbst als Dienstleister*innen für Forschende und bieten im Zuge dessen diverse administrative und koordinative Managementtätigkeiten an. Doch die Möglichkeiten der Unterstützung innerhalb der zentralen Strukturen, wie etwa der Hochschule, sind begrenzt.

Inzwischen ist ein Großteil der wissenschaftlichen Tätigkeiten innerhalb komplexer, zeitlich begrenzter Forschungsprojekte eingebettet (Aljets & Lettkemann, 2012; DFG, 2018; Vowe & Meißner, 2020), welche dezentrale Management- und Koordinationsstrukturen für die Dauer des Vorhabens projektintern aufbauen (Lee, 2015). Die Ausgestaltung dieser Strukturen wurde bereits als wichtige Determinante des Projekterfolgs kollaborativer Forschung anerkannt (König et al., 2013) und zahlreich diskutiert (Defila, Di Giulio & Scheuermann, 2008; König et al., 2013; Lippe & vom Brocke, 2016; Schneider, Buser, Keller, Tribaldos & Rist, 2019). Die Diskussion begrenzt sich bislang allerdings auf die übergeordnete und organisationstheoretische Perspektive von Forschungsprojekten, aus welcher Anforderungen an die Tätigkeiten des Managements und der Koordination ableitet werden. Hier wird zwar auch die Relevanz der einzelnen Forschenden anerkannt (Defila et al., 2008), es wird jedoch kein Rahmen geschaffen, der die *individuellen* Bedürfnisse der Forschenden bei der Anspruchsformulierung an das Management berücksichtigt.

1.2. Problemstellung und Zielsetzung

Wie die einzelnen Forschenden bei der Gestaltung von Management- und Koordinationsangeboten berücksichtigt

werden könnten, wird von Lux und Robra-Bissantz (2020) vorgeschlagen. Demnach sollen derartige Tätigkeiten in Forschungsverbünden als Dienstleistungen für den Forschenden verstanden werden. Mithilfe der sogenannten *service-dominierte Logik* (SD-Logik) als theoretischem Rahmenwerk, setzten die Autorinnen die Forschenden und den für sie geschaffenen Wert durch die Dienstleistungen in den Fokus.

Die SD-Logik entstammt ursprünglich dem Marketing und unterstellt, dass der Wert einer Dienstleistung sich erst während der Inanspruchnahme ergibt und allein von den Kund*innen bestimmt werden kann. Im Zuge dessen wird der sogenannte *Value-in-Use* (ViU) definiert. Dieser bezeichnet das Wertergebnis, welches sich während der Nutzung eines Angebotes ergibt und subjektiv von den Kund*innen wahrgenommen wird (Vargo & Lusch, 2004). Eine solche wertzentrierte Sichtweise ermöglicht ein tieferes Verständnis dafür, welche Aspekte einer Dienstleistung seitens der Anspruchsgruppe als wertvoll empfunden werden und von welchen Faktoren diese Wertschätzung abhängt. Hieraus leitet sich die übergeordnete Fragestellung der vorliegenden Arbeit ab:

Wie kann der Value-in-Use von Forschenden abgebildet werden und so zur Gestaltung von Dienstleistungen für Forschende beitragen?

Solche wertorientierten Einblicke sind bereits in diversen Disziplinen Teil der Forschungsarbeit zur Gestaltung von Dienstleistungen für den Markt. Davon motiviert betonen Lux und Robra-Bissantz (2020, S. 697) die Diskrepanz zwischen „innovativen Entwicklungen aus der Dienstleistungsforschung für den Markt und dem Stand der Dienstleistungsentwicklung im Praxisfeld der Wissenschaft“ selbst. Dieses Ungleichgewicht soll überwunden werden, indem die Erkenntnisse aus der SD-Logik auf die Entwicklung von Dienstleistungen für Forschende übertragen werden. Hierzu formuliert die vorliegende Arbeit einen konzeptionellen Rahmen, welcher den ViU von Forschenden abbildet und als Grundlage für die Gestaltung der Management- und Koordinationsangebote eingesetzt werden kann.

1.3. Aufbau der Arbeit

Um der Zielsetzung der vorliegenden Arbeit zu begegnen, erfolgt zunächst in Kapitel 2 eine Vorstellung der theoretischen Grundlagen. Hier wird der Begriff der *forschungsnahe Dienstleistungen* eingeführt (siehe Kapitel 2.1) und anhand des so gewonnenen Dienstleistungsverständnisses die SD-Logik als theoretisches Rahmenwerk und deren Wertverständnis im Sinne des ViU eingeführt (siehe Kapitel 2.2). Hieraus präzisiert sich die übergeordnete Fragestellung der vorliegenden Arbeit (siehe Kapitel 1.2) in zwei Forschungsfragen (siehe Kapitel 2.3). Es sollen zum einen die Ziele, welche Forschende an die Dienstleistungen herantragen, untersucht werden. Zum anderen werden die wertschöpfenden Faktoren entlang der Dienstleistungsinanspruchnahme in Form von Ressourcen untersucht. Die Forschungsfragen repräsentieren zwei Konzeptionierungsebenen des ViU, die in

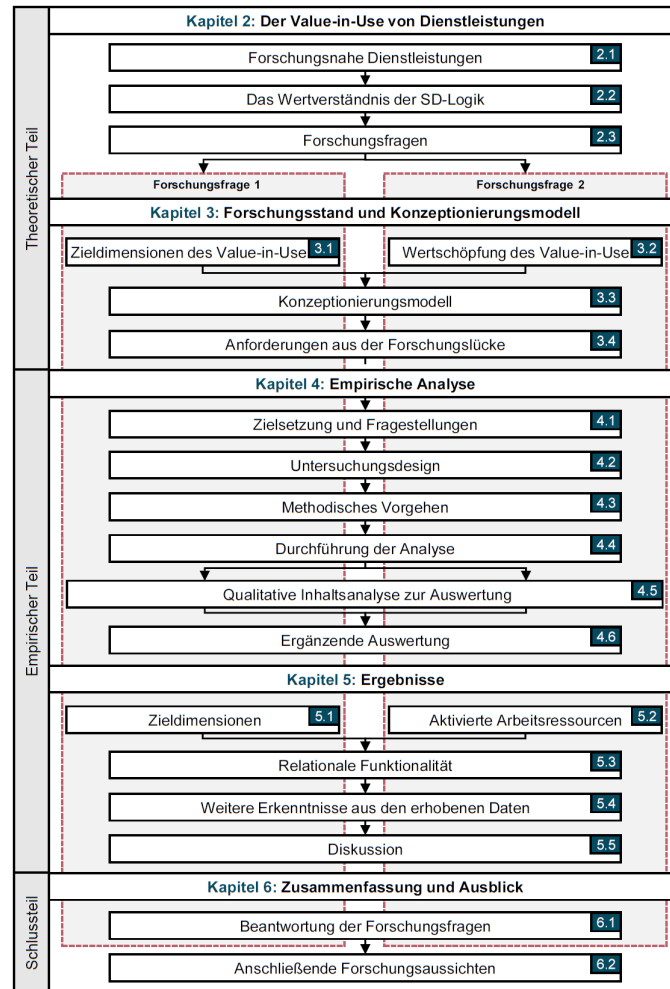


Abbildung 1: Aufbau der Arbeit

der Arbeit angestrebt werden und deren Unterteilung sich durch den Aufbau der Arbeit zieht (siehe Abbildung 1).

In Kapitel 3 erfolgt eine Darstellung des Forschungsstandes zu den beiden Forschungsfragen. Insbesondere für die erste Frage (Zieldimensionen) kann auf eine breite theoretische Basis zurückgegriffen werden, da der Konzeptionierungsansatz in der Literatur bereits umfassend Beachtung findet (siehe Kapitel 3.1). Die zweite Forschungsfrage zu den wertschöpfenden Ressourcen findet bislang weniger Aufmerksamkeit. Aus diesem Grund wird in Kapitel 3.2 anhand von Literatur aus dem Bereich der Arbeitspsychologie und der SD-Logik ein eigener Konzeptionierungsansatz zu deren Untersuchung abgeleitet. Anschließend wird ein zusammenführendes Konzeptionierungsmodell mit den beiden Ebenen für den ViU vorgestellt (siehe Kapitel 3.3), welches als Ausgangspunkt für eine anschließende empirische Untersuchung dient (siehe Kapitel 3.4).

In Kapitel 4 ist das Vorgehen der empirischen Analyse beschrieben. Deren Zielsetzung und Fragestellungen (siehe Kapitel 4.1) sowie das Untersuchungsdesign (siehe Kapitel 4.2) ergeben sich aus den abgeleiteten Forschungslücken des vorhergehenden theoretischen Kapitels. Kapitel 4.3 befasst

sich mit dem methodischen Vorgehen zur empirischen Analyse der beiden Konzeptionierungsebenen. Konkret sollen Einzelinterviews geführt werden, welche anschließend mittels einer qualitativen Inhaltsanalyse ausgewertet werden. In Kapitel 4.4 und Kapitel 4.5 werden zunächst die Studiendurchführung und anschließend das Vorgehen zur Auswertung der Daten beschrieben. Die Auswertung erfolgt einzeln für die beiden Konzeptionierungsebenen. Um die Ergebnisse der beiden Ebenen abschließend zu verbinden, wird in Kapitel 4.6 eine Ergänzung des methodischen Rahmens zur Auswertung beschrieben, welcher ebenfalls eine quantitative Analyse vorsieht.

Die so gewonnen Ergebnisse sind in Kapitel 5 vorgestellt. Zunächst werden die qualitativen und quantitativen Ergebnisse der beiden Konzeptionierungsebenen separat beschrieben (siehe Kapitel 5.1 und Kapitel 5.2). Die zusammenführende Betrachtung der Ergebnisse ist Gegenstand des darauffolgenden Kapitels 5.3. Darüber hinaus konnten im Zuge der Interviews weitere Erkenntnisse gewonnen werden, welche aufgrund des zuvor gesetzten methodischen Auswertungsrahmens zunächst keine Beachtung finden. Diese sind in Kapitel 5.4 exemplarisch beschrieben und auf deren Grundla-

ge mögliche Erweiterungen des Konzeptionierungsmodells in Aussicht gestellt. Anschließend werden die Ergebnisse sowie das methodische Vorgehen zur Datenerhebung und Auswertung diskutiert (siehe Kapitel 5.5).

Kapitel 6 fasst die vorliegende Arbeit zusammen. Kapitel 6.1 beschreibt zunächst abschließend die gewonnen theoretischen und empirischen Erkenntnisse und stellt deren zukünftige Verwendung in der Praxis in Aussicht. Welche weiteren Forschungsrichtungen im Zuge der vorliegenden Arbeit geschaffen wurden, wird in Kapitel 6.2 beschrieben.

Der beschriebene Aufbau der Arbeit ist bis zur zweiten Gliederungsebene in Abbildung 1 zusammenfassend dargestellt.

2. Der Value-in-Use von Dienstleistungen

Die Tätigkeiten der Koordination und des Managements von Forschungsverbünden können als Dienstleistungen für Forschende verstanden werden (Lux & Robra-Bissantz, 2020). Dazu wird zunächst der Begriff der *forschungsnahen Dienstleistungen* eingeführt (siehe Kapitel 2.1). Anschließend wird die dienstleistungszentrierte Perspektive der SD-Logik als metatheoretisches Rahmenwerk vorgestellt (siehe Kapitel 2.2). Die SD-Logik findet Anwendung für alle Bereiche der Dienstleistungsforschung (Vargo, Koskela-Huotari & Vink, 2020) und bietet mit dem Konzept des *Value-in-Use* die Chance, Forschende als Anspruchsgruppe in den Fokus der Entwicklung und Gestaltung von forschungsnahen Dienstleistungen zu setzen. Um diese Chance nutzbar zu machen, stellt die vorliegende Arbeit zwei Forschungsfragen, welche in Kapitel 2.3 beschrieben werden.

2.1. Forschungsnahe Dienstleistungen

Aktuell werden die Management- und Koordinationstätigkeiten nicht als Dienstleistungsangebote für Forschende begriffen, sondern insbesondere unter dem Begriff des *Managements* von Forschungsverbünden untersucht. Dabei stehen Aufgaben zur internen sowie externen Kommunikation, Vernetzung, Synthesebildung und Organisation der Forschungsarbeit im Mittelpunkt (Defila et al., 2008). Bei der Anforderungsformulierung dieser Tätigkeiten wird die Einzigartigkeit von Verbundforschungsprojekten und die Diversität der daraus resultierenden Ansprüche an das Management betont (König et al., 2013; Lippe & vom Brocke, 2016). Die Untersuchungen nehmen jedoch eine organisationstheoretische Metaebene des Projekt- und Koordinationsmanagements ein, welche die Mikroperspektive auf die Forschenden selbst und deren individuelle Bedürfnisse nicht berücksichtigt (John, 2019).

Diese Mikroperspektive wird bei der Untersuchung der institutionellen bzw. universitären Möglichkeiten zur Unterstützung von Forschenden bereits vereinzelt eingenommen. Hier werden die Angebote für Forschende als Dienstleistungen verstanden und im Zuge dessen auch die Notwendigkeit einer nutzerzentrierten Entwicklung der Dienstleistungen betont, welche ein tiefgreifendes Verständnis und eine

Integration der Anspruchsgruppe benötigt (Auth et al., 2019; Boden, 2016b; Locker-Grütjen, 2011). Die Dienstleistungen werden dort als *Forschungsunterstützung* bezeichnet und als „ein Komplex von Dienstleistungen für Wissenschaftler verstanden, der es, ohne selbst Forschung zu sein, ermöglicht, Forschung zu unterstützen“ (Boden, 2016b, S. 24).

Diese Definition kann für die vorliegende Arbeit auf den Begriff der *forschungsnahen Dienstleistungen* übertragen werden. Als Anspruchsgruppe werden im Folgenden *Forschende* zusammengefasst, welche in Anlehnung an Meschke (2015) alle Akteure bezeichnet, die wissenschaftliche Tätigkeiten innerhalb eines Forschungsverbundes ausüben. Betrachtet werden dabei insbesondere interdisziplinäre Forschungsverbünde¹. Diese werden in der vorliegenden Arbeit als eine Kooperation von mehreren Teilprojekten unterschiedlicher Herkunftsdisziplinen verstanden (Defila et al., 2008; John, 2019; König et al., 2013). Die Forschungstätigkeiten, welche innerhalb dieser Verbünde ausgeübt werden, zeichnen sich durch *kooperatives Forschungshandeln* aus. Dieses kooperative Forschungshandeln ist nach Laudel (1999) nur ein Teil der Handlungen innerhalb von Forschungsk Kooperationen. Darüber hinaus werden Tätigkeiten benötigt, welche das kooperative Forschungshandeln koordinieren (Laudel, 1999). Diese Aufgaben werden seitens der koordinierenden Projektstrukturen sowie einzelnen Akteuren innerhalb von Forschungsverbünden geleistet und unter anderem von König et al. (2013) zusammengefasst². Beispielhaft können aus der Studie folgende Aufgaben genannt werden:

- Beratung und Begleitung hinsichtlich der Einhaltung von Zeitplänen, Vorschriften und finanziellen Fragen
- Angebote zur offenen Diskussion und Partizipation der Projektmitglieder
- Aufbau einer gemeinschaftlichen Kommunikationsstruktur (z.B. Website)
- Erleichterung der interdisziplinären Kommunikation mithilfe eines projektinternen Wissensmanagement (z.B. Glossar)

Diese und vergleichbare Tätigkeiten sollen folgend als *forschungsnahe Dienstleistungen* begriffen werden. Dafür wird in Anlehnung an Boden (2016b) und Laudel (1999) das Dienstleistungsverständnis auf die Management- und Koordinationsstätigkeiten übertragen.

¹Anhand welcher konkreten Merkmale sich derartige Forschungsverbünde auszeichnen fassen Defila et al. (2006) und Defila et al. (2008) zusammen.

²König et al. (2013) definieren vier einzelne Quadranten und ordnen diesen Rollen und dort inhärente Tätigkeiten zu, welche durch das Management von Forschungsverbünden abgebildet werden müssen. Die vier Quadranten klassifizieren das interdisziplinäre Forschungsmanagement unter anderen nach dem gesetzten Fokus (intern – extern), dem Zeithorizont und den Differenzierungsansprüchen der Tätigkeiten.

Definition: Forschungsnahe Dienstleistungen

Forschungsnahe Dienstleistungen umfassen einen Komplex von Dienstleistungen, welche in Forschungsverbünden das kooperative Forschungshandeln der Forschenden koordinieren und unterstützen, ohne selbst Forschung zu sein.

Durch die Übernahme eines solchen Dienstleistungsverständnisses werden die Forschenden als primäre Anspruchsgruppe der Angebote definiert. Um deren individuellen Bedürfnisse und Präferenzen bei der Entwicklung und Gestaltung von Dienstleistungen zu berücksichtigen, bietet die Marketing- und Dienstleistungsforschung unterschiedliche Ansätze. Ein populäres Konzept stellt hierbei die *wertzentrierte* Perspektive dar, welche es ermöglicht, die Anspruchsgruppe besser zu verstehen anhand dessen *wertvolle* Angebote zu gestalten (Durgee, O'Connor & Veryzer, 1996; Morar, 2013).

Eine derartige wert- und nutzerzentrierte Perspektive wird auch innerhalb des theoretischen Rahmenwerks der SD-Logik eingenommen.

2.2. Das Wertverständnis der SD-Logik

Die SD-Logik charakterisiert den Wert von Dienstleistungen über eine Steigerung des Wohlbefindens der begünstigten Akteure (Vargo, Maglio & Akaka, 2008). Demnach besitzen Dienstleistungen³ keinen inhärenten Wert, sondern stellen zunächst nur ein potenziell wertvolles Angebot dar. Der Wert ergibt sich erst aus dessen Nutzung und wird phänomenologisch und individuell vom begünstigten Akteur bestimmt (Vargo & Lusch, 2004, 2008a; Vargo et al., 2008). Diesen zentralen Gedanken fassen die Begründer der SD-Logik mit dem Satz zusammen: „there is no value until an offering is used“ (Vargo & Lusch, 2006, S. 44) und charakterisieren damit das Wertkonstrukt des *Value-in-Use* (ViU). Die Betrachtung von Wert im Sinne des ViU nimmt in der Marketing- und Dienstleistungsforschung eine zentrale Rolle bei der Gestaltung von Dienstleistungen ein (Grönroos & Voima, 2013; Ostrom, Parasuraman, Bowen, Patrício & Voss, 2015; Vargo & Lusch, 2004).

2.2.1. Beitrag zur Dienstleistungsgestaltung

Im Zuge dessen werden unter anderem zahlreiche Ansätze zur Messung des Wertes einer Dienstleistung aus der

³In der vorliegenden Arbeit wird zum allgemeinen Verständnis der deutschsprachige Begriff der Dienstleistung(en) übernommen. Dadurch geht eine Differenzierung verloren, welche explizit in der englischsprachigen Primärliteratur eingeführt wird. Dort werden *services* (plural) und *service* (singular) betrachtet. Vargo und Lusch (2006) differenzieren diese Begriffe nach Plural und Singular, um den Grundgedanken der SD-Logik zu verdeutlichen. Die SD-Logik unterscheidet nicht nach Produkten und Dienstleistungen (*services*) wie es in der güterzentrierten Logik üblich ist. Stattdessen wird unterstellt, dass alles als Service im Sinne des Dienens verstanden werden muss. Demnach wird nach der SD-Logik durch die Anwendung von Kompetenzen den begünstigten Akteuren ein Vorteil verschafft – sowohl bei materiellen als auch bei immateriellen Angeboten. Hierfür wird im folgenden Verlauf der Arbeit der Begriff Dienstleistung(en) verwendet.

Perspektive der SD-Logik vorgestellt (Helkkula, Kelleher & Pihlström, 2012; Löbner & Hahn, 2013; Ranjan & Read, 2016). Diese ermöglichen eine nachgelagerte Betrachtung des Wertes, der sich durch eine subjektive Wahrnehmung für den begünstigten Akteur ergibt. Eine solche Untersuchung kann für die Entwicklung von Dienstleistungen ein erstes Verständnis für die Wertbeurteilung aufbauen. In der Literatur wird jedoch diskutiert, ob die Messung von Wert (nach der SD-Logik) überhaupt möglich sein kann (Gallan & Jefferies, 2020). Darüber hinaus wird ebenfalls in Frage gestellt, ob solche statischen Ansätze Implikationen für die Entwicklung von Dienstleistungen bieten können (Capra & Luisi, 2014; Vargo & Lusch, 2017), welche aufgrund sozialer Interaktionen von einer hohen Komplexität und Unsicherheit geprägt sind. Um dieser Dynamik zu begegnen kann in Anlehnung an Morelli (2009) ein offenes System von Komponenten formuliert werden, das als „Infrastruktur“ für die Dienstleistungsentwicklung dient. Als eine solche Infrastruktur können innerhalb der Dienstleistungsforschung unter anderem Ansätze zur Konzeptionierung des ViU angesehen werden, welche die implizite Natur des Wertes sichtbar und nutzbar machen (u.a. Macdonald, Wilson, Martinez & Toossi, 2011; Bruns & Jacob, 2014; Hartwig & Jacob, 2018).

Für die vorliegende Arbeit kann demnach eine Konzeptionierung des ViU ein Verständnis dafür aufbauen, wie Wert für Forschende über forschungsnahe Dienstleistungen entsteht. Diese Einblicke können als Gestaltungsgrundlage für die Entwicklung und Verbesserung forschungsnaher Dienstleistungen angewandt werden (Helkkula, Kowalkowski & Tronvoll, 2018; Ostrom et al., 2010, 2015) und zwei Arten der Dienstleistungsentwicklung unterstützen. Zum einen baut die Konzeptionierung des ViU für die anbietenden Akteure ein Verständnis dafür auf, wie ein spezifisches Angebot ausgestaltet werden muss, um Wert für die Anspruchsgruppe zu schaffen. Zum anderen können die Ergebnisse auch als Verständnis- und Verständigungsgrundlage für eine gemeinsame Entwicklung⁴ von Dienstleistungsangeboten zwischen Forschenden und den anbietenden Akteuren dienen. Die Chance dabei ist, dass die begünstigten Akteuren ihre eigenen Präferenzen reflektieren und anschließend in die Gestaltung eines Angebotes mit einbringen (Etgar, 2008). Dadurch können Dienstleistungen angeboten werden, welche den individuellen Präferenzen und Bedürfnissen der Forschenden entsprechen und somit wiederum den entstehenden ViU positiv beeinflussen (Lusch et al., 2007).

Welche Implikationen sich aus der SD-Logik für die Konzeptionierung des ViU forschungsnahe Dienstleistungen ergeben, wird folgend vorgestellt.

2.2.2. Value-in-Use aus der Zielerreichung

Über die vergangenen 20 Jahre haben sich eine Vielzahl von Definitionsansätzen für den ViU ergeben⁵. Neben

⁴Diese gemeinsame Gestaltung eines Angebotes wird von der SD-Logik als Co-Production bezeichnet und unter anderem von Lusch, Vargo und O'Brien (2007) und Etgar (2008) näher untersucht.

⁵Ein Überblick über die unterschiedlichen Definitionsansätze finden sich unter anderem in Macdonald, Kleinaltenkamp und Wilson (2016) und Med-

der generischen und abstrakten Definition des ViU im Sinne der Steigerung des Wohlbefindens, wird für die vorliegende Arbeit die Definition nach Macdonald et al. (2016, S. 98) übernommen, die den ViU als „all customer-perceived consequences arising from a solution that facilitate or hinder achievement of the customer's goals“ beschreiben. Diese Definition wird angepasst und lediglich die *Erleichterung der Zielerreichung* betrachtet. Eine Berücksichtigung der Konsequenzen, welche die Zielerreichung behindern, impliziert, dass der ViU nicht zwangsläufig ein positives Wertergebnis darstellt. Dieser Aspekt wird unter anderem von Plé und Chumpitaz Cáceres (2010) im Sinne der Möglichkeit einer negativen Wertschöpfung zur Diskussion gestellt. Da die vorliegende Arbeit sich aber auf die positive Wertbetrachtung beschränkt, wird der ViU forschungsnaher Dienstleistungen demnach in Anlehnung an Macdonald et al. (2016) wie folgt definiert:

Definition: Value-in-Use forschungsnaher Dienstleistungen

Der **Value-in-Use forschungsnaher Dienstleistungen** beschreibt alle vom begünstigten Akteur wahrgenommenen Konsequenzen, die sich aus der Inanspruchnahme einer forschungsnahen Dienstleistung ergeben und die das Erreichen der Ziele des Akteurs ermöglichen oder erleichtern.

Dieser Definition folgend ergibt sich der ViU aus dem Erreichen der Ziele der Forschenden. Der ViU kann somit als mehrdimensionales Wertergebnis beschrieben werden, dessen einzelne Dimensionen erreichte Ziele repräsentieren. Diese Verbindung von Zielen und Werten stellt erstmals die *Zieltheorie* nach Woodruff (1997) her. Nach Woodruff (1997) ergibt sich der Wert durch die Beurteilung des begünstigten Akteurs, inwieweit eine Dienstleistung dazu beigetragen hat, die persönlichen Ziele zu befriedigen. Wie in Abbildung 2 dargestellt, können somit die spezifischen Attribute einer Dienstleistung oder eines Produktes über deren Konsequenzen aus der Anwendung zu den übergeordneten abstrakten Zielen in Verbindung gesetzt werden.

Dieser Zusammenhang wird auch als *Attribution* bezeichnet (Raghubir & Corfman, 1999). Es lässt sich eine Art Kausalkette (Reynolds & Gutmann, 1988) aufstellen, zwischen Merkmalen eines Angebotes und den übergeordneten Zielen, welche die begünstigten Akteure bei dessen Nutzung verfolgen. Trägt das Angebot während der Inanspruchnahme zur Zielerreichung bei, wird ein Wert für den Akteur geschaffen. Die Ziele im Sinne der Zieltheorie sind dabei auf der gleichen Abstraktionsebene wie die Wertdimensionen, wie sie zur Differenzierung des ViU eingesetzt werden können. Selbstverwirklichung als ViU-Dimension wird bspw. geschaffen, wenn das Ziel nach Selbstverwirklichung durch die Dienstleistung erfüllt wurde. Demzufolge kann das mehrdimensionale Wertkonstrukt des ViU über die einzelnen Ziele operationalisiert werden.

2.2.3. Value-in-Use aus dem Wertschöpfungsprozess

Ob innerhalb einer solchen Dimensionen Wert geschaffen wird, bestimmen die *Konsequenzen*, welche die Zielerreichung erleichtern (siehe Definition ViU).

Die Konsequenzen ergeben sich aus der Inanspruchnahme der forschungsnahen Dienstleistungen und somit aus dem Wertschöpfungsprozess. Dieser Prozess wird von der SD-Logik als Aktivitäten der *Value Co-Creation* verstanden (Vargo et al., 2020). Die Value Co-Creation besagt, dass Wert immer gemeinsam über Prozesse des Austausches von Ressourcen zwischen Akteuren geschaffen wird, wobei der begünstigte Akteur immer mit eingeschlossen ist⁶ (Vargo et al., 2020). Der Wert, der sich daraus für den begünstigten Akteur ergibt, ist das „emergente Ergebnis der Integration von Ressourcen“, welches dessen Wohlbefinden aufrechterhält oder steigert [übersetzt nach Vargo et al., 2020, S. 10].

Mit dem Konzept der Value Co-Creation zur Beschreibung des Wertschöpfungsprozesses und der mehrdimensionalen Differenzierung des ViU als Wertergebnis nimmt die SD-Logik zwei unterschiedliche, aber miteinander verbundene, Ebenen für die Wertbetrachtung ein. Der ViU beschreibt den Wert als ein Ergebnis, das zu einem bestimmten Zeitpunkt vom begünstigten Akteur wahrgenommen wird und über einen gemeinsamen Wertschöpfungsprozess durch den Austausch von Ressourcen entsteht (Chandler & Vargo, 2011; Vargo et al., 2020; Vargo & Lusch, 2008b).

2.3. Forschungsfragen

In der Problemstellung der vorliegenden Arbeit (siehe Kapitel 1.2) wird folgende übergeordnete Fragestellung aufgeworfen:

Wie kann der Value-in-Use von Forschenden abgebildet werden und so zur Gestaltung von Dienstleistungen für Forschende beitragen?

Da die Bezeichnung *Dienstleistungen für Forschende* ein umfassenderes Verständnis für mögliche Angebote impliziert (insb. zentrale Angebote durch das Forschungsmanagement) wird im folgenden Verlauf der Arbeit der Begriff *forschungsnaher Dienstleistung* verwendet (siehe Kapitel 2.1). Der ViU als Wertkonstrukt der SD-Logik dient der vorliegenden Arbeit als theoretische Grundlage einer wert- und nutzerzentrierten Untersuchung solcher Dienstleistungsangebote in Forschungsverbünden. Da der ViU ein phänomenologisch wahrgenommenes Wertergebnis darstellt, bietet ein Ansatz zur nachgelagerten Messung dieser subjektiven und spezifischen Erfahrung keine ausreichenden Implikationen für die Gestaltung von Dienstleistungsangeboten (siehe Kapitel 2.2.1).

Stattdessen strebt die vorliegende Arbeit eine Konzeptionierung des ViU an, welche auf abstrahierter Ebene und losgelöst von spezifischen Dienstleistungsattributen die Komponenten des ViU darstellt. Diese ermöglichen zum einen ein

⁶Dessen Beteiligung am Wertschöpfungsprozess spiegelt den Grundgedanken des ViU wider, nach dem sich der Wert für den begünstigten Akteur erst aus der Inanspruchnahme eines Angebotes ergibt.

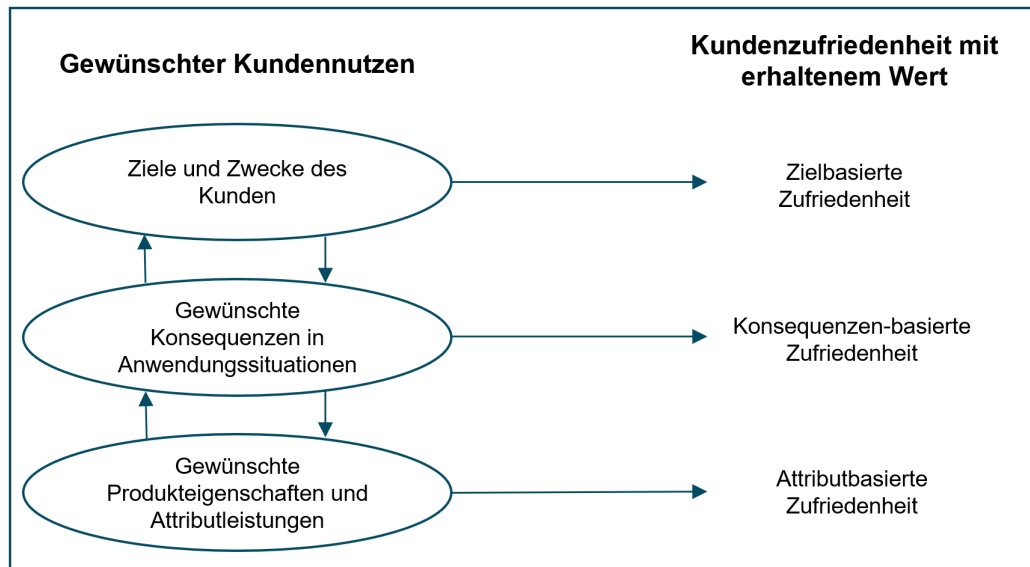


Abbildung 2: Kundenwerthierarchie

Quelle: Eigene Darstellung nach Woodruff (1997)

Verständnis für die implizite und inhärente Wertbeurteilung und zum anderen eine Verständigungsgrundlage für die gemeinsame Gestaltung von Angeboten.

Als Grundlage der Konzeptionierung werden die beiden zuvor beschriebenen Betrachtungsebenen eingenommen (siehe Kapitel 2.2.2 und 2.2.3) und der ViU aus der Perspektive der Zielerreichung und des Wertschöpfungsprozesses untersucht (siehe Abbildung 3).

Dadurch löst sich die Arbeit davon, den ViU als ein nachgelagertes Ergebnis darzustellen. Stattdessen wird das *angestrebte* Wertergebnis mithilfe von Zieldimensionen operationalisiert, welche die Bedürfnisse und Bedarfe der Forschenden darstellen und somit den mehrdimensionalen ViU determinieren. Trägt die Dienstleistung zu dem Erreichen der Ziele bei, wird Wert innerhalb dieser Dimensionen für die Forschenden geschaffen⁷. Für die Konzeptionierung aus der Perspektive der potenziellen ViU-Dimensionen (in Form von Zieldimensionen⁸) wird die folgende Forschungsfrage gestellt:

Forschungsfrage 1: Welche Ziele verfolgen Forschende bei der Inanspruchnahme forschungsnaher Dienstleistungen?

Nach der Definition des ViU wird Wert innerhalb der einzelnen Zieldimensionen infolge der Konsequenzen aus dem

⁷Wie in Kapitel 2.2.3 dargestellt, wird im Sinne der SD-Logik Wert immer gemeinsam geschaffen. Demnach müsste im Verlauf der Arbeit stets davon die Rede sein, dass Wert für und von den Forschenden geschaffen wird. Zur sprachlichen Vereinfachung im Verlauf der Arbeit wird aufgrund der unterstützenden Intention der Dienstleistungen lediglich davon gesprochen, dass Wert für Forschende geschaffen wird.

⁸Da sich die Ziel- und ViU-Dimensionen auf der gleichen Abstraktionsebene befinden, repräsentieren die begrifflichen Klassifikationen der Ziele und Werte gleichbedeutende Dimensionen.

Wertschöpfungsprozess geschaffen. Aus diesem Grund soll die Konzeptionierung des ViU ebenfalls die relevanten Einflussfaktoren des Wertschöpfungsprozesses berücksichtigen. Somit wird ein besseres Verständnis der Wertwahrnehmung ermöglicht, als es die alleinige Darstellung des Wertergebnisses über die einzelnen Dimensionen leisten kann (Eggert, Ulaga, Frow & Payne, 2018; Payne, Storbacka & Frow, 2008).

Der Wertschöpfungsprozess im Sinne der SD-Logik stellt einen Austausch von Ressourcen dar. Das theoretische Konzept von Ressourcen und deren Wert findet nicht nur in der Dienstleistungsliteratur (Peters et al., 2014), sondern auch innerhalb der Arbeits- und Sozialpsychologie Beachtung (Demerouti, Bakker, Nachreiner & Schaufeli, 2001; Knecht & Schubert, 2012). Aus diesem Grund wird ein ressourcenorientierter Ansatz für die Untersuchung der Wertbeurteilung von forschungsnahen Dienstleistungen eingenommen und folgende Forschungsfrage für die zweite Konzeptionierungsebene gestellt:

Forschungsfrage 2: Welche Ressourcen aus dem Wertschöpfungsprozess der forschungsnahen Dienstleistungen determinieren den ViU für Forschende?

Die beiden Forschungsfragen sollen somit ein Verständnis für die Entstehung des ViU aufbauen. Es wird nicht der Anspruch formuliert den ViU als einmaliges Ergebnis darzustellen oder zu messen, was allgemein aufgrund des phänomenologischen Charakters des ViU nicht als zielführend erachtet wird. Stattdessen ermöglicht die angestrebte Konzeptionierung über die beiden Forschungsfragen Einblicke in den Prozess der Wertschöpfung zu gelangen und zu verstehen, auf welchen Ebenen durch forschungsnahen Dienstleistungen Wert für die Forschenden geschaffen werden kann.

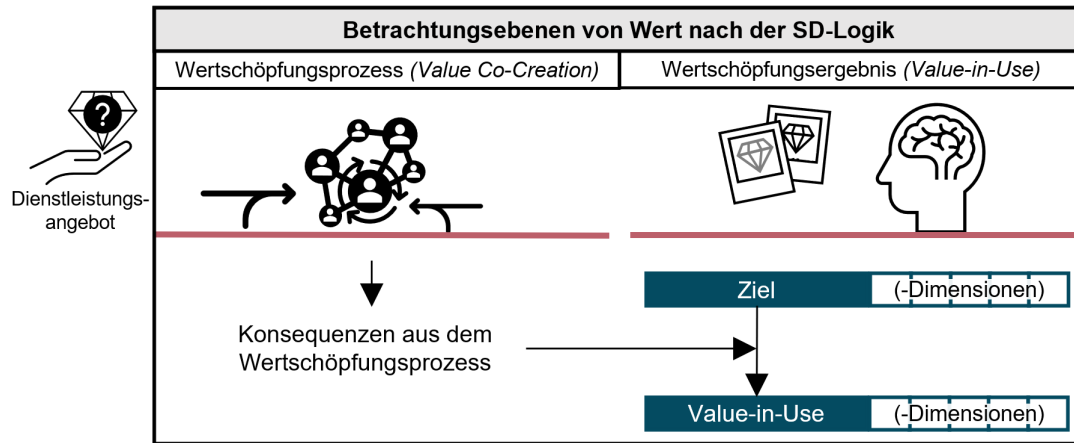


Abbildung 3: Betrachtungsebenen von Wert im Sinne der SD-Logik

Quelle: Eigene Darstellung

3. Forschungsstand und Konzeptionierungsmodell

Zur Beantwortung der beiden Forschungsfragen wird zunächst der aktuelle Stand der Forschung untersucht. Anhand dessen können erste Erkenntnisse für die beiden Forschungsfragen gewonnen (siehe Kapitel 3.1 und 3.2), und ein Konzeptionierungsmodell für den ViU abgeleitet werden (siehe Kapitel 3.3). Das so aufgestellte Modell und die Erkenntnisse aus dem Stand der Forschung dienen anschließend der Anforderungsformulierung an eine empirische Untersuchung der Forschungsfragen (siehe Kapitel 3.4).

3.1. Zieldimensionen des Value-in-Use

Die erste Konzeptionierungsebene stellen die Zieldimensionen dar, welche Forschende an die forschungsnahen Dienstleistungen herantragen.

Die Zieldimensionen entsprechen nach Woodruff (1997) operationalisierten Wertdimensionen. In Form von ViU-Dimensionen wurden solche Wertdimensionen, als Ergebnis der Zielerreichung, bereits umfangreich in der Marketing- und Dienstleistungsforschung untersucht (Bruns & Jacob, 2014, 2016; Kleinaltenkamp, Löbler, Eßer & Fennert, 2018; Kleinaltenkamp, Storck, Gumprecht & Li, 2018; Macdonald et al., 2016). Im Zuge dessen wurde anhand diverser Dienstleistungsangebote ein umfassendes Portfolio der möglichen ViU-Dimensionen empirisch ermittelt (Kleinaltenkamp & Dekanozishvili, 2019). Die Ergebnisse unterscheiden sich zwischen den untersuchten Dienstleistungen und Nutzungssituationen.

Im Bereich der (Unterstützungs-)Dienstleistungen für Forschende – oder Mitarbeiter*innen allgemein – existiert nach Kenntnis der Autorin keine vergleichbare Klassifikation von Wert- oder Zieldimensionen. Aus diesem Grund wird folgend geprüft, inwieweit der bestehende Stand der Forschung bzgl. der ViU-Dimensionen auf die Konzeptionierung der Zieldimensionen forschungsnaher Dienstleistungen übertragen werden kann. Übergeordnet ist anzumerken, dass

nach der Zieltheorie die einzelnen Dimensionen des ViU erneut als Ziele operationalisiert werden können, nachdem die abstrakten Ziele den angestrebten Werten eines Akteurs entsprechen.

3.1.1. Allgemein anerkannte Dimensionen

Einer zusammenfassenden Literaturstudie von Kleinaltenkamp und Dekanozishvili (2019) zufolge, kann bestimmten ViU-Dimensionen des aktuellen Forschungsstandes eine allgemeine Gültigkeit zugeschrieben werden und sind demnach für unterschiedliche Nutzungssituationen diverser Produkt- und Dienstleistungsangebote relevant (siehe Tabelle 1).

Diese Liste allgemeingültiger ViU-Dimensionen ergibt sich aus unterschiedlichen marktbezogenen Untersuchungen. Die Studien basieren sowohl auf Nutzungssituationen im Business-to-Business-Bereich (Macdonald et al., 2016) als auch auf unterschiedlichen Business-to-Consumer-Anwendungen. Zu nennen sind hier bspw. die Nutzung von Smartphones (Bruns & Jacob, 2014), Plattformen (Kleinaltenkamp, Storck et al., 2018) und Carsharing (Kleinaltenkamp, Löbler et al., 2018).

Die Untersuchungsumgebungen unterscheiden sich zu dem vorliegenden Forschungskontext insbesondere hinsichtlich des betrachteten Marktumfeldes (Geigenmüller & Lenk, 2014). Forschungsnahe Dienstleistungen können auch als sogenannte *interne Dienstleistungen* verstanden werden (Bruhn, 2012; Strauss, 2010), welche Dienstleistungen bezeichnen, die Mitarbeitenden innerhalb deren Organisation angeboten werden⁹. Dadurch ändert sich das Verständnis

⁹Die Literatur beschäftigt sich teilweise bereits mit der Qualität und dem Wert von internen Dienstleistungen. Bei Veröffentlichungen wie bspw. Kang, Jame und Alexandris (2002) oder Johnston (2008) wird jedoch insbesondere die interne Servicequalität hinsichtlich deren Wirkung auf die externe Servicequalität untersucht. Der Beitrag von Geigenmüller und Lenk (2014) untersucht explizit den Wert für Mitarbeitende. Dieser wird allerdings mit-

Tabelle 1: ViU-Dimensionen mit allgemeiner Relevanz

ViU-Dimension	Charakterisierung
Produktivität	Effizienz, Prozessverbesserung, Optimierung und Steigerung des Outputs, schnelle Problemlösung, Einfachheit der Aufgaben, Kontinuität, einfacher Zugriff auf relevante Informationen, Kostensenkung und Leistung
Sozialer Wert	Der soziale Nutzen, die Interaktion mit anderen, die angenehme Atmosphäre, persönliche Beziehungen, die Fähigkeit, ein soziales Netzwerk aufzubauen und Beziehungen zu pflegen, das Erreichen von Prestige und der Aufbau eines Images; all das beeinflusst das Wohlbefinden des Akteurs
Unsicherheitsvermeidung	Minimierung und Reduzierung der unbekannten und verbundenen Risiken; Erhöhung der wahrgenommenen Kontrolle, Anpassungsfähigkeit und Sicherheit
Selbstdarstellung	Persönliche Reputation, Selbstpräsentation, Selbstdarstellung, Selbstbestätigung, Ausdruck eigener Kompetenzen, Gedanken, Ideen und Leistungen
Selbstverwirklichung	Verwirklichung der eigenen Ambitionen, Wünsche, Interessen und eigenen Kompetenzen
Hedonistischer Wert	Gefühl der unmittelbaren affektiven Freude, Zufriedenheit, Bequemlichkeit und Spaß
Vermeidung von Abhängigkeiten	Unabhängigkeit und Freiheit gewinnen, Autonomie erhalten, verbindliche Pflichten und Verantwortlichkeiten reduzieren und das Risiko, kontrolliert zu werden, minimieren
Sachverständnis	Hohes Maß an Kompetenz, Leistungs- und Erfolgsstreben, Urteilsvermögen, kontinuierliches Lernen, Einsichten schaffen und Professionalität

Quelle: *Kleinaltenkamp und Dekanozishvili (2019)*, eigene Übersetzung

der Anspruchsgruppe und deren Einbindung in das Dienstleistungsumfeld. Insbesondere die Nachfragebedingungen können sich bei internen Dienstleistungen von marktbasierenden Dienstleistungen unterscheiden. Bspw. bei sogenannten obligatorischen internen Dienstleistungen ist die Inanspruchnahme seitens der Institution vorgeschrieben und somit keine aktive Nachfrageentscheidung, geschweige denn ein wettbewerbliches Angebot, erforderlich (Geigenmüller & Lenk, 2014; Strauss, 2010). Allgemein zeichnet sich jedoch der arbeitsorganisatorische Kontext von Wissensarbeit durch eine hohe Autonomie in der Aufgabenausführung aus (Gläser, 2006; Schaper, 2014). Diese Autonomie erlaubt den Forschenden in den meisten Fällen darüber zu entscheiden, ob sie ein Unterstützungsangebot in Anspruch nehmen. Dadurch ergibt sich für die forschungsnahen Dienstleistungen ein marktähnlicher Charakter. Diese Annahme wird von aktuellen Untersuchungen zu Dienstleistungen für Forschende im Zuge des universitären Forschungsmanagements gestützt (Locker-Grütjen, 2011). Aus diesem Grund wird angenommen, dass das Portfolio der allgemeingültigen ViU-Dimensionen, welche innerhalb eines wettbewerblichen Umfelds ermittelt wurden, auch als Grundlage für das Wertverständnis forschungsnaher Dienstleistungen dienen können.

hilfe des Wertverständnisses nach Zeithaml (1988) untersucht und die wahrgenommenen Kosten zu den Nutzen in Relation gesetzt. Dieser Ansatz unterscheidet sich von dem der vorliegenden Arbeit, welcher eine positive Wirkrichtung für Wert unterstellt [vgl. weiterführend zu den unterschiedlichen Wertverständnissen: Gummerus (2013)].

3.1.2. Kontextgebundenheit der Dimensionen

Neben den allgemeingültigen ViU-Dimensionen bestimmt der Kontext, in welchem die Dienstleistung erbracht wird, weitere kontextspezifische Dimensionen (Kleinaltenkamp & Dekanozishvili, 2019). Der Kontext¹⁰ wird im Sinne der SD-Logik als „set of unique actors with unique reciprocal links among them“ definiert (Chandler & Vargo, 2011, S. 40).

Mit dem Anspruch ein Wertverständnis für forschungsnahen Dienstleistungen aufzubauen, kann dieser Detailebene der Definition des Kontextes, bei der Konzeptionierung des ViU nicht entsprochen werden. Aus diesem Grund wird folgend der Kontext der forschungsnahen Dienstleistungen (im Sinne der vorliegenden Arbeit, siehe Kapitel 2.1) anhand der Forschenden und den Akteuren im Umfeld des Forschungsverbundes als „set of actors“ charakterisiert. Das kooperative Forschungshandeln im Verbund wird von Akteuren unterstützt, welche Dienstleistungen für die Forschenden anbieten und somit den Rahmen für eine gemeinsame Wertschöpfungskoooperation „reciprocal links among them“ bilden.

Der Forschungsverbund als soziales System [vgl. weiterführend Krohn & Küppers, 1989] entspricht demnach dem (sozialen) Umfeld der Forschenden. Eine solche Einbindung der Anspruchsgruppe in ein soziales Umfeld muss bei der

¹⁰Die theoretische Diskussion bei der Konzeptionierung von Wert geht bzgl. der Relevanz des Kontextes weit über den hier betrachteten Einfluss auf die ViU-Dimensionen hinaus. Im Sinne der SD-Logik werden alle Wertschöpfungsprozesse von dem Kontext, in welchem diese stattfinden, determiniert (Chandler & Vargo, 2011). Dieses Wertverständnis hat insbesondere Einfluss auf Ansätze einer prozessorientierten Konzeptionierung und wird in Kapitel 3.2 erneut aufgegriffen.

Konzeptionierung des ViU berücksichtigt werden (Chandler & Vargo, 2011; Edvardsson, Tronvoll & Gruber, 2011). Edvardsson et al. (2011) betonen den Einfluss des sozialen Systems auf die Wertwahrnehmung und stellen dabei unter anderem die These auf, dass der Wert eine kollektive und intersubjektive (bzw. individuelle) Dimension hat¹¹ (Edvardsson et al., 2011). Dieser These zufolge sind die Ziele, welche Forschende bei der Inanspruchnahme von forschungsnahen Dienstleistungen verfolgen, nicht nur auf die persönlichen Interessen ausgerichtet, sondern ebenfalls auf die Ziele des Verbundprojektes. Die Annahme wird durch die Ergebnisse empirischer Studien bestätigt, welche innerhalb vergleichbarer Nutzungskontexte durchgeführt wurden. Die Studien untersuchen Dienstleistungsangebote für Tätigkeiten im Arbeitsumfeld und berücksichtigen dabei die Einbindung der Anspruchsgruppe in die Interessensgemeinschaft der Arbeit (Kleinaltenkamp, Storck et al., 2018; Macdonald et al., 2016). Demnach können die beiden Studien¹² in zweierlei Hinsicht Orientierung für die Spezifikation möglicher ViU-Dimensionen forschungsnaher Dienstleistungen bieten. Zum einen werden die bekannten allgemeingültigen ViU-Dimensionen hinsichtlich wertvoller Aspekte im Arbeitsumfeld definiert und inhaltlich charakterisiert. Darüber hinaus werden die ViU-Dimensionen nach ihrer Ausrichtung strukturiert und somit auch Wertebenen identifiziert, die sich auf die Ziele des Kollektivs beziehen, in welches das Individuum eingebettet ist.

Demnach wird folgend in Anlehnung an die Ergebnisse von Kleinaltenkamp, Storck et al. (2018) und Macdonald et al. (2016) das Portfolio der allgemeingültigen ViU-Dimensionen (siehe Tabelle 1) für den Kontext forschungsnaher Dienstleistungen angepasst und in Tabelle 2 (S. 20) zusammenfassend dargestellt.

Die allgemeingültigen ViU-Dimensionen werden für den Anwendungsfall spezifiziert. Bspw. gewinnt durch die Betrachtung von Dienstleistungen im Arbeitskontext die allgemeingültige Wertebene der Produktivität eine höhere Relevanz und wird in fünf Wertebenen ausdifferenziert (*Produktivität, Aufgabenvereinfachung, Prozessverbesserung, Schnelle Problemlösung* und *Vermeiden von Stillstandzeiten*). Darüber hinaus wird das Portfolio um kontextspezifische ViU-Dimensionen erweitert. Diese sind sowohl auf die persönlichen Interessen als auch auf die Interessen des Verbundprojektes ausgerichtet¹³. Auf der individuellen Wertebene wird das Portfolio durch die Wertdimensionen der *Druckre-*

duzierung und *Motivation* erweitert. Eine Aufnahme dieser Dimensionen kann auch durch den Betrachtungsgegenstand der forschungsnahen Dienstleistungen begründet werden. Der Aspekt der *Druckreduzierung* ergibt sich durch die primäre Intension der Dienstleistungsangebote die Forschenden bei ihren Tätigkeiten zu unterstützen und zu entlasten (vgl. Kapitel 2.1). Die ViU-Dimension *Motivation* wird definiert als „grundlegende Antriebskraft und kognitive Zielorientierung bei der täglichen Arbeit“ (Kleinaltenkamp, Storck et al., 2018, S. 104). Dieses Ziel wird auch als persönliches Interesse von Forschenden innerhalb von Verbundprojekten beschrieben. Nach John (2019, S. 23) kann durch die Einbettung der Forschungstätigkeiten in Verbundprojekten „die eigene Arbeitsmotivation durch Selbstverpflichtungen aufrechterhalten“ werden. Darüber hinaus wird die Dimension der *Autonomie* ergänzt, da sich die Wissensarbeit durch eine hohe Entscheidungsautonomie der Forschenden bzgl. der Aufgabenausführung auszeichnet (Gläser, 2006; May, Korezynski & Frenkel, 2002; Schaper, 2014). Diese kann zwar teilweise durch die institutionellen Strukturen oder Vorgaben der finanzierenden Instanzen begrenzt werden, Entscheidungen über das Vorgehen bei der Forschungsarbeit bleiben dennoch weitgehend autonom (Defila et al., 2008).

Auf der Wertebene, welche eher auf das Kollektiv ausgerichtet ist, werden von Kleinaltenkamp, Storck et al. (2018) und Macdonald et al. (2016) die Dimensionen *Zugang zu Finanzmitteln*, *Innovationskraft* und *Konkurrenzfähigkeit* übernommen. Diese Dimensionen spiegeln sich auch in der Intension und den Ansprüchen kooperativer Forschung wider. Das übergeordnete Ziel der kooperativen Forschung ist eine verbesserte Wissensproduktion (Katz & Martin, 1997). Die Wissensproduktion stellt dabei den Output der Forschungstätigkeiten dar (Laudel, 2001). Durch die Einbettung der Forschungstätigkeiten im Verbund, haben die Forschenden Zugang zu Ressourcen in Form von Wissen, technischen Geräten oder Disseminationsnetzen (*Zugang zur Scientific Community*), welche die eigenen Möglichkeiten übersteigen (Fleßa, John & Mahnke, 2011; John, 2019; Katz & Martin, 1997). Durch diese Möglichkeiten kann durch die Organisation der Forschenden in einem Verbund das Ziel einer erhöhten *Wettbewerbsfähigkeit* bzw. *Konkurrenzfähigkeit* der Individuen als auch des Kollektivs gegenüber der wissenschaftlichen Gemeinschaft verfolgt werden. Im Zuge dessen wird auch der *Zugang zu Finanzmitteln* erleichtert, welche zunehmend wettbewerbsorientiert und an kooperative, interdisziplinäre Forschungsprojekte vergeben werden (DFG, 2018; Hinze, 2016; Vowe & Meißner, 2020; Winterhager, 2015). Darüber hinaus werden durch die Forschung im Verbund im Optimalfall Synergien geschaffen, welche sich in Form von gegenseitiger Stimulation und Kreativität äußern (John, 2019; Katz & Martin, 1997; Kratzer, Leenders & van Engelen, 2005; Krücken, 2009; Laudel, 2001). Diese syn-

¹¹Der Ansatz zur sozialen Konstruktion von Wert von Edvardsson et al. (2011) umfasst neben der genannten These weitere Aspekte, welche sich nicht auf das Wertergebnis sondern den Wertschöpfungsprozess beziehen und in Kapitel 3.2 aufgegriffen werden

¹²Kleinaltenkamp, Storck et al. (2018) zeigen die ViU-Dimensionen der Nutzung eines E-Learning-System für Studierende und Lehrende auf, während Macdonald et al. (2016) innerhalb eines Business-to-Business-Marktumfeldes unterschiedlicher Leistungsangebote für Mitarbeitende untersuchen.

¹³An dieser Stelle sei darauf hingewiesen, dass ein wesentlicher Teil der Aufgaben des Managements von Forschungsverbünden auf die Umsetzung der strategischen Ziele des Kollektivs entfällt. Eine Balance zwischen den Zielen des Verbundes und den Zielen der einzelnen Forschenden zu finden,

wird als große Herausforderung beschrieben (Defila et al., 2008). Die vorliegende Studie beschränkt sich jedoch nach dem ViU-Verständnis auf die persönlichen Ziele der Forschenden, welche neben individuellen Interessen auch kollektive Ziele im Sinne des Verbundes darstellen können.

ergetischen Effekte finden sich in der ViU-Dimension *Innovationskraft*, welche definiert wird ist als „Generierung von neuen und nützlichen Ideen und Umsetzung neuer kreativer Lösungen“ (Kleinaltenkamp & Dekanozishvili, 2019, S. 229).

Das so abgeleitete Portfolio möglicher ViU-Dimensionen stellt zunächst die theoretische Grundlage für die erste Konzeptionierungsebene des ViU dar. Welche der ViU-Dimensionen in der spezifischen Nutzungssituationen und aus Sicht des Individuums relevant sind, können die begünstigten Akteure artikulieren (Hartwig & Jacob, 2018; Macdonald et al., 2011).

Abschließend formuliert, stellt die Konzeptionierungsebene dieses Kapitels, den Wert einer Dienstleistung in Abhängigkeit zu den Zielen, welche die Forschenden bei der Inanspruchnahme verfolgen. Der wahrgenommene Beitrag der Dienstleistung zur Zielerreichung determiniert damit den ViU als Wertergebnis. Die Zieldimensionen beschreiben somit was der Forschende an einer Dienstleistung bzw. an deren Nutzung wertschätzt (Hartwig & Jacob, 2018; Kleinaltenkamp & Dekanozishvili, 2019; Morar, 2013).

Doch wie diese Wertbeurteilung durch die Erreichung der Zieldimensionen über den Wertschöpfungsprozess seitens des Forschenden zustande kommt, können derartige Klassifikationen nicht abbilden (Hartwig & Jacob, 2018; Woodruff & Flint, 2006).

3.2. Wertschöpfung des Value-in-Use

Die Wertschöpfung wird nach der SD-Logik als ein Prozess der Ressourcenintegration verstanden (Kleinaltenkamp et al., 2012; Peters et al., 2014). Der Wert der sich daraus für den begünstigten Akteur ergibt, ist das „emergente Ergebnis der Integration von Ressourcen“, welche dessen Wohlbefinden¹⁴ aufrechterhalten oder steigern [übersetzt nach Vargo et al., 2020, S. 10]. Demnach stellt aus der Wertschöpfungsperspektive der ViU forschungsnaher Dienstleistungen ein Ergebnis aus einem Prozess der Integration von Ressourcen dar. Welche Ressourcen dabei den ViU determinieren wird folgend untersucht.

3.2.1. Ressourcen im Arbeitsumfeld

Hierfür stellt sich zunächst die Frage, welche Ressourcen aus dem Arbeitsumfeld im Zuge des Wertschöpfungsprozesses von forschungsnahen Dienstleistungen Wert für die Forschenden schaffen können.

Allgemein ist der Ressourcenbegriff weit gefasst. Im Sinne der SD-Logik werden Ressourcen immer integriert zum Nutzen eines Akteurs (Vargo & Lusch, 2004). Dabei sind nach der SD-Logik Ressourcen „alles, greifbar oder nicht greifbar, intern oder extern, operand oder operant“¹⁵ [übersetzt nach

Lusch & Vargo, 2014, S. 121], das diesen Nutzen für einen Akteur schafft. Somit können Ressourcen anhand ihres spezifischen Zwecks für deren Einsatz abgeleitet werden (Peters et al., 2014). Dieser Zweck stellt für forschungsnahe Dienstleistungen die Unterstützung von Forschenden dar (siehe Kapitel 2.1).

Eine Orientierung welche Ressourcen aus dem Arbeitsumfeld wertgenerierend sein können, findet sich in Modellen aus dem Bereich der Arbeitspsychologie.

Das heuristische *Job Demands-Resources Model* (JD-R-Modell) nach Demerouti et al. (2001) weist entscheidende Parallelen zu den Überlegungen der SD-Logik auf. Es gibt zum einen an wie das „Wohlbefinden von Mitarbeitern durch zwei spezifische Sätze von Arbeitsbedingungen entsteht“ [übersetzt nach Bakker & Demerouti, 2007, S. 275, eigene Hervorhebung]. Zum anderen wird die Vielfalt an Einflussfaktoren des Arbeitsumfeldes eines Mitarbeitenden in Arbeitsanforderungen und *Arbeitsressourcen* unterteilt (siehe Abbildung 4). Die Balance zwischen Anforderungen und Ressourcen der Arbeitsumgebung stehen nach dem Modell in wechselwirkender oder direkter Beziehung zu positiven und negativen arbeitsbezogenen Erfahrungen wie Arbeitsengagement oder Burnout (Demerouti & Nachreiner, 2019). Für die vorliegende Arbeit werden diese Auswirkungen aus dem Gleichgewicht und die nachgelagerten psychologische Prozesse nicht näher betrachtet¹⁶ (in Abbildung 4 ausgegraut). Mit dem Ziel einer Klassifizierung von (wertvollen) Ressourcen für Forschende wird die zugrundeliegende Prämisse der positiven Wirkung von Arbeitsressourcen sowie deren Definition aus dem JD-R-Modell übernommen.

Ein Kernaspekt von Arbeitsressourcen im Sinne des JD-R-Modells ist die moderierende und abpuffernde Wirkung auf den Einfluss von Arbeitsanforderungen¹⁷ (Bakker & Demerouti, 2007; Bakker, Hakanen, Demerouti & Xanthopoulos, 2007; Demerouti & Nachreiner, 2019). Darüber hinaus werden in der Definition von Arbeitsressourcen zwei weitere

operante Ressourcen in der Regel physische Ressourcen, während operante Ressourcen insbesondere menschlicher, organisatorischer, informationeller oder relationaler Natur sind

¹⁶Eine Übersicht der aktuellen Entwicklungen und Weiterführungen des Modells zeigen Bakker und Demerouti (2007). Das Modell bietet Ansätze zur Steigerung des Wohlbefindens von Mitarbeitenden und findet über ein breites Spektrum an Beschäftigungsverhältnissen empirische Evidenz (Bakker & Demerouti, 2007). Für das vorliegende Forschungsobjekt kann bspw. die Studie von Bakker, Demerouti und Euwema (2005) genannt werden, bei welcher Angestellte einer Hochschule als Stichprobe dienten. Die Studie bewies unter anderem, dass der Einfluss von Überlastung durch die untersuchten Arbeitsressourcen (soziale Unterstützung, Autonomie, Beziehung zum Vorgesetzten und Leistungsfeedback) abgepuffert werden kann.

¹⁷Dieser Aspekt scheint in Konflikt mit dem zuvor gesetzten Fokus der vorliegenden Arbeit zu stehen, da die positive Wirkung von Arbeitsressourcen (Steigerung des Wohlbefindens) in Zusammenhang zu Arbeitsanforderungen gestellt werden, welche folgend aus der Betrachtung ausgeschlossen werden. Die Annahme, dass Arbeitsressourcen lediglich den Einfluss spezifischer Anforderungen abmildern, wenn diese übereinstimmen, wird als Matching-Hypothese bezeichnet. Diese wurde im Zuge einer empirischen Untersuchung von Bakker und Demerouti (2007) für das JD-R Modell widerlegt, welche unabhängig von deren Übereinstimmung zu den Arbeitsanforderungen, moderierende Effekte von Arbeitsressourcen für das Wohlbefinden feststellten.

¹⁴Für das Konstrukt des „Wohlbefindens“ existieren zahlreiche Definitionen und Ansätze zu dessen Messung, wie unter anderem von Dodge, Daly, Huyton und Sanders (2012) aufgezeigt wird. Die vorliegende Arbeit bezieht sich, den Ansätzen der SD-Logik folgend, auf das subjektive Wohlbefinden von Forschenden.

¹⁵Innerhalb der SD-Logik wird vornehmlich zwischen operanden und operanten Ressourcen unterschieden. Nach Madhavaram und Hunt (2008) sind

Tabelle 2: Portfolio möglicher ViU-Dimensionen forschungsnaher Dienstleistungen

Allgemeine ViU-Dimensionen [Quelle]	ViU-Dimensionen im Kontext [Quelle]	Beschreibung	Quelle der Beschreibung
Produktivität [3]	Produktivität [1]	Verbesserung des Input/Output-Verhältnisses	[1]
	Aufgabenvereinfachung [1;2]	Einfachheit und Zeiteffizienz der Abläufe, die für die eigene Arbeit notwendig sind	[1], [2]
	Prozessverbesserung [1;2]	Vereinfachung oder Verbesserung der Forschungsprozesse auf Verbundebe- ne	In Anlehnung an [1] und [2]
	Schnelle Problemlösung [1;2]	Schnelles Lösen von operativen und inhaltlichen Problemen	[1]
	Vermeiden von Stillstandzeiten [1;2]	Minimierung von unproduktiven Phasen während der Forschungsarbeit im Projekt	In Anlehnung an [1] und [2]
Sozialer Wert [3]	Sozialer Wert [1;2]	Soziale Bedingungen, die das Wohlbefinden steigern	[1]
Hedonistischer Wert [3]	Hedonistischer Wert [1]	Befriedigung durch unmittelbares gefühlsmäßiges Vergnügen bei der eigenen täglichen Arbeit	[1]
Selbstdarstellung [3]	Selbstdarstellung [1]	Ausdruck eigener Kompetenzen, Gedanken und Ideen bei der täglichen Arbeit	[1]
Selbstverwirklichung [3]	Selbstverwirklichung [1]	Verwirklichung der eigenen Ambitionen und Wünsche während der täglichen Arbeit	[1]
Unsicherheitsvermeidung [3]	Unsicherheitsvermeidung [1;2]	Minimierung von Unsicherheiten in Bezug auf Prozesse, Vorgaben und Entscheidungen, die mit der eigenen Arbeit zusammenhängen	[1], [2]
	Wahrgenommene Kontrolle [1;2]	Wahrnehmung der Kontrolle von Prozessen und Entscheidungen mit der eigenen Arbeit verbunden sind	In Anlehnung an [1] und [2]
	Flexibilität [1]	Möglichkeit, das eigene Arbeitsverhalten schnell an veränderte Bedingungen anzupassen	[1]
Vermeidung von Abhängigkeiten [3]	Vermeidung von Abhängigkeiten [2]	Reduzierung der Abhängigkeit eigener Aufgaben von Forschungsergebnissen anderer	In Anlehnung an [2]
Sachverständnis [3]	Sachverständnis [1]	Kompetenz, Urteilsvermögen und Streben nach Leistung und Erfolg durch die eigene Arbeit	In Anlehnung an [1]
Kontext-spezifische ViU-Dimensionen	Zugang zu Finanzmitteln [1]	Schaffung zusätzlicher Einnahmequellen	[1], [3]
	Druckreduzierung [1;2]	Reduktion von Stress und Belastung während den täglichen Aufgaben	[2]

(Continued)

Table 2—continued

Kreativität und Innovationskraft [angepasst nach 2]	Generierung von neuen und nützlichen Ideen und Umsetzung von kreativen Lösungen	[3]
Wettbewerbs-fähigkeit [angepasst nach 1 und 2]	Gesteigerte Wettbewerbsfähigkeit der eigenen und kollektiven Forschung	In Anlehnung an [1] und [2]
Motivation [1]	Grundlegende Antriebskraft und kognitive Zielorientierung bei der täglichen Arbeit	[1]
Zugang zur Scientific Community	Schaffen von Vernetzungsmöglichkeiten innerhalb der Scientific Community	
Autonomie	Freiheit und Unabhängigkeit, was die Entscheidungen bzgl. der eigenen Forschung anbelangt	

Quellen: [1] Kleinaltenkamp, Storck et al. (2018); [2] Macdonald et al. (2016); [3] Kleinaltenkamp und Dekanozishvili (2019), eigene Übersetzung mit Abgleich der Dimensionsbezeichnungen anhand der deutschsprachigen Ergebnisse der Studien Kleinaltenkamp, Storck et al. (2018) und Kleinaltenkamp, Löbner et al. (2018), welche von Prof. Dr. Dr. Michael Kleinaltenkamp auf Anfrage zur Verfügung gestellt wurden.

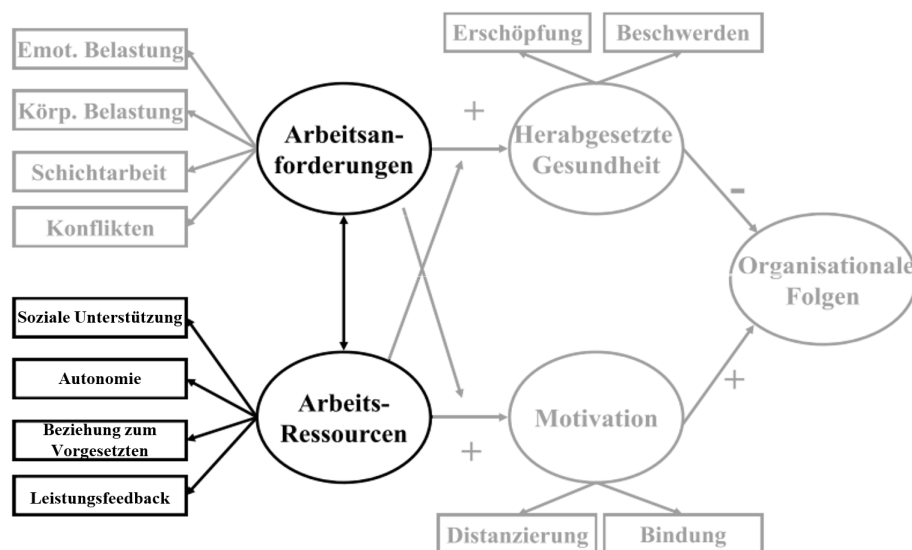


Abbildung 4: Das JD-R-Modell

Quelle: angepasst nach Demerouti und Nachreiner (2019) mit den Ergebnissen bzgl. der Arbeitsressourcen von Bakker et al. (2005)

Wirkrichtungen definiert: „Arbeitsressourcen sind die physischen, psychischen, sozialen und organisatorischen Arbeitsbedingungen, die

stimulieren“ [Bakker & Demerouti, 2007, S. 312; Demerouti & Nachreiner, 2019, S. 122].

Die möglichen Arbeitsressourcen nach dieser Definition sind weiter gefasst, als es im Zuge der Konzeptionierung von Ressourcen forschungsnaher Dienstleistungen relevant und zielführend ist, da sie sich auf die Arbeitsumgebung im Allgemeinen beziehen. Dadurch werden auch Aspekte wie die monetäre Entlohnung oder die Arbeitsplatzsicherheit zu Ar-

- (1) funktional für das Erreichen der arbeitsbezogenen Ziele sind,
- (2) Arbeitsanforderungen und damit zusammenhängende physische und psychische Kosten reduzieren und
- (3) persönliches Wachstum und persönliche Entwicklung

beitsressourcen. Welche Ziele Forschende explizit bei der Inanspruchnahme forschungsnaher Dienstleistungen verfolgen wird in Kapitel 3.1 aus empirischen Untersuchungen nach der SD-Logik abgeleitet. Innerhalb dieses Portfolios (siehe Tabelle 2) lassen sich Parallelen zu den beschriebenen Wirkrichtungen der Arbeitsressourcen nach Demerouti und Nachreiner (2019) ausmachen. Bspw. findet sich der *soziale Wert* oder die *Selbstverwirklichung* auch in den allgemeinen Arbeitszielen (1) nach Super (1970). Die Reduktion der Arbeitsanforderungen (2) werden durch Dimensionen wie *Aufgabenvereinfachung* oder *Unsicherheitsvermeidung* repräsentiert und dem persönlichen Wachstum (3) lassen sich bspw. die Dimensionen *Kreativität* und *Innovationskraft* oder *Sachverständnis* zuordnen. Aus diesem Grund wird zur Eingrenzung möglicher Ressourcen, welche im Wertschöpfungsprozess forschungsnaher Dienstleistungen integriert werden, der definitorische Ansatz der Arbeitsressourcen mit der zweckausgerichteten Charakterisierung von Ressourcen im Sinne der SD-Logik vereint. Daraus ergibt sich in Anlehnung an das JD-R-Modell (Bakker & Demerouti, 2007; Demerouti & Nachreiner, 2019) und der SD-Logik (Lusch & Vargo, 2014; Peters et al., 2014; Vargo & Lusch, 2004) folgende Definition für die Arbeitsressourcen:

Definition: Arbeitsressourcen

Arbeitsressourcen sind die physischen, psychischen, sozialen und organisatorischen Arbeitsbedingungen, welche während der Inanspruchnahme forschungsnaher Dienstleistungen den Forschenden zur persönlichen Zielerreichung zur Verfügung gestellt werden.

Eine erste Orientierung der möglichen Arbeitsressourcen bieten Demerouti und Nachreiner (2019). Hier werden unter anderem Autonomie, die Beziehung zum Vorgesetzten, Leistungsfeedback, Kooperations- und Kommunikationsmöglichkeiten sowie soziale Unterstützung genannt. Aufgrund der gruppenbasierten Arbeitsbedingungen sowie dem Konzept der gemeinsamen Wertschöpfung (Value Co-Creation) kann angenommen werden, dass das soziale Umfeld als Ressource im Wertschöpfungsprozess forschungsnaher Dienstleistungen von hoher Relevanz ist. Welche Ebenen diese soziale Unterstützung im Arbeitskontext einnehmen kann, strukturiert unter anderem House (1981). Er differenziert mit seiner *Taxonomie sozialer Unterstützung* nach emotionaler, evaluativer, informativer und instrumenteller Unterstützung (House, 1981).

Diese exemplarisch genannten Ressourcen stellen sogenannte *externe* oder auch *Umweltressourcen* dar. D.h. Ressourcen, welche im Zuge von forschungsnahen Dienstleistungen den Forschenden zur Verfügung gestellt werden, um diese zur persönlichen Wertschöpfung zu integrieren. Welche Ressourcen integriert werden können und inwieweit diese zur Zielerreichung von Forschenden funktional sind, wird entlang des Wertschöpfungsprozesses bestimmt, welcher von der SD-Logik genauer beschrieben wird.

3.2.2. Determinanten des Wertschöpfungsprozesses

Die SD-Logik schreibt Ressourcen einen dynamischen Charakter zu (Lusch & Vargo, 2014). Dabei bezieht sich SD-Logik auf die Sichtweise von Baum und Zimmermann (1951) und die Aussage nach de Gregori (1987) „resources are not, they become“. Demnach werden Ressourcen erst entlang deren Integration bzw. Einsatz wertvoll (Chandler & Vargo, 2011) und können auch ihren übergeordneten Status als Ressource entsprechend ihrer Nutzbarkeit gewinnen oder verlieren (Löbler & Hahn, 2013; Peters et al., 2014). In diesem Zusammenhang wird auch der Begriff der *Ressourcenness* eingeführt. Er beschreibt „die Fähigkeit potenzieller Ressourcen, die Verwirklichung von etwas Wünschenswertem zu erleichtern – die durch die Verfügbarkeit anderer, sich ergänzender und hemmender potenzieller Ressourcen bestimmt wird, einschließlich der Fähigkeit der Akteure, diese Ressourcen zu integrieren und anzuwenden“ [übersetzt nach Koskela-Huotari & Vargo, 2016, S. 166].

Die Berücksichtigung der Fähigkeiten eines Akteurs steht in Zusammenhang mit dem Konzept der Value Co-Creation, in dem Sinne, dass der Wert über Austauschprozesse von Ressourcen zwischen Akteuren gemeinsam geschaffen wird, wobei der begünstigte Akteur immer mit eingeschlossen ist (Vargo et al., 2020). Dieser Aspekt findet sich ebenfalls in der Human- und Sozialökologie (Antonovsky, 1997; Becker, 2006). Hier wird betont, dass die Funktionalität und damit der Nutzen, den Individuen aus Umweltressourcen generieren können, davon abhängt, ob ausreichende und angemessene persönliche Ressourcen¹⁸ vorhanden sind (Schubert & Knecht, 2012).

Neben den persönlichen Ressourcen wird auch auf die „Verfügbarkeit anderer, sich ergänzender und hemmender potenzieller Ressourcen“ verwiesen [übersetzt nach Koskela-Huotari & Vargo, 2016, S. 165 f.]. Da prinzipiell alle Akteure als mögliche Ressourcenintegrator*innen zu sehen sind (Vargo et al., 2020), bestimmt sich diese Verfügbarkeit durch die weiteren Akteure, die an der Wertschöpfungs Kooperation beteiligt sind. Dadurch bilden die Akteure im Zuge dieser Kooperation den (*sozialen*) Kontext der Ressourcenintegration (Chandler & Vargo, 2011; Edvardsson et al., 2011). Bei der Analyse des Kontextes und der beteiligten Akteure können verschiedene Aggregationsebenen eingenommen werden (Vargo & Lusch, 2017). Eine gängige Klassifizierung der Analyseebenen stellt die Unterteilung in die Makro-, Meso- und Mikroebene dar (Chandler & Vargo, 2011). Neben der Formation der beteiligten Akteure definiert der soziale Kontext auch Aspekte¹⁹, welche die gemeinsamen Aktivitäten der Ressourcenintegration beeinflussen. In diesem Zusammen-

¹⁸Unter persönlichen Ressourcen versteht man individuelle Ressourcen, welche einer Person inhärent sind. Diese können differenziert werden nach physischen Ressourcen (z.B. Gesundheit und Fitness), psychischen Ressourcen (z.B. Selbstwertgefühl), interaktionellen Ressourcen (z.B. Beziehungsfähigkeit) und ökonomischen Ressourcen (z.B. Kapitalbesitz) (Schubert & Knecht, 2012).

¹⁹Im Arbeitsumfeld umfasst der Kontext nach Bamberger (2008, S. 840) diverse Aspekte wie „physische Arbeitsplatzbedingungen, breitere soziale oder normative Umgebungen (einschließlich verschiedener Dimensionen

hang wird auch der Begriff der *Institutionen*²⁰ und institutionellen Logiken eingeführt. Dabei wird angenommen, dass Institutionen die „Art und Weise prägen, in der die Akteure Ressourcen integrieren und Werte schaffen und bewerten“ [übersetzt nach Koskela-Huotari und Vargo (2016), S. 169].

Zusammenfassend unterliegt der Prozess der Ressourcenintegration im Sinne der SD-Logik also einer sehr hohen Dynamik und Komplexität, welche in dem Umfang in der vorliegenden Arbeit nicht abgebildet werden kann. Neben den Fähigkeiten in Form von persönlichen Ressourcen des begünstigten Akteurs²¹, könnte auch der Forschungsverbund als soziales System (siehe Fußnote 19) oder Institutionen (siehe Fußnote 20) untersucht werden, in welche die Forschenden eingebunden sind.

Neben der hohen Dynamik des Wertschöpfungsprozesses müsste aufgrund des Aspektes der Value Co-Creation mindestens eine dyadische (zwei Akteure) Austauschbeziehung für die Konzeptionierung des Prozesses analysiert werden (Chandler & Vargo, 2011). Während der dabei geschaffene Wert jedoch individuell und subjektiv von den Akteuren in ihrem (sozialen) Umfeld wahrgenommen und bestimmt wird (Chandler & Vargo, 2011; Edvardsson et al., 2011; Vargo et al., 2008). Somit nimmt die prozessorientierte Konzeptionierung eine andere Perspektive (Makroebene) ein als die Analyse des individuell wahrgenommenen Wertergebnisses (Gummerus, 2013). Um diese Asymmetrie zu überwinden, wird vorgeschlagen anzunehmen, dass sich diverse Akteure an der Value Co-Creation beteiligen und dadurch eine *Co-Creation-Erfahrung* für das Individuum schaffen: „Experience is the missing link and the common denominator of value creation processes and value outcomes“ (Gummerus, 2013, S. 30).

der organisatorischen oder nationalen Kultur oder des Klimas in der Einheit oder Organisation) oder sogar externe Arbeitsmärkte“ [aus dem Englischen übersetzt]. Mit dem Kontext interdisziplinärer Forschung befassen sich bspw. Stokols, Misra, Moser, Hall und Taylor (2008) oder Siedlok und Hibbert (2014).

²⁰Unter anderem in den Veröffentlichungen von Edvardsson, Kleinaltenkamp, Tronvoll, McHugh und Windahl (2014), Koskela-Huotari und Vargo (2016) und Koskela-Huotari, Vink und Edvardsson (2020) setzen die Autoren die Ressourcen und deren dynamischen Charakter in Verbindung zu den Institutionen, in welchen diese integriert werden. Dabei lehnen sie sich an die Theorie von North (2006) an und diskutieren, inwiefern Institutionen als kognitive, normative und regulative Regelsysteme auch die „Regeln“ der Wertschöpfung abbilden. Bei der Untersuchung forschungsnaher Dienstleistungen könnte ein tiefgreifendes Verständnis der Auswirkungen der Verbundprojekte im Sinne von Institutionen wertvolle Erkenntnisse bzgl. des ViU liefern. Bspw. von Schophaus, Dienel und von Braun (2004) wurde interdisziplinäre Forschungsarbeit bereits in Zusammenhang zu Institutionen gesetzt.

²¹Die Forschenden als Akteure haben auf zwei Ebenen Einfluss auf die Wertschöpfung. Zum einen beeinflussen die persönlichen Ressourcen den Bedarf spezifischer weiterer Ressourcen sowie die Fähigkeit die angebotenen externen Ressourcen zu integrieren. Welche Ressourcen in Form von Kompetenzen im Zuge von interdisziplinärer Forschung relevant sein können untersucht bspw. Brandstätter und Sonntag (2016). Theoretisch könnte für die Gestaltung von forschungsnahen Dienstleistungen anhand der persönlichen Ressourcen ein bedarfsorientiertes Angebot abgeleitet werden, indem die Dienstleistung explizit bei der Unterstützung der defizitären Ressourcen der Forschenden ansetzt. Als Rahmen hierfür könnte eine Typisierung der Akteure dienen (vgl. weiterführend Jung (2014)). John (2019) bietet bspw. einen Ansatz hierfür, indem er vier Kooperationstypen interdisziplinärer Verbundforschung definiert.

Dieser Vorschlag wird für die Konzeptionierung wertvoller Ressourcen aus dem Wertschöpfungsprozess forschungsnaher Dienstleistungen übernommen. Durch die Untersuchung von Erfahrungen werden die theoretischen Einflussfaktoren, die die Ressourcenintegration und damit die Wertschöpfung bestimmen, implizit mitberücksichtigt, ohne die dahinterstehenden determinierenden Prozesse explizit zu strukturieren. Hierfür wird der Begriff der *aktivierten Arbeitsressourcen* eingeführt, dessen Verortung im Wertschöpfungsprozess folgend dargestellt wird.

Während der Inanspruchnahme findet ein gemeinsamer Wertschöpfungsprozess statt, in welchem Forschende ihrer eigenen Ressourcen, die angebotsseitigen Ressourcen sowie Ressourcen aus dem (sozialen) Umfeld integrieren. Die kundenseitige Wertschöpfung kann also als ein Prozess diverser Aktivitäten zur Ressourcenintegration verstanden werden, welche seitens des begünstigten Akteurs ausgeübt werden, *um ein bestimmtes Ziel zu erreichen* (Payne et al., 2008; Peters et al., 2014). Der Prozess der Ressourcenintegration kann nicht abgebildet werden, aber die anschließende subjektive Beurteilung des Wertschöpfungsprozesses hinsichtlich dessen Beitrag zur Zielerreichung (Kleinaltenkamp et al., 2012; Lemke, Clark & Wilson, 2011). Wie der Nutzen der Ressourcen beurteilt wird, wird von der Funktionalität der Ressourcen geprägt zu den Motiven, Interessen und Zielen einer Person beizutragen (Willutzki, 2003). Diese Motive, Interessen und Ziele stellen in der vorliegenden Arbeit die Zieldimensionen der forschungsnahen Dienstleistungen dar, welche in Kapitel 3.1 theoretisch abgeleitet werden. Die Arbeitsressourcen, die aus der Erfahrung der Value Co-Creation seitens der Forschenden als wertvoll beschrieben werden, entsprechen sogenannten *aktivierten Arbeitsressourcen*, welche „zur Anforderungsbewältigung oder Zielerreichung als brauchbar erkannt und entsprechend eingesetzt werden“ (Schubert & Knecht, 2012).

Definition: Aktivierte Arbeitsressourcen

Aktivierte Arbeitsressourcen sind die physischen, psychischen, sozialen und organisatorischen Arbeitsbedingungen, welche während der Inanspruchnahme forschungsnaher Dienstleistungen den Forschenden zur persönlichen Zielerreichung zur Verfügung gestellt, von ihnen als brauchbar erkannt und entsprechend eingesetzt werden.

3.3. Konzeptionierungsmodell

Aus den theoretischen Erkenntnissen lässt sich demnach das in Abbildung 5 dargestellte Konzeptionierungsmodell für den ViU forschungsnaher Dienstleistungen aufstellen.

Forschungsnaher Dienstleistungen müssen zunächst als potenziell wertvolles *Angebot* von Ressourcen verstanden werden. Dieses Angebot hat keinen Wert, bis die Forschenden es nutzen. Der Wert für die Forschenden ergibt sich über das Erreichen der Zieldimensionen, welche die Dimensionen des ViU als Wertergebnis repräsentierten (siehe Kapitel 3.1). Ob auf diesen Ebenen Wert für die Forschenden geschaffen

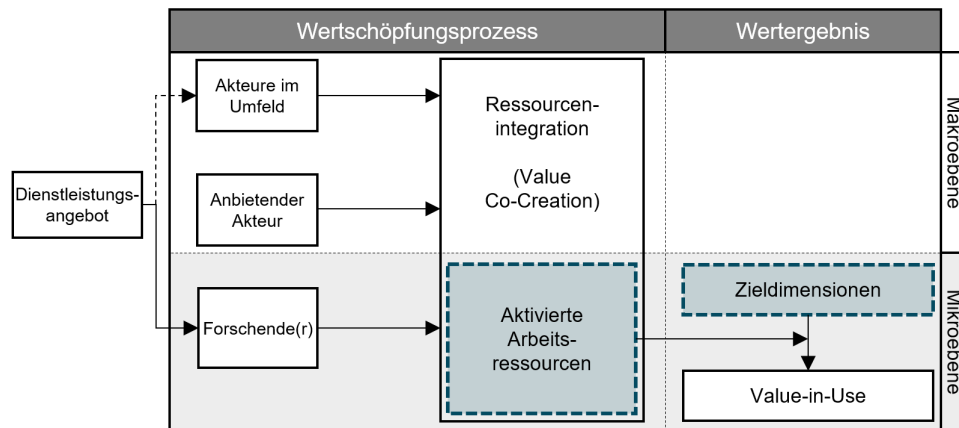


Abbildung 5: Konzeptionierungsmodell des ViU

Quelle: Eigene Darstellung

wird, bestimmt sich aus einem gemeinschaftlichen Wertschöpfungsprozess, welcher über die Mikroperspektive der einzelnen Forschenden hinausgeht. Hierbei integrieren die anbietenden Akteure, der oder die forschende Person sowie weitere Akteure aus dem Umfeld Ressourcen. Welche Ressourcen zur Zielerreichung seitens der einzelnen Forschenden auf Mikroebene als funktional erkannt und integriert werden, kann anhand von aktivierten Arbeitsressourcen dargestellt werden (siehe Kapitel 3.2).

3.4. Anforderungen aus der Forschungslücke

Die aktivierten Arbeitsressourcen und Zieldimensionen stellen die beiden Betrachtungsebenen des ViU forschungsnaher Dienstleistungen dar.

Für die Konzeptionierungsebene der Zieldimensionen kann auf einen breiten Forschungsstand zurückgegriffen werden, welcher sich mit der empirischen Analyse von ViU-Dimensionen innerhalb unterschiedlicher Nutzungssituationen befasst. Welche Wert- bzw. Zieldimensionen für forschungsnahe Dienstleistungen als konkreter Anwendungsfall relevant sind, wird bislang nicht untersucht. Aus diesem Grund wird aus dem aktuellen Forschungsstand und theoretischen Vorüberlegungen bzgl. des Einflusses des Anwendungsfalls (Dienstleistungen in Forschungsverbünden) ein Portfolio möglicher Zieldimensionen abgeleitet. Welche dieser potenziellen Dimensionen für forschungsnahe Dienstleistungen relevant sind, muss spezifiziert werden. Nach Lusch und Vargo (2006, S. 44) sind „Erfahrung und Wahrnehmung [...] wesentlich für die Wertbestimmung“ [aus dem Englischen übersetzt]. Aus diesem Grund kann eine solche Spezifikation nur mithilfe einer empirischen Untersuchung gelingen, in welcher Forschende als begünstigte Akteure anhand konkreter *erlebter* Nutzungssituationen artikulieren, welche Zieldimensionen für sie relevant sind (Hartwig & Jacob, 2018; Macdonald et al., 2011).

Die Relevanz von Erfahrung und Wahrnehmung (Lusch & Vargo, 2006) gilt auch für die Konzeptionierungsebene

der aktivierten Arbeitsressourcen, weshalb auch hier eine empirische Untersuchung angestrebt wird. Eine Darstellung von spezifischen Ressourcen, welche sich als Konsequenzen auf den ViU in Form einer Zielerreichung auswirken, wird nach Kenntnis der Autorin bisweilen nicht untersucht. Aus diesem Grund werden anhand der Forschung aus dem Bereich der Arbeitspsychologie Einblicke gewonnen, welche Arbeitsressourcen für Forschende wertvoll sein können. Eine vergleichbare Klassifizierung, wie bei den Zieldimensionen, ist für die Arbeitsressourcen nicht aus dem Forschungsstand ableitbar. Außerdem wird der dynamische Wertschöpfungsprozess und damit der tatsächliche Wert von Ressourcen aus der Perspektive der SD-Logik dargestellt. Hieraus wird hergeleitet, dass mit dem Anspruch der Konzeptionierung des ViU aus der Sicht von Forschenden dieser Prozess lediglich implizit mitberücksichtigt werden kann. Dies gelingt durch die Untersuchung von Erfahrungen mit forschungsnahen Dienstleistungen, auf welche sich die Forschenden beziehen können (Gummerus, 2013; Kleinaltenkamp, Storck et al., 2018; Lusch & Vargo, 2006).

Durch die somit legitimierte angestrebte empirische Analyse, folgt die Arbeit ebenfalls Forschungsansprüchen aus dem Bereich der Dienstleistungsinnovationen, welche empirische Ergänzungen der bestehenden theoretischen Konzeptionierungsansätze fordern (Helkkula et al., 2018).

4. Empirische Analyse

Aus dem aktuellen Forschungsstand kann ein Modell abgeleitet werden (siehe Kapitel 3.3), welches zunächst eine theoretische Konzeptionierung des ViU forschungsnaher Dienstleistungen darstellt. Dieses soll nun für den konkreten Anwendungsfall empirisch untersucht werden (siehe Kapitel 3.4). Das hierfür entwickelte Untersuchungsmodell sowie das methodische Vorgehen der Erhebung und Auswertung wird nachfolgend beschrieben.

4.1. Zielsetzung und Fragestellungen

Die empirische Untersuchung verfolgt das übergeordnete Ziel, den ViU als Wertergebnis forschungsnaher Dienstleistungen aus der Sicht der Forschenden zu verstehen. Wie zuvor erläutert, kann der ViU anhand unterschiedlicher Dimensionen spezifiziert werden (siehe Kapitel 3.1). Darüber hinaus wird in Kapitel 3.2 der ViU als prozessbasiertes Wertkonstrukt beschrieben, dessen Ergebnis von der Bereitstellung aktivierter Arbeitsressourcen innerhalb des Wertschöpfungsprozesses determiniert wird. Mithilfe der empirischen Untersuchung sollen diese beiden Konzeptionsebenen des ViU für das vorliegende Forschungsobjekt inhaltlich spezifiziert werden. Daraus ergeben sich die ersten beiden übergeordneten Fragestellungen (FS) für die empirische Untersuchung.

- FS 1: Welche Zieldimensionen sind für Forschende bei der Inanspruchnahme forschungsnaher Dienstleistungen relevant und wie lassen sich diese charakterisieren?
- FS 2: Welche aktivierten Arbeitsressourcen ermöglichen im Forschungskontext das Erreichen der Zieldimensionen forschungsnaher Dienstleistungen?

Über diese inhaltliche Spezifikation der Zieldimensionen und Exploration der aktivierten Arbeitsressourcen hinaus, unterstellt das Konzeptionierungsmodell eine funktionale Verbindung zwischen den beiden Betrachtungsebenen. Diese soll anhand der empirischen Ergebnisse überprüft werden, wofür die folgende Fragestellung ergänzend formuliert wird:

- FS 3: Welche aktivierten Arbeitsressourcen aus dem Dienstleistungsprozess tragen aus Sicht der Forschenden zum Erreichen der Zieldimensionen und somit zur Wertschöpfung innerhalb der ViU-Dimensionen bei?

4.2. Untersuchungsdesign

Aus diesen Fragestellungen ergibt sich sowohl die theoretische Verortung der empirischen Analyse als auch die Ausrichtung des Forschungsdesigns, welche nachfolgend beschrieben wird.

Die Untersuchung bezieht sich auf die *methodisch-theoretischen Grundlagen der Sozialwissenschaften*. „Ihr [Sozialwissenschaften] Analysegegenstand ist der in einem sozialen Kontext lebende und handelnde Mensch, das soziale Individuum, dessen Handeln mit Sinn, mit Bezug auf andere versehen ist“ (Lamnek, 2010, S. 13). Diese Ausrichtung der Analyse auf das soziale Individuum deckt sich mit dem ViU-Verständnis im Sinne der SD-Logik. Nach dieser stellt der ViU eine individuelle und phänomenologische Wertbeurteilung aus der Sicht von Forschenden dar, welche in einen komplexen (sozialen) Kontext eingebettet ist.

Der Schwerpunkt der Untersuchung auf die Wertwahrnehmung durch die Forschenden entspricht dem übergeordneten Anspruch der *qualitativen Sozialforschung*, die „Lebenswelten 'von innen heraus' aus Sicht der handelnden Menschen zu beschreiben“ (Flick, von Kardorff & Steinke, 2017, S. 14). Demzufolge ergibt sich für die vorliegende Untersuchung ein qualitatives Forschungsdesign, wodurch sich der vorliegende

Ansatz in die aktuelle qualitative Forschungspraxis bzgl. der Wertforschung im Rahmen des ViU einreicht.

Das übergeordnete Untersuchungsdesign ist in Abbildung 6 dargestellt.

Der aktuelle Stand der Forschung zu den ViU-Dimensionen bzw. Zieldimensionen (siehe Kapitel 3.1) wird als Inputdaten für die Untersuchung verwendet. Diese sollen im Zuge der Erhebung hinsichtlich ihrer Relevanz für den Forschungskontext geprüft sowie inhaltlich charakterisiert werden (FS 1), wozu konkrete Erfahrungen von Forschenden mit forschungsnahen Dienstleistungen untersucht werden. Dieses Vorgehen stützt sich auf Macdonald et al. (2011) und Hartwig und Jacob (2018), welche feststellen, dass Individuen die persönlich relevanten Dimensionen anhand von konkreten Dienstleistungssituationen artikulieren können. Auf den so ermittelten Zieldimensionen forschungsnaher Dienstleistungen aufbauend, soll zusätzlich erhoben werden, anhand welcher Arbeitsressourcen Forschende beurteilen, ob ein Wert für sie innerhalb dieser Dimensionen geschaffen wurde (FS 2). Dieser Forschungsansatz für die zweite Fragestellung und das dahinterstehende methodische Vorgehen wird von Hartwig und Jacob (2018)²² übernommen. Die erhobenen Daten zu den ersten beiden Fragestellungen der empirischen Analyse sollen anschließend mittels einer qualitativen Inhaltsanalyse ausgewertet werden. Eine zusammenführende Betrachtung der Ergebnisse zu FS 1 und FS 2 ermöglicht die Beantwortung der dritten Fragestellung.

4.3. Methodisches Vorgehen

Im Zentrum des Untersuchungsdesigns steht eine qualitative Erhebung über Einzelinterviews mit einer anschließenden Kategorisierung der Daten mittels qualitativer Inhaltsanalyse. Im Folgenden wird das methodische Vorgehen zur Erhebung und Auswertung dargestellt. Anschließend folgt eine Beschreibung der angestrebten Datenerfassung (siehe Kapitel 4.4) und des Auswertungsprozesses (siehe Kapitel 4.5).

4.3.1. Erhebungsinstrument

Als Erhebungsinstrument werden strukturierte, leitfadengestützte Interviews eingesetzt. Die genaue Befragungsform lässt sich anhand einer Vielzahl von Gesichtspunkten spezifizieren. Die Auswahl des Erhebungsinstruments wird in Anlehnung an Lamnek (2010, S. 303) beschrieben und in Tabelle 3 charakterisiert.

Die Wahl von Interviews begründet sich aus den zugrundeliegenden Fragestellungen der empirischen Analyse (siehe Kapitel 4.1). Diese erfordern Erkenntnisse aus der subjektiven Erfahrungswelt von Forschenden im Umgang

²²Hartwig und Jacob (2018) setzen sich bei einer empirischen Untersuchung ein vergleichbares Forschungsziel. Unter dem Begriff Beurteilungsmodi wird analysiert, wie und anhand welcher Kriterien die Befragten entscheiden, ob ein Ziel für sie erreicht wurde. Der Ansatz ist aufgrund der impliziten Berücksichtigung des Wertschöpfungsprozesses mit dem vorliegenden Konzeptionierungsansatz des Wertschöpfungsprozesses vergleichbar, nimmt hierzu jedoch nicht die Perspektive der Ressourcen ein.

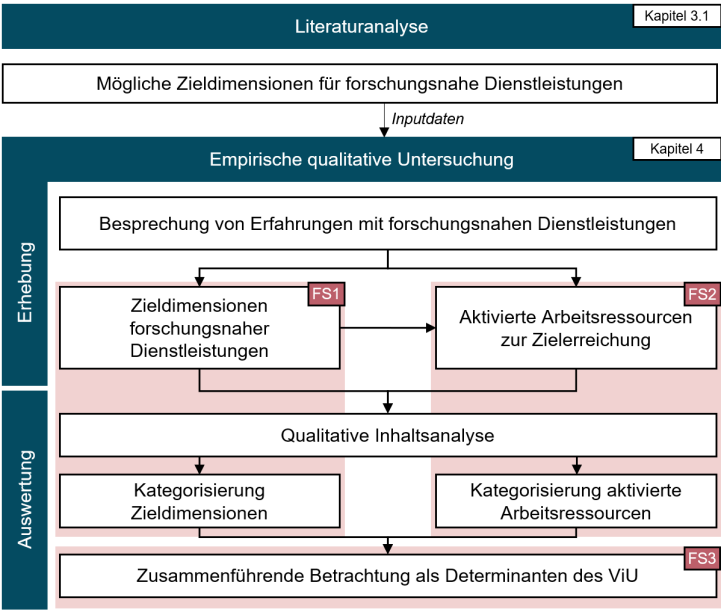


Abbildung 6: Untersuchungsdesign

Tabelle 3: Spezifikation der Befragung

Dimension der Differenzierung	Form des vorliegenden Interviews
Struktur der zu Befragenden	Einzelinterview
Stil der Kommunikation, Interviewverhalten	Weich
Form der Kommunikation	Mündlich
Intention des Interviews	Ermittelnd (informativ)
Standardisierung	Halb-standardisiert
Kommunikationsmedium	Videotelefonisch

mit forschungsnahen Dienstleistungen. Ein derartiger Zugang kann mithilfe von *Einzelinterviews* geschaffen werden, in welchen sich die Betroffenen auf vergangene Erlebnisse und Erfahrungen mit forschungsnahen Dienstleistungen beziehen und davon berichten. Eine weitere Möglichkeit hierfür stellen auch Gruppeninterviews dar. Die empirische Untersuchung bezieht sich jedoch auf Forschende, welche innerhalb ihres Arbeitsumfeldes befragt werden. Um hier die Auswirkungen gegenseitiger Beeinflussung und sozial erwünschter Antworttendenzen zu minimieren, stellen Einzelinterviews die präferierte Struktur der Befragten dar.

Im Zuge der Einzelinterviews soll ein *weicher Kommunikationsstil* eingesetzt werden, um eine Sympathie- und Vertrauens Ebene zu der interviewten Person aufzubauen. Dabei folgt die *mündliche* Befragung einer Struktur, welche bereits im Zuge der Fragestellungen und dem Untersuchungsdesign angedeutet wird und auf den theoretischen Vorannahmen bzgl. der ViU-Konzeption beruht. Konkret sollen die beiden zentralen Fragen FS 1 und FS 2 beantwortet werden. Dabei hat die Erhebung insbesondere eine *ermittelnde Intention*, da ein konzeptioneller Rahmen für den ViU bereits besteht. Mithilfe der Befragung sollen für diesen Rahmen Wissensbestände der Interviewten *informativ* Erkenntnisse liefern,

welche sich aus dem vorliegenden Forschungskontext ergeben (Lamnek, 2010).

Die Befragung wird mithilfe eines Leitfadens durchgeführt, welcher *standardisierte* und *nicht-standardisierte* Elemente enthält. Die inhaltlichen Elemente operationalisieren die ersten beiden Fragestellungen der Erhebung (siehe Kapitel 4.1) für die Interviews. Demnach hat der Interviewleitfaden zwei Befragungsebenen, welche sich auf die Zieldimensionen (FS 1) und Arbeitsressourcen (FS 2) beziehen. Die Befragung ist in diese zwei thematischen Einheiten unterteilt. Zunächst soll anhand des bestehenden Portfolios der Zieldimensionen (siehe Tabelle 2) eine gemeinsame Verständnisgrundlage geschaffen werden. Dabei werden die einzelnen Zieldimensionen mithilfe von niederschwellig formulierten Aussagen auf einem digitalen Whiteboard dargestellt (siehe Anhang A – Interviewleitfaden) und anschließend gemeinsam anhand der subjektiven Dienstleistungserfahrungen der Interviewten besprochen. Der zweite Teil der Befragung ist vornehmlich narrativ gestaltet. Die Befragten werden dazu aufgefordert zu beschreiben, wie sie beurteilen, ob eine spezifische Zieldimension für sie persönlich erreicht wurde. Hier wird bewusst auf die Verwendung des Begriffes der Ressource verzichtet und anstatt dessen offen nach den Arbeitsbedin-

gungen gefragt. Dabei werden die einzelnen Dienstleistungserfahrungen getrennt voneinander besprochen und lediglich die zuvor als relevant identifizierten Zieldimensionen untersucht. Eine genaue Beschreibung des Ablaufs ist dem Interviewleitfaden in Anhang A zu entnehmen.

Allgemein soll der Leitfaden als struktureller Rahmen für das Interview gesehen werden. Somit wird die Vergleichbarkeit der Interviews erhöht und sichergestellt, dass alle relevanten Themengebiete angesprochen werden. Die konkrete Abfolge sollte von der interviewenden Person jedoch flexibel an die Gesprächssituation angepasst werden. Neben den standardisierten Elementen des Interviews, sind die Fragen im Leitfaden *offen* formuliert und größtenteils als Erzählaufforderung zu verstehen. Diese offene Formulierung soll dem Interviewten eine autonome Priorisierung persönlich relevanter Aspekte zu dem betrachteten Gesprächsgegenstand erlauben.

4.3.2. Stichprobe

Wie bei qualitativen Erhebungen üblich (Lamnek, 2010), verfolgt auch die vorliegende Erhebung bei der Wahl der Stichprobe keine Ansprüche der Repräsentativität im statistischen Sinn. Vielmehr soll die gewählte Stichprobe im inhaltlichen Sinne für das Erhebungsziel repräsentativ sein, weshalb ein qualitativer Stichprobenplan verfolgt wird (Kelle & Kluge, 1999; Lamnek, 2010). Dieser sieht vor, die relevanten Merkmale der Stichprobe im Voraus zu definieren und darauf aufbauend die Stichprobe auszuwählen (Lamnek, 2010).

Das Erhebungsziel beläuft sich auf eine inhaltliche Spezifikation des ViU von forschungsnahen Dienstleistungen. Da der ViU als ein individuell wahrgenommenes Wertkonstrukt verstanden wird, müssen demnach Forschende befragt werden, welche derartige Dienstleistungen (siehe Kapitel 2.1) bereits in Anspruch genommen haben. Darüber hinaus stellt der Begriff forschungsnahen Dienstleistungen ein Überbegriff verschiedener Dienstleistungsoptionen dar. Um sich in der Untersuchung dieser Variabilität zu nähern und zusätzlich die Datendichte innerhalb einer einzelnen Befragung zu erhöhen, sollten die Interviewten von zwei Erfahrungen mit unterschiedlichen Dienstleistungen berichten können. Des Weiteren werden die Dienstleistungen immer im Kontext eines Forschungsverbundes erbracht. Dieses (soziale) Umfeld hat nach der SD-Logik Einfluss auf die Wahrnehmung des ViU. Diesem Einflussfaktor kann insofern Rechnung getragen werden, dass die Stichprobe Proband*innen aus unterschiedlichen Projektumfeldern beinhaltet. Um dennoch eine adäquate Datenmenge innerhalb eines (sozialen) Umfeldes zu generieren, wird eine proportional verteilte Stichprobe aus zwei unterschiedlichen Verbundprojekten angestrebt.

Für die so festgelegte Stichprobe der empirischen Untersuchung können zehn Forschende aus zwei unterschiedlichen Forschungsverbünden gewonnen werden. Der erste Forschungsverbund (Forschungsverbund A) setzt sich aus acht einzelnen Verbundprojekten zusammen mit einem dazugehörigen Metaprojekt. Das Metaprojekt stellt ein wissenschaftliches Begleitforschungsprojekt dar, welches die Erkenntnisse der Förderlinie wissenschaftlich weiterentwickelt und ver-

breitet. Für diese Tätigkeiten steht das Metaprojekt im engen Austausch mit den Projekten und initiiert für sie in dem Zusammenhang auch koordinative sowie begleitende Angebote. Beispielsweise werden so forschungsnahe Dienstleistungen in Form von Austauschterminen zwischen den einzelnen Verbundprojekten angeboten sowie individuelle Workshops zu methodischen und theoretischen Grundlagen. Der zweite Forschungsverbund (Forschungsverbund B) ist eine interdisziplinäre Forschungspartnerschaft zwischen sechs Kooperationsmitgliedern, hinter welchen größere Organisationen wie (Fach-)Hochschulen und außeruniversitäre Forschungseinrichtungen stehen. Hier werden seitens der Projektkoordination und -leitung forschungsnahe Dienstleistungen in Form von Austauschtreffen, einer organisatorischen und verwaltungstechnischen Begleitung der Projektinstitutionen sowie partnerübergreifende Vernetzungs- und Austauschtreffen angeboten. Von diesen beiden Verbünden werden insgesamt zehn Forschende befragt. Sechs dieser Forschenden haben eine Professur inne während drei als wissenschaftliche Mitarbeiter*innen in den Projekten arbeiten, von denen zwei derzeit promovieren. Die befragten Forschenden stammen aus insgesamt acht unterschiedlichen Forschungsinstitutionen. Auf weitere personenbezogenen statistischen Angaben wird an dieser Stelle bewusst verzichtet, um die Anonymität der Befragten zu wahren.

4.3.3. Auswertungsstrategie

Die Auswertung der Interviews wird mithilfe einer qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring (1983) vorgenommen. Dabei wird das Kommunikationsmaterial hinsichtlich der explizit getroffenen Aussagen der Befragten, sogenannten *manifesten Kommunikationsinhalten*, analysiert (Lamnek, 2010). Das Vorgehen der Auswertung folgt einem festgelegten Ablaufmodell. Nachfolgend ist das inhaltsanalytische Ablaufmodell abstrahiert dargestellt (siehe Abbildung 7). Im Detail untergliedert sich dieses in weitere Vorgehensstufen, welche im Zuge der Durchführungsbeschreibung in Kapitel 4.4 näher erläutert werden.

Als Ausgangsmaterial werden die Transkripte der Interviews verwendet (siehe Kapitel 4.4.1). Die Analyse des Materials folgt den zwei Fragestellungen FS 1 und FS 2 (siehe Kapitel 4.4.2), aus welchen sich unterschiedliche Analysetechniken ergeben. Zum einen sollen Erkenntnisse bzgl. der Zieldimensionen von forschungsnahen Dienstleistungen gewonnen werden. Ein Kategoriensystem hierfür konnte im Vorfeld aus dem Stand der Forschung abgeleitet werden (siehe Kapitel 3.1). Demnach wird hier eine inhaltliche Strukturierung vorgenommen, welche eine deduktive inhaltliche Spezifikation der Kategorien anhand des Materials vorsieht (siehe Kapitel 4.5.1). Zum anderen sollen aktivierte Arbeitsressourcen kategorisiert werden, welche für die Forschenden zur Zielerreichung während der Inanspruchnahme forschungsnaher Dienstleistungen bereitgestellt werden. Diese Analyse wird induktiv vorgenommen und folgt einem festgelegten Schema (siehe Kapitel 4.5.2).

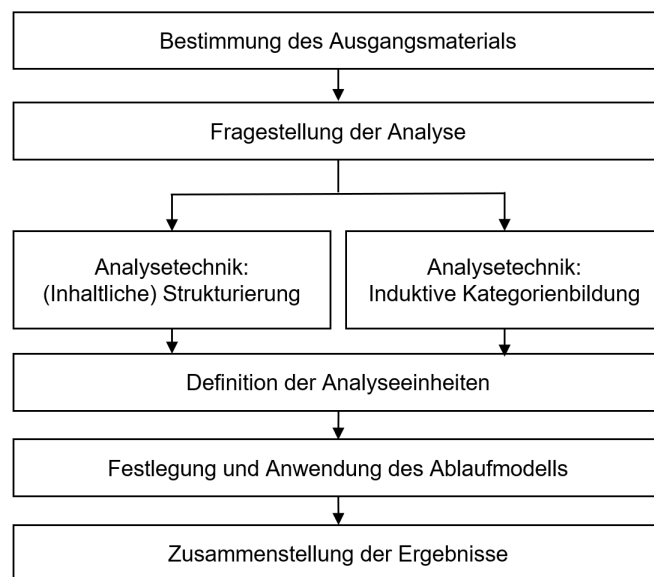


Abbildung 7: Inhaltsanalytisches Ablaufmodell

Quelle: Eigene Darstellung, in Anlehnung an Mayring (2015)

4.3.4. Gütekriterien

Um die Qualität der Erkenntnisgewinnung im Zuge der empirischen Untersuchung zu gewährleisten, wurde das methodische Vorgehen unter Berücksichtigung der Gütekriterien der sozialwissenschaftlichen Methodenlehre gestaltet und erweitert. Es wird nach den Maßen der *Reliabilität* und *Validität* unterschieden (Mayring, 2015, S. 123).

Die Zuverlässigkeit bzw. *Reliabilität* gilt als das Maß der „Stabilität und Genauigkeit der Messung sowie die Konstanz der Meßbedingungen“ (Friedrichs, 1973, S. 102). Die Reliabilität wird während der empirischen Datenerhebung sowie deren Auswertung über die Einhaltung verschiedener Zielvorgaben erreicht. Mayring (1996) formuliert im Zuge dessen drei allgemeine Prüfaspekte. Das Verfahren der Datenerhebung und Analyse soll detailliert dargestellt (*Verfahrensdokumentation*) und der interpretative Vorgang festgehalten (*argumentative Interpretationsabsicherung*) werden. Darüber hinaus soll die Auswertung systematisch vorgehen (*Regelgeleitetheit*). Durch die Übernahme des von Mayring (2015) beschriebenen Auswertungskonzepts der qualitativen Inhaltsanalyse (Kapitel 4.3.3) werden die drei Prüfaspekte sichergestellt. Die genaue Beschreibung des Auswertungsprozesses erfolgt in den beiden folgenden Kapiteln 4.4 und 4.5.

Die *Validität* gibt an, „ob das gemessen wird, was gemessen werden sollte“ (Friedrichs, 1973, S. 100). Dabei ist nicht die Validität das Ziel qualitativer Forschung, sondern eine Validierung als Prozess (Lamnek, 2010). Gemäß diesem Ziel wird die vorliegende empirische Analyse auf zwei Ebenen mithilfe von Methoden der Triangulation validiert. Reichertz (2014) verweist darauf, dass die Validität der Datenanalyse erhöht werden kann, wenn das Material von mehreren Forschenden unabhängig interpretiert und die Ergebnisse anschließend diskutiert werden. Aus diesem Grund wird

die qualitative Inhaltsanalyse in Kooperation und Rücksprache mit Anna Lux, der Betreuerin der vorliegenden Arbeit, durchgeführt. Darüber hinaus werden die theoretische Initiierung der empirischen Analyse, deren Durchführung sowie die Ergebnisse mit der Erstprüferin, Prof. Dr. Susanne Robra-Bissantz²³, abschließend besprochen und validiert.

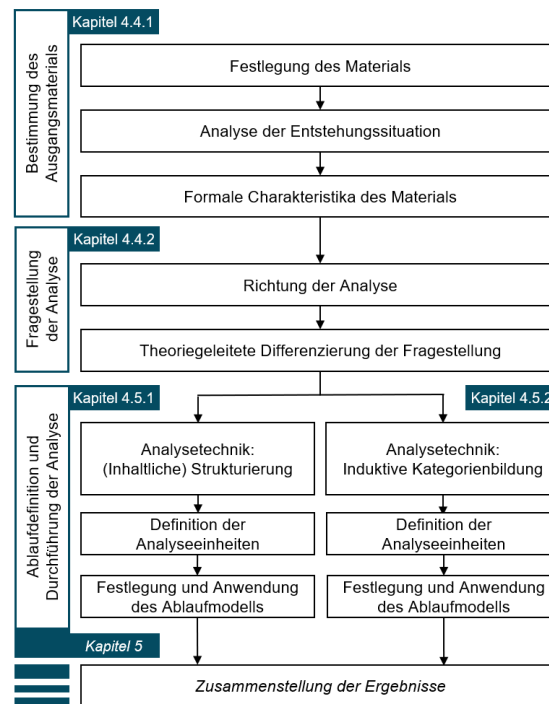
4.4. Durchführung der Analyse

Folgend wird die Durchführung der Datenerhebung und Auswertung beschrieben. Dabei dient das Ablaufmodell der qualitativen Inhaltsanalyse zur Dokumentation des Verfahrens (siehe Abbildung 8, detaillierend zu Abbildung 7). In Kapitel 4.4.1 wird das Ausgangsmaterial bestimmt. Dabei wird unter anderem der Datenerhebungsprozess (Interviewdurchführung) beschrieben und das so gesammelte Material spezifiziert. Darauf werden die Fragestellungen der empirischen Analyse, welche sich aus den theoretischen Vorüberlegungen in Kapitel 3 ergeben, erneut kurz vorgestellt (siehe Kapitel 4.4.2). Aus den Fragestellungen leiten sich zwei unterschiedliche Analysetechniken zur Auswertung des Materials ab, deren Ablauf in Kapitel 4.5 beschrieben wird.

4.4.1. Bestimmung des Ausgangsmaterials

Zur Bestimmung des Ausgangsmaterials wird folgend die Festlegung des Materials, die Analyse der Entstehungssituation sowie formale Charakteristika des Materials beschrieben (Mayring, 2015).

²³ Als Forschende entspricht sie den Anforderungen der Strichprobenkriterien und ist damit im Sinne der vorliegenden Arbeit auch als Anspruchsgruppe forschungsnaher Dienstleistungen zu verstehen. Darüber hinaus kann sie auf umfassende Kenntnisse und Forschungserfahrung in dem Bereich der SD-Logik und der Theorie des ViU zurückgreifen.

**Abbildung 8:** Durchführungsbeschreibung

Quelle: Eigene Darstellung, in Anlehnung an Mayring (2015)

Tabelle 4: Ausgangsmaterial der Analyse

Kennung der Interviewten	Anzahl der besprochenen Dienstleistungen	Gesamte Dauer des Interviews [Stunden]	Dauer des transkribierten Teils[Stunden]	Umfang der Transkription [Seiten]
A_1	2	01:48:42	01:29:57	28
A_2	2	01:14:50	01:11:08	24
A_3	2	01:20:16	00:59:52	20
Summe A	6	04:23:48	03:40:57	72
B_1	1	01:06:12	00:54:25	19
B_2	2	00:59:12	00:55:46	20
B_3	2	01:29:30	01:17:54	30
B_4	1	01:39:50	01:10:54	20
B_5	1	01:40:48	01:16:55	25
B_6	1	00:51:02	00:46:45	20
Summe B	8	07:47:32	06:28:40	134
Summe	14	12:11:20	10:09:37	206

Festlegung des Materials

Für die Auswertung werden die Transkriptionen von neun Einzelinterviews verwendet²⁴. Zusätzlich wird das Portfolio

²⁴Insgesamt wurden zehn Interviews durchgeführt. Ein Interview konnte nicht in die Auswertung impliziert werden, da die dort besprochene Dienstleistungserfahrung nicht dem, in der vorliegenden Arbeit definierten, Dienstleistungsverständnis für forschungsnahe Dienstleistungen entspricht.

der ViU-Dimensionen (Tabelle 2), welche als Verständnisgrundlage in den Interviews vorgestellt wurden, in die Auswertung impliziert. Tabelle 4 listet das Ausgangsmaterial hinsichtlich der Dauer der Interviews sowie des Umfangs der schriftlichen Transkription auf. Im Zuge der Interviews werden insgesamt 14 Dienstleistungserfahrungen besprochen. Innerhalb der Interviews können insbesondere aus zeitlichen Gründen nicht immer zwei Erfahrungen mit forschungsnahe Dienstleistungen besprochen werden. Aus diesem Grund

umfasst die Stichprobe des zweiten Forschungsverbundes (B) mehr befragte Personen. Die beschriebenen Dienstleistungserfahrungen sind mit sechs (Forschungsverbund A) zu acht (Forschungsverbund B) annähernd gleich verteilt (siehe Kapitel 4.3.2).

Es werden jeweils die Textpassagen untersucht, innerhalb derer Zieldimensionen und Beurteilungsaspekte dieser Dimensionen im Sinne von aktivierten Arbeitsressourcen anhand von Beispielen forschungsnaher Dienstleistungen besprochen wurden.

Analyse der Entstehungssituation

Die Interviewteilnehmer wurden durch ein direktes Anschreiben über E-Mail kontaktiert und dabei von der Autorin direkt angesprochen (siehe Anhang B – Einladungsschreiben).

Die Teilnahme der interviewten Personen war freiwillig. Das Interview erfolgte bilateral zwischen der befragten Person und der Autorin der vorliegenden Arbeit. Dabei wurde ein Leitfaden eingesetzt (siehe Anhang A – Interviewleitfaden), welcher die inhaltlichen Aspekte der Interviews festlegt. Die konkrete Formulierung der Fragen und der Ablauf der Befragung wurde nach Ermessen der Interviewerin angepasst. Die Interviews wurden über eine Videokonferenz innerhalb des Zeitraums vom 08.03.2021 bis 24.03.2021 durchgeführt.

Eine kurze Einschätzung der Interviewsituation seitens der Interviewerin wird im Nachgang des Termins formuliert.

Formale Charakteristika des Materials

Die Interviews wurden aufgezeichnet und anschließend semantisch transkribiert. Dafür wurden im Vorfeld Hinweise zur Transkription festgelegt. Diese orientieren sich an einer Formatvorlage zur Interviewtranskription von Mayring (2015) (siehe Anhang C – Transkriptionshinweise).

4.4.2. Fragestellung der Analyse

Richtung der Analyse

Durch die Interviews sollen die Befragten dazu angeregt werden, ihre persönlichen Bedürfnisse und Präferenzen hinsichtlich der Unterstützungsangebote in Form von forschungsnahen Dienstleistungen zu berichten. Dabei dient ein zuvor definiertes Portfolio der Zieldimensionen einer gemeinsamen Verständigungsgrundlage. Anhand dessen können die Interviewten Ihre subjektiven Erfahrungen mit derartigen Dienstleistungsangeboten zielgerichtet innerhalb der theoretischen Vorkenntnisse artikulieren.

Theoriegeleitete Differenzierung der Fragestellung

Das Interviewmaterial beinhaltet Aussagen zu den Zielen, welche bei der Inanspruchnahme von forschungsnahen

Dienstleistungen verfolgt werden. Darüber hinaus formulieren die Befragten, anhand welcher Aspekte sie für sich beurteilt haben, ob ein bestimmtes Ziel für sie persönlich erreicht wurde. Aus diesen Aussagen können die wertschaffenden aktivierten Arbeitsressourcen abgeleitet werden.

Die Fragestellungen der Analyse leiten sich aus dem theoretischen Konzeptionierungsmodell ab (siehe Kapitel 3.3 und Kapitel 3.4) ab, und werden bereits im Zuge der Zielsetzung der empirischen Analyse (siehe Kapitel 4.1) definiert:

FS 1: Welche Zieldimensionen sind für Forschende bei der Inanspruchnahme forschungsnaher Dienstleistungen relevant und wie lassen sich diese charakterisieren?

FS 2: Welche aktivierten Arbeitsressourcen ermöglichen im Forschungskontext das Erreichen der Zieldimensionen forschungsnaher Dienstleistungen?

Die zusammenführende Analyse, welche durch die dritte Fragestellung (siehe Kapitel 4.1) gefordert wird, stellt die Ergebnisse der Fragestellungen FS 1 und FS 2 zueinander in Relation. Dadurch ist keine systematische Auswertung im Sinne einer qualitativen Inhaltsanalyse notwendig, wie sie für die ersten beiden Fragestellungen folgend beschrieben wird.

4.5. Qualitative Inhaltsanalyse zur Auswertung

Die Auswertung der Interviews soll mithilfe einer qualitativen Inhaltsanalyse erfolgen. Hierfür existieren zahlreiche Analyseformen. Mayring (2015) unterscheidet drei Grundformen des Interpretierens. Für die vorliegenden Fragestellungen (siehe Kapitel 4.4.2) wird das Material (siehe Kapitel 4.4.1) *zusammenfassend* interpretiert. Dabei werden zwei unterschiedlichen Analysetechniken eingesetzt, im Zuge derer separate Ablaufmodelle für das systematische Vorgehen definiert werden (siehe Abbildung 9).

4.5.1. Zieldimensionen: Ablauf der inhaltlichen Strukturierung

Die erste Fragestellung (FS 1) bezieht sich auf die Konkretisierung der Zieldimensionen hinsichtlich deren Relevanz und Inhalt für forschungsnahen Dienstleistungen. Dabei wird das zuvor entwickelte Portfolio möglicher Zieldimensionen als deduktives Kategoriensystem verwendet und anschließend eine inhaltliche Strukturierung der Dimensionen nach Mayring (2015) durchgeführt. Dabei werden Textstellen, welche der inhaltlichen Charakterisierung der ViU-Dimensionen forschungsnaher Dienstleistungen dienen, extrahiert, paraphrasiert und zusammenfassend dargestellt. Für dieses Vorgehen werden folgende Analyseeinheiten festgelegt (Mayring, 2015, S. 88):

- Kodiereinheit: Bedeutungstragende Elemente im Transkriptionsmaterial
- Kontexteinheit: Interviewpassagen, in welcher die Zieldimensionen einer Person beschrieben werden, in Verbindung mit den theoretisch abgeleiteten ViU-Dimensionen
- Auswertungseinheit: Alle Interviewtranskriptionen (siehe Kapitel 4.4.1)

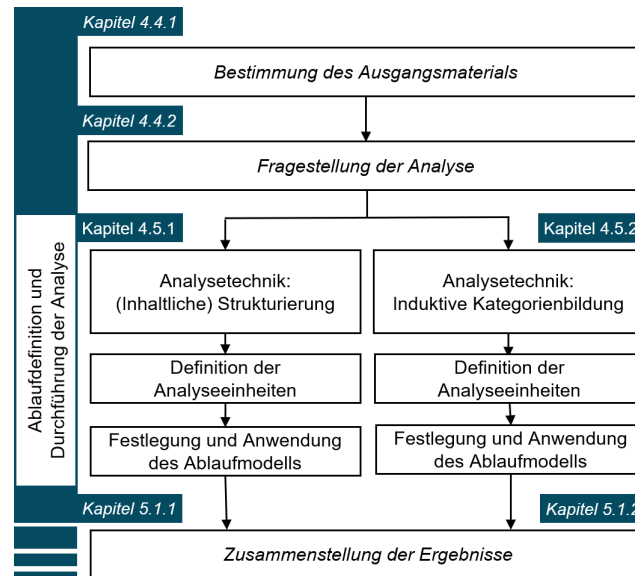


Abbildung 9: Ablaufdefinition und Durchführung der Analyse

Quelle: Eigene Darstellung, in Anlehnung an Mayring (2015)

Das analytische Vorgehen ist nach dem Ablaufmodell zur inhaltlichen Strukturierung vorgegeben (siehe Abbildung 10).

Die theoriegeleitete Festlegung der Kategorien wird innerhalb der Vorüberlegungen hinsichtlich des aktuellen Forschungsstandes beschrieben (siehe Kapitel 3.1). Die ViU-Dimensionen (siehe Tabelle 2) stellen für die vorliegende Analyse die inhaltlichen Hauptkategorien dar und können mithilfe von Zielen für die Befragten operationalisiert werden. Aus diesem Grund wird im Interview danach gefragt, welche Ziele die Interviewten bei der Inanspruchnahme forschungsnaher Dienstleistungen verfolgen und wie sie für sich ein solches Ziel charakterisieren. Dazu werden die Dimensionen des zuvor festgelegten Kategoriensystems als Verständigungsgrundlage während der Interviews den Befragten vorgestellt (siehe 4.3.1 und Anhang A – Interviewleitfaden).

Das Material wird nach Textpassagen durchlaufen, welche sich inhaltlich auf die Zieldimensionen beziehen. Die Fundstellen werden dabei fortlaufend im Transkriptionsmaterial hervorgehoben und nach dem Schema „Interviewtenkennung – Dienstleistungsnummer – fortlaufende Nummer“ nummeriert. Anschließend werden die Fundstellen extrahiert und den Kategorien (Zieldimensionen) zugeordnet. Hierbei wird zunächst die intuitive Zuordnung der Befragten befolgt, die ihre Beschreibungen innerhalb des Interviews auf eine konkrete Dimension bezogen haben. Bei definitiven Abweichungen der Fundstellen zu den verbundenen Dimensionen wird diese erste Zuordnung angepasst.

Anhand der Fundstellen wird anschließend das Kategoriensystem für forschungsnaher Dienstleistungen entwickelt. Dabei werden die Zieldimensionen, welche von den Befragten als nicht relevant (siehe Kapitel 4.6.1, Bildung von Schlüsselkategorien) eingeordnet wurden aus dem Portfolio

expliziert und Dimensionen bei hohen inhaltlichen Überschneidungen zusammengeführt. Darüber hinaus werden die Definitionen für den Anwendungsfall forschungsnaher Dienstleistungen weiter angepasst. Um einen praktischen Bezug zu den abstrakten Dimensionen herzustellen, werden außerdem repräsentative Aussagen für die einzelnen Dimensionen aus den Fundstellen paraphrasiert (Lamnek, 2010). Dabei wird den Regeln der Paraphrasierung (Z1-Regeln) nach Mayring (2015, S. 72) gefolgt:

„Z1.1: Streiche alle nicht (oder wenig) inhaltstragenden Textbestandteile wie ausschmückende, wiederholende, verdeutlichende Wendungen!

Z1.2: Übersetze die inhaltstragenden Textstellen auf eine einheitliche Sprachebene!

Z1.3: Transformiere sie auf eine grammatikalische Kurzform!“

4.5.2. Arbeitsressourcen: Ablauf der induktiven Kategorienbildung

Zur Beantwortung der zweiten Fragestellung wird das Material mithilfe einer induktiven Kategorienentwicklung analysiert und der Entwicklungsprozess deduktiv vereinfacht durch die Verwendung von Kategorienbezeichnungen aus der Literatur (Gioia, Corley & Hamilton, 2013).

Die zweite Fragestellung (FS 2) ergibt sich aus den theoretischen Vorüberlegungen hinsichtlich der wertdeterminierenden Einflüsse entlang des Wertschöpfungsprozesses in Form von aktivierten Arbeitsressourcen (siehe Kapitel 3.2) und orientiert sich an dem methodischen Ansatz von Hartwig und Jacob (2018). Um die aktivierten Arbeitsressourcen forschungsnaher Dienstleistungen aus dem Material zu

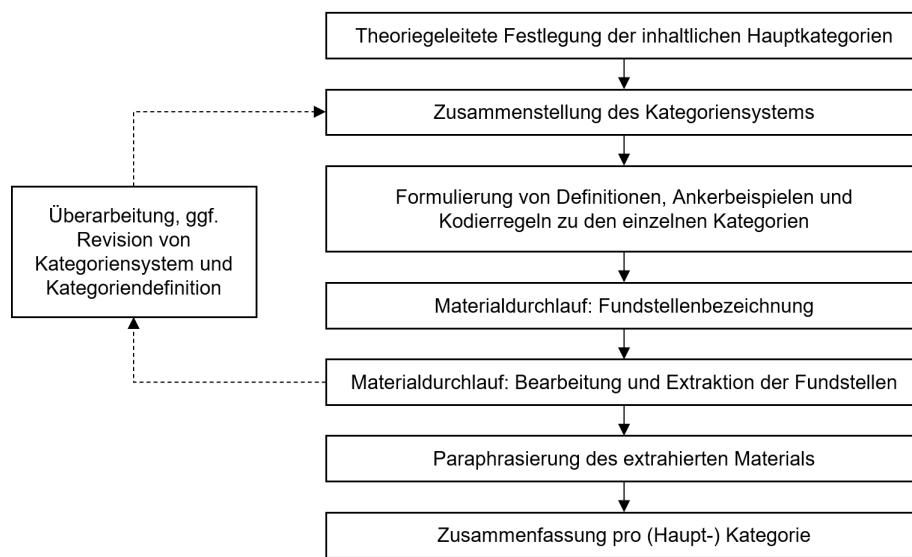


Abbildung 10: Ablaufmodell inhaltlicher Strukturierung

Quelle: Eigene Darstellung, in Anlehnung an Mayring (2015)

extrahieren, werden folgende Analyseeinheiten festgelegt (Mayring, 2015):

- Kodiereinheit: Bedeutungstragende Elemente im Transkriptionsmaterial
- Kontexteinheit: (Zweite) Interviewpassage, in welcher die Beurteilung der Zielerreichung in Form von Arbeitsressourcen beschrieben werden, plus zusätzliche Notizen der Interviewerin (Einschätzung der Interviewsituation)
- Auswertungseinheit: Alle Interviewtranskriptionen (siehe Kapitel 4.4.1)

Die Entwicklung des Kategoriensystems zu den, über die Inanspruchnahme der forschungsnahen Dienstleistungen aktivierten, Arbeitsressourcen folgt dem Prozessmodell zur induktiven Kategorienentwicklung (siehe Abbildung 11).

Das Material, der Gegenstand und das Ziel der Analyse sowie die dahinterstehende Theorie werden in Kapitel 4.4 beschrieben. Das Interviewmaterial wird nach Aussagen selektiert, in welchen die Befragten bedeutungstragende Elemente ihrer Beurteilung für einzelne Ziele beschreiben. Anhand dieser Aussagen sollen Kategorien gebildet werden, welche wertschaffende aktivierte Arbeitsressourcen in dem Kontext der Inanspruchnahme forschungsnaher Dienstleistungen beschreiben.

Die Fundstellen werden dabei fortlaufend im Transkriptionsmaterial hervorgehoben und, wie bei den Zieldimensionen, nach dem Schema „Interviewtenkennung – Dienstleistungsnummer – fortlaufende Nummer“ nummeriert.

Die zu entwickelnden Kategorien sollen ein Abstraktionsniveau aufweisen, welches von den spezifischen und persönlichen Einschätzungen gelöst ist und dadurch personen- sowie situationsübergreifend angewandt werden kann. Dabei

werden die Kategorien in Anlehnung an (Klemenz, 2009) hinsichtlich deren Funktionalität klassifiziert. Eine erste Klassifizierung der Fundstellen folgt den bestehenden Kategorien, welche aus der Literatur abgeleitet werden konnten (siehe Kapitel 3.2.1). Fundstellen, welche nicht diesen Kategorien zugeordnet werden können, werden klassifiziert und die Literatur zielorientiert nach passenden Begriffen untersucht. Dieser deduktive Ansatz zur theoriebasierten Unterstützung der induktiven Klassifizierung folgt unter anderem Gioia et al. (2013). Sofern keine übereinstimmenden oder repräsentative Titel aus der Literatur abgeleitet werden können, erfolgt eine induktive Benennung. Das so entwickelte Kategoriensystem wird während des Auswertungsprozess mit der Betreuerin der vorliegenden Arbeit (Anna Lux) abgestimmt und abschließend mit der Erstprüferin (Prof. Dr. Susanne Robra-Bissantz) validiert.

Wie auch bei den Zieldimensionen, werden zu den Kategorien der aktivierten Arbeitsressourcen repräsentative Aussagen aus den Fundstellen nach den Z1-Regeln nach (Mayring, 2015) paraphrasiert um einen praktischen Bezug zu den abstrakten Kategorien herzustellen (Lamnek, 2010).

4.6. Ergänzende Auswertung

Im Anschluss an die qualitative Inhaltsanalyse wird, über das Ablaufmodell hinaus (siehe Kapitel 4.5), eine quantitative Analyse der Zieldimensionen und aktivierten Arbeitsressourcen vorgenommen sowie eine zusammenführende Betrachtung dieser beiden Auswertungsebenen.

4.6.1. Quantitative Auswertung

Die quantitative Auswertung soll die Ergebnisse auf relevante Kategorien für den Anwendungsfall reduzieren und

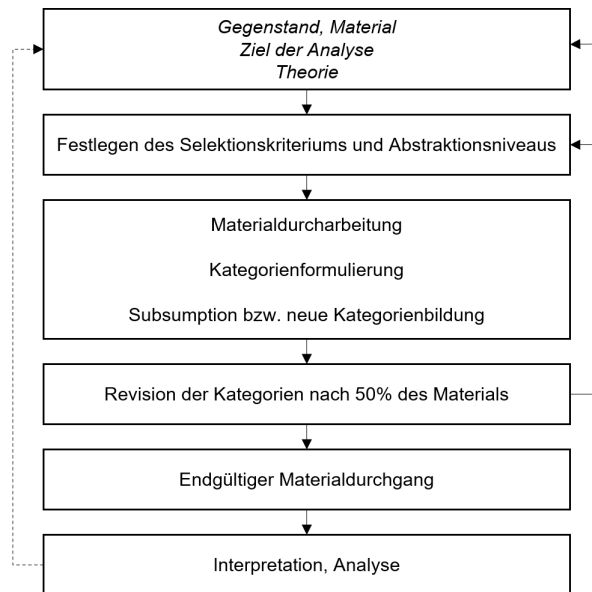


Abbildung 11: Prozessmodell induktiver Kategorienentwicklung

Quelle: Eigene Darstellung nach (Mayring, 2015)

eine erste Orientierung für mögliche Schwerpunktsetzungen von forschungsnahen Dienstleistungen liefern.

Hierfür wird die Nennungshäufigkeit der Zieldimensionen und Kategorien der Arbeitsressourcen untersucht. Innerhalb der Interviews haben die Befragten unterschiedlich stark Bezug zu den Begrifflichkeiten gefunden. Dadurch unterscheidet sich die Anzahl der inhaltstragenden Aussagen innerhalb der einzelnen Dimensionen und Kategorien. Aus diesem Grund wird für die quantitative Analyse die Anzahl der Fundstellen auf eine Nennung pro Dimension/ Kategorie und Dienstleistungserfahrung reduziert (Pfisterer, 2017).

Methodische Hinweise für das Vorgehen zur quantitativen Auswertung bieten Studien zur empirischen Analyse von persönlichen Konstrukten, welche die Repertory-Grid-Methode anwenden (Goffin, Lemke & Szwejczewski, 2006; Goffin, Raja, Claes, Szwejczewski & Martinez, 2012; Pfisterer, 2017). Diese Methode wird häufig in den empirischen Studien zu den ViU-Dimensionen verwendet (siehe Kapitel 3.1). Zur Analyse sogenannter Schlüsselkategorien führt Goffin et al. (2006) eine Entscheidungsregel ein, welche festlegt dass eine Kategorie als relevant für den Anwendungsfall zu werten ist, wenn diese von einem bestimmten Prozentsatz der Befragten genannt wird. Innerhalb der Repertory-Grid Literatur wird dieser prozentuale Grenzwert auf unterschiedlichen Niveaus festgelegt (Goffin et al., 2006). Ein typischer Wert hierfür liegt bei 25 % Nennungshäufigkeit (Goffin et al., 2006, 2012; Lemke et al., 2011; Pfisterer, 2017). Die vorliegende Arbeit orientiert sich an diesem Grenzwert. Die Zählung der Nennungshäufigkeit wird jedoch insofern angepasst, dass diese sich auf die einzelnen Dienstleistungserfahrungen ($\sum 14$) bezieht und nicht auf eine interviewte Person ($\sum 9$). Für die quantitative Analyse der aktivierten

Arbeitsressourcen wird der Grenzwert von 25 % übernommen, während er für die Analyse der Zieldimensionen angepasst werden muss. Das begründet sich daraus, dass die Fundstellen, welche zur Bildung eines Kategoriensystems für Arbeitsressourcen dienen, explorativ ermittelt werden, indem die Befragten implizit erzählen, anhand welcher Arbeitsbedingungen sie das Erreichen eines Ziels bewerten. Für die Zieldimensionen werden jedoch innerhalb der Interviews bereits die möglichen Dimensionen vorgegeben. Aus diesem Grund ist anzunehmen, dass innerhalb der Untersuchungsebene der Zieldimensionen die relative Dichte der Fundstellen innerhalb des Kategoriensystems höher ist als bei einem explorativen Vorgehen wie bei den Arbeitsressourcen (oder persönlichen Konstrukten im Zuge von Repertory-Grid Studien). Um diesen Einfluss zu berücksichtigen, wird der Grenzwert auf ein Drittel (mindestens fünf Nennungen) für die Zieldimensionen angepasst.

4.6.2. Zusammenführende Betrachtung

Abschließend sollen die Ergebnisse der qualitativen Inhaltsanalyse beider Untersuchungsebenen zusammenführend dargestellt werden und somit die dritte Fragestellung der empirischen Analyse beantwortet werden (siehe Kapitel 4.1).

FS 3: Welche aktivierten Arbeitsressourcen aus dem Dienstleistungsprozess tragen aus Sicht der Forschenden zum Erreichen der Zieldimensionen und somit zur Wertschöpfung innerhalb der ViU-Dimensionen bei?

Da der ViU sich aus dem Erreichen der Zieldimensionen ergibt, welches durch die Verfügbarkeit aktivierter Arbeitsressourcen moderiert wird, sollen die Ergebnisse ergänzend zueinander in Relation gesetzt werden. Dadurch,

dass innerhalb der Interviews die aktivierten Arbeitsressourcen anhand der Kriterien zum Erreichen der einzelnen Zieldimensionen erfragt werden, sind die Fundstellen der Arbeitsressourcen stets einer Zieldimension zugeordnet. Diese Verbindung der Ergebnisse bietet eine erste Orientierung dafür, welche Ressourcen seitens der anbietenden Akteure oder aus dem Umfeld integriert werden müssen, um die angestrebten Ziele der Forschenden zu erreichen und somit für sie Wert zu schaffen.

5. Ergebnisse

Durch die Interviews können 14 Erfahrungen mit forschungsnahen Dienstleistungen untersucht werden. Zwölf der Erfahrungen lassen sich in vier vergleichbare Dienstleistungsangebote einordnen (siehe Tabelle 5). Das gewonnene Datenmaterial beinhaltet insgesamt 264 Fundstellen (durchschnittlich 18,8 pro Dienstleistungserfahrung) für die inhaltliche Strukturierung der Zieldimensionen und 234 (durchschnittlich 16,7 pro Dienstleistungserfahrung) für die induktive Kategorienentwicklung der Arbeitsressourcen. Die Fundstellen der Arbeitsressourcen sind stets einer Zieldimension zugeordnet.

5.1. Zieldimensionen

Im Fokus der Auswertung der Zieldimensionen steht die inhaltliche Strukturierung der Fundstellen (siehe Kapitel 4.5.1). Hierfür wird das theoretisch abgeleitete Portfolio (siehe Tabelle 2) möglicher Zieldimensionen für forschungsnahen Dienstleistungen anhand der empirischen Ergebnisse spezifiziert (siehe Kapitel 5.1.1). Darüber hinaus werden die so abgeleiteten Dimensionen hinsichtlich deren Nennungshäufigkeit untersucht (siehe Kapitel 5.1.2)

5.1.1. Inhaltlich strukturierte Zieldimensionen

Welche Ziele die Forschenden bei der Inanspruchnahme der einzelnen Dienstleistungen anstreben, wurde intuitiv von den Befragten innerhalb der Interviews formuliert. Die zu den einzelnen Dimensionen getätigten Aussagen werden zur inhaltlichen Charakterisierung ausgewertet. Im Zuge dessen werden fünf Dimensionen mit anderen Dimensionen aufgrund hoher inhaltlicher Überschneidungen zusammengeführt. Drei Dimensionen werden aus dem Kategoriensystem expliziert²⁵. Das theoretisch abgeleitete Kategoriensystem kann somit von 21 Dimensionen auf zwölf Dimensionen für forschungsnahen Dienstleistungen konkretisiert werden. Aus Gründen der Übersichtlichkeit ist in Tabelle 6 das Ergebnis der inhaltlichen Strukturierung zusammengefasst. Der Prozess der inhaltlichen Strukturierung wird anschließend näher erläutert und legitimiert.

Tabelle 6 umfasst das abgeleitete Portfolio möglicher Zieldimensionen forschungsnaher Dienstleistungen. Für die

einzelnen (zusammengeführten) Dimensionen werden die zuvor abgeleiteten Definitionen (siehe Tabelle 2) anhand der Erkenntnisse aus den Interviews angepasst. Darüber hinaus werden die Dimensionen anhand häufig thematisierter Aspekte und mithilfe von exemplarischen Aussagen aus den Interviews für forschungsnahe Dienstleistungen charakterisiert.

Prozessverbesserung

Die Dimensionen *Vermeiden von Stillstandzeiten*, *Produktivität* und *Prozessverbesserung* werden zusammengefasst. Die *Prozessverbesserung* bezieht sich auf kollektive Prozesse auf der Ebene des Verbundes oder der einzelnen Projekte. Genannt werden hier insbesondere die Ermöglichung und Vereinfachung der kollektiven Prozesse (Austausch, Abstimmung) sowie deren Sichtbarmachung. In diesem Zusammenhang verweisen die Befragten auch auf die Zweckdienlichkeit einer solchen Transparenz für die *Vermeidung von Stillstandzeiten*, weshalb die Dimension der *Prozessverbesserung* zugeordnet wird.

„... , dass Arbeitsprozesse transparenter und vernetzter werden [...]. Das ist ein geeignetes Mittel, um Unproduktivität oder auch Leerphasen in Projekten sichtbar zu machen.“

Wie die zitierte Aussage andeutet, wird in den Interviews an dieser Stelle auch häufig der Bezug zur Dimension der *Produktivität* aufgebaut. Allgemein finden sich innerhalb der Dimension der *Produktivität* insbesondere Aussagen, welche sich auf eine Verbesserung der kooperativen (Austausch-) Prozesse beziehen.

„Wenn man so einen Austausch hat, dann kommt ja auch immer wieder Bewegung rein und es bleibt produktiv.“

Aus diesem Grund wird die Dimension *Produktivität* ebenfalls der *Prozessverbesserung* zugeordnet. Vereinzelt Aussagen, welche sich auf die Steigerung der Produktivität individueller Arbeitsprozesse beziehen, können der Dimension der *Aufgabenvereinfachung* zugeordnet werden, welche den Aspekt der persönlichen Aufwandsreduktion für die Forschenden beinhaltet.

Aufgabenvereinfachung

Die Dimension der *Aufgabenvereinfachung* und deren Definition kann durch die Aussagen der Interviews für forschungsnahen Dienstleistungen bestätigt werden. Die Dimension wird insbesondere auf die individuelle Ebene bezogen. Hierbei steht der Aspekt der persönlichen Aufwandsreduktion im Vordergrund. Dies kann durch diverse Angebote erreicht werden, welche bspw. den Zugang zu neuen fachlichen und methodischen Aufgaben erleichtern, oder durch eine zentrale und übersichtliche Informationsbereitstellung,

²⁵Der Ausschluss erfolgt insbesondere aufgrund unzureichender Relevanz (siehe Kapitel 4.6.1). Eine Dimension (Motivation) wurde aufgrund der Inhalte in den erhobenen Daten und neuen theoretischen Bezügen aus dem Kategoriensystem nachträglich ausgeschlossen (vgl. S. 60).

Tabelle 5: Datenmaterial nach Dienstleistungen

Dienstleistungen	Anzahl Dienstleistungs- erfahrungen	Anzahl Fundstellen Zieldimensionen	Anzahl Fundstellen Arbeitsressourcen
Angebot eines digitalen schwarzen Bretts	2	20 23	18 23
Regelmäßige Austauschangebote (für Projektinstitutionen oder Projektpartner)	3	17 20 14	17 19 12
Unregelmäßige Austauschangebote (verbundübergreifend, teilweise mit Externen)	4	13 26 22 20	9 20 20 17
Workshopangebote (fachliche und methodische Einführung)	3	16 18 17	13 16 16
Sonstige	2	16 22	16 18
Summe	14	264	234
Durchschnitt	1	18,8	16,7

die zur individuellen Strukturierung von Arbeitsabläufen verhelfen kann.

Schnelle Problemlösung

Auch die theoretisch abgeleitete Dimension *schnelle Problemlösung* kann für forschungsnahe Dienstleistungen bestätigt und übernommen werden. Innerhalb dieser Dimension wird insbesondere auf die übergeordnete Notwendigkeit des Aufdeckens und der Sichtbarmachung von Problemen sowie das Potential einer gemeinsamen Problemlösung verwiesen²⁶.

Sozialer Wert

Die Dimension des *sozialen Wertes* kann ebenfalls durch die Schilderung diverser Begebenheiten aus dem sozialen Umfeld für forschungsnahe Dienstleistungen bestätigt werden. Eine befragte Person stellt einige Aspekte, welche ebenfalls von anderen genannt werden, zusammenfassend dar:

„... eine angenehme Atmosphäre, also ob man sich wertgeschätzt fühlt, ob da eine positive Grundhaltung ist oder auch ein verbindendes Element - miteinander auch thematisch.“

Selbstdarstellung

²⁶Anzumerken ist hier, dass es sich nicht um die allgemeine Analyse der Problemsituation und Problemformulierung der Verbundforschung handelt, sondern auf individuelle oder projektbezogene Herausforderungen und Problemstellungen, während der Ausübung von Forschungstätigkeiten.

Die Dimension *Selbstdarstellung* kann aus dem theoretischen Portfolio übernommen werden. Aus den Daten der Interviews sollte hervorgehoben werden, dass die Befragten sich jedoch explizit von dem Erreichen persönlicher Anerkennung oder beruflicher Reputation distanzieren.

„Das wäre zu selbstvermarktungsmäßig.“

Lediglich im Zuge der Besprechung einer forschungsnahe Dienstleistung wird erwähnt, dass man persönlich Präsenz zeigen will. In den anderen Interviews wird betont, dass man während den Dienstleistungen gegenüber Dritten nicht als Repräsentant der eigenen Person auftritt, sondern die eigene Forschung präsentiert.

„Wobei ich das ganz bewusst nicht als Selbstpräsentation sehe, sondern als Austausch von Erfahrungen und Ergebnissen.“

Selbstverwirklichung

Die Dimension *Selbstverwirklichung* wird ebenfalls im Zuge der Interviews für forschungsnahe Dienstleistungen bestätigt. Während der Inanspruchnahme wird erwartet, dass den Forschenden Raum zur Einbringung und Umsetzung persönlicher Wünsche sowie Vorstellungen gegeben wird.

Unsicherheitsbewältigung

Die Dimension *Unsicherheitsvermeidung* wird mit den Dimensionen *Druckreduzierung* und *Vermeidung von Abhängigkeiten* zusammengeführt. Außerdem wird die Benennung in

Tabelle 6: Zieldimensionen forschungsnaher Dienstleistungen

Dimensionen (Input)	Neue Dimension	Definition [Quellen]	Charakterisierende Aspekte	Beispielhafte (paraphrasierte) Aussagen
Produktivität	Prozess-	Verbesserung der kooperativen Arbeitsabläufe auf Projekt- und Verbundebene [In Anlehnung an 1 und 2]	Transparenz, Rahmense-tzung und Routinen, Vereinfachung des Aus-tauschprozesses (u.a. durch Leitung)	„Das ist so angelegt, dass wir uns schnell und unbü- rokratisch [...] abstimmen können.“ „Ansonsten kann man sich zwei Stunden lang fest- reden, ohne dass was dabei herauskommt. Also das Geleitete finde ich immer wichtig.“
Vermieden von Still- standzeiten	verbesserung			„Wenn ein Thema aufgearbeitet werden muss, von dem man vorher einfach keine Ahnung hatte. Dann ist es schön eine Expertenmeinung zu hören und dann auch zu wissen, wie man das Ganze angehen muss.“ „Ich weiß, wo die Sachen zu finden sind.“ „Die Probleme wurden nicht gelöst. Aber es hat uns dabei geholfen die Probleme besser selbst zu lösen, auch dadurch, dass neue Probleme aufgedeckt wur- den.“ „Probleme werden schnell gelöst, wenn man dort zu- sammenfindet.“
Aufgabenvereinfachung		Einfachheit und Zeiteffizienz der Abläufe, die für die eigene Arbeit notwendig sind [1;2]	Unterstützung bei ei- genen Aufgaben (Auf- wandssreduktion), Struk- turierung und Übersicht- lichkeit	„Ich finde das schön, dass man sich auch sozial trifft, wenn wir eine fachliche Aufgabe zu beantworten ha- ben. Es war sehr schön, diese nette Atmosphäre zu erleben.“ „Da erleben wir uns als eingeschworene Gemein- schaft.“ „Ich finde das sehr relevant, weil es auch eine große Wertschätzung bedeutet, wenn es dafür Raum gibt.“ „Wenn mir was wichtig ist, kann ich es da posten und dann sehen es hoffentlich die anderen.“ „Ich will da gerne äußern, wie ich mir dieses Projekt vorstelle.“ „Es ist mir wichtig, dass das ich auch die Gestaltungs- möglichkeiten spüre, die ich in so einem [Verbund] habe.“
Schnelle Problemlösung		Sichtbarmachung und Lö- sung operativer sowie inhaltlicher Probleme [In Anlehnung an 1]	Offene und direkte Pro- blemkommunikation zur kooperativen Lösung, Pro- blembewusstsein aufbau- en	
Sozialer Wert		Soziale Bedingungen, die das Wohlbefinden steigern [1]	Gleichberechtigung, Ver- bundenheit und gemein- same Identität, Engage- ment Dritter, Egalitäre Ge- meinschaft	
Selbstdarstellung		Darstellung der eigenen Ideen, Gedanken und For- schungsstätigkeiten [In Anlehnung an 1]	Sichtbarkeit eigener Bei- träge, Präsentieren der Forschung	
Selbstverwirklichung		Verwirklichung der eigenen Ambitionen und Wünsche während der Arbeit [1]	Sich selbst einbringen, Partizipative Bearbeitung	

(Continued)

Table 6—continued

Unsicherheits- vermeidung Vermeidung von Abhän- gigkeiten Druck- reduzierung	Unsicherheits- bewältigung	Reduktion von oder besse- rer Umgang mit Unsicherhei- ten in Bezug auf Anforde- rungen, Verantwortlichkeiten und Entscheidungen, die mit der eigenen Arbeit zusam- menhängen [In Anlehnung an 1 und 2]	Sicherheit durch Kom- munikation (Reflektion), Transparente Abhän- gigkeiten, Selbstwirk- samkeitsüberzeugung aufbauen	„Aufdecken von Abhängigkeiten: Wann muss was fer- tig sein, wann gibt wer wo Feedback? Das war gut.“ „Dass man sich mit anderen austauscht, abgleicht und dadurch natürlich auch Unsicherheiten ver- schwinden können.“ „Ich habe das jetzt verstanden. Ich kann den Punkt in meinem Projekt den ich bearbeiten muss auch ver- nünftig bearbeiten.“ „Das ist ein Riesenvorteil, dass man immer den Zu- gang hat.“ „... , dass es keine Pflichtveranstaltungen waren. Man konnte teilnehmen, wenn man wollte.“
Flexibilität Autonomie	Autonomie	Freiheit und Unabhängigkeit des eigenen Arbeitsverhal- tens	Orts- oder Zeitunabhän- gigkeit, Autonomie bzgl. Entscheidungen und Um- setzung, Freiwillige Nut- zung, Herrschaftsfreiheit	„Da will ich lernen.“ „Ich empfinde es als bereichernd, wenn ich die Chan- ce habe [bei solchen Formaten] mehr Verständnis für die anderen Fachdisziplinen zu entwickeln.“ „Da sind nochmal andere Perspektiven aufgegan- gen.“ „Der Austausch liefert mir persönlich immer wieder neue Impulse.“
Sachverständnis		Steigerung des persönlichen und kollektiven Sachver- ständnisses [In Anlehnung an 1]	Persönlicher Wissensge- winn, Interdisziplinäres Verständnis, Gemeinsame theoretische Basis	„Je mehr man mit anderen in Austausch tritt desto merkt man auch wo es vielleicht Schwachstellen gibt oder wo es noch Potenzial gibt.“ „Man wird dort vielleicht auf aktuelle Entwicklungen hingewiesen oder auch auf Methoden oder Treffen, die einen dann auch besser machen.“
Kreativität Inno- vationskraft	Kreativität und Stimu- lation	Persönliche Inspiration und kollektives Generieren neuer Ideen	Impulse, Perspektivener- weiterung, gemeinsames Brainstorming und neue Ideen	„Da ergeben sich auch Kontakte jenseits der etablier- ten und seit Jahren festen Scientific Community.“ „... , weil man sich dort auch näher kennenlernt und miteinander in Verbindung geht.“
Wettbewerbs- fähigkeit	Impact und Wettbewerbs- fähigkeit	Erfolg, Relevanz und Reich- weite der persönlichen und kooperativen Forschungser- gebnisse	Verwertungserfolg, Er- höhte Reichweite und Re- putation, Weiterführung von Forschungsthemen, Akquise neuer Projekte	
Zugang zur Scientific Community	Netzwerker- weiterung und vertiefung	Erweiterung und Vertiefung des bestehenden persönli- chen Netzwerks	Disziplinenübergreifende Vernetzung, Neue Leute (außerhalb der be- kannten Strukturen) kennenlernen, Personelle Zuordnung	

Quellen: [1] Kleinaltenkamp, Storck et al. (2018); [2] Macdonald et al. (2016)

*Unsicherheitsbewältigung*²⁷ geändert, da sich die Aussagen innerhalb der Interviews auf die Chancen zur Reduktion von Unsicherheiten, aber auch auf eine Erhöhung der Toleranz gegenüber Unsicherheiten, beziehen.

Die von den Interviewten genannten Unsicherheiten haben unterschiedliche Quellen, wie bspw. ein möglicher Verlust der Kontrolle oder des Überblicks von kollektiven Prozessen und Entscheidungen. Aber auch in Bezug auf Herausforderungen im Zuge der eigenen Arbeit werden Unsicherheiten geschildert. Hier stellen die Forschenden sich unter anderem die Frage, ob nur sie selbst spezifische Probleme mit gewissen Tätigkeiten und Herausforderungen haben, oder ob es anderen Forschenden auch so geht. Darüber hinaus beschreiben die Interviewten auch ein Gefühl von Verunsicherung aufgrund von neuen fachlichen Herausforderungen.

„Es wurde ein Workshop zu einem Thema angeboten, wo ich mir unsicher war: Kriege ich das auf der gleichen Sachverständisebene hin?“

Anlässlich der Unsicherheiten schildern die Forschenden teilweise ein Druckgefühl. Diese Verbindung zwischen *Unsicherheitsbewältigung* und *Druckreduzierung* weist jede Aussage innerhalb der Dimension *Druckreduzierung* auf, weshalb diese Dimension der *Unsicherheitsbewältigung* zugeordnet wird.

Die Dimension der *Vermeidung von Abhängigkeiten* wird in ihrer ursprünglichen Definition von keiner der befragten Personen explizit verfolgt. Es wird lediglich angemerkt, dass es insbesondere um die Sichtbarmachung und Aufdeckung potenzieller Abhängigkeiten ginge, um diese kontrollieren zu können. In dieser Auslegung ordnet sich die Dimension ebenfalls der *Unsicherheitsvermeidung* zu.

Autonomie

Die Dimension *Flexibilität* wird mit *Autonomie* zusammengefasst. Die Aspekte der Möglichkeit zum flexiblen Arbeitsverhalten werden in einigen Fällen von den Befragten der übergeordneten wahrgenommenen Autonomie zugeordnet.

„Formate [Veranstaltungen] arbeiten per se gegen Flexibilität. Es ist immer ein Termin, wo du eine Verpflichtung spürst, selbst wenn alle sagen: Nein, du musst nicht hinkommen.“

²⁷Die Begriffsfindung ist im Zuge eines Validierungsgesprächs mit der Erstprüferin, Prof. Dr. Susanne Robra-Bissantz, entstanden. Sie verweist auf die allgemein vorherrschende hohe Unsicherheit und Vagheit der Forschungsarbeit und wirft in dem Zusammenhang die Frage auf, ob eine tatsächliche Reduktion von Unsicherheiten durch forschungsnahe Dienstleistungen erfolgen kann. Ihrer Meinung nach kann insbesondere die Fähigkeit eines Forschenden, die ohnehin vorherrschenden Unsicherheiten zu bewältigen und mit ihnen umzugehen, verbessert werden.

Sachverständnis

Die Dimension *Sachverständnis* und deren Definition kann durch die Aussagen der Interviewten für forschungsnahe Dienstleistungen aus dem theoretischen Portfolio übernommen werden. Auf individueller Ebene schildern die Forschenden persönliche Wissensgewinne innerhalb der eigenen Disziplin und auch über die Grenzen der eigenen Disziplin hinaus.

„Ich empfinde es als bereichernd, wenn ich die Chance habe [bei solchen Formaten] mehr Verständnis für die anderen Fachdisziplin zu entwickeln.“

Eine Steigerung des kollektiven Sachverständnisses wird insbesondere zum Aufbau einer gemeinsamen theoretischen Verständigungsbasis angestrebt.

„... , dass alle unsere Projektbeteiligten verstehen, was das ist, dass uns das alle voranbringt das Thema, was wir da behandeln.“

Kreativität und Stimulation

Die Dimension *Kreativität und Innovationskraft* wird für forschungsnahe Dienstleistungen von einem Großteil der Befragten als relevant erachtet. Die Forschenden differenzieren in ihren Aussagen nach einer verbesserten persönlichen und kollektiven Kreativität. Auffällig ist, dass in dem Zusammenhang selten von Innovationen oder Lösungen²⁸ als Ergebnis aus der Kreativität gesprochen wird. Die Forschenden benutzen eher Begriffe wie Impulse, Inspiration und Ideen²⁹. Der Fokus liegt eher darauf im Austausch gemeinsam neue Ideen zu entwickeln oder neue Perspektiven und Stimulation für die eigene Forschungsarbeit zu gewinnen, auf denen aufbauend im Anschluss Lösungen entwickelt werden können. Aus diesem Grund wird die Dimension in Anlehnung an John (2019) in *Kreativität und Stimulation* umbenannt.

Impact und Wettbewerbsfähigkeit

Die Dimension *Wettbewerbsfähigkeit* wird von den Forschenden unterschiedlich ausgelegt. Vereinzelt lehnen die Befragten die Dimension strikt ab, mit dem Verweis darauf, dass Forschung kein Wettbewerb sei. Befragte mit praxisnaher Forschung beziehen die Dimension auf das Verarbeitungsprodukt ihrer Forschungsprojekte.

²⁸„Konkrete Lösungen“ im Zuge von forschungsnahe Dienstleistungen werden eher innerhalb der Dimension schnelle Problemlösung angesprochen, dort aber nicht explizit in Verbindung zu kreativen Arbeiten gebracht.

²⁹Eine befragte Person kritisierte diesen Punkt explizit: „Wir untersuchen nach Schema F und wollen was Neues rausfinden. Aber man könnte ja auch kreativ überlegen, was man finden müsste und danach suchen. Und das ist tatsächlich etwas, was Wissenschaftler irgendwie so gar nicht auf dem Schirm haben.“

„Wir haben uns der Frage gestellt, wie man dann am Ende da ein Ergebnis rauskriegt, das man vermarkten oder weiterverwenden kann.“

Von zwei interviewten Personen wird vorgeschlagen, die Bezeichnung der Dimension, um den Begriff des *Impacts* zu erweitern und somit das allgemeine Verständnis der Dimension weiter zu fassen.

„Natürlich steht jede Forschung im Wettbewerb. Aber nicht auf die Art und Weise: Ich muss das Produkt loswerden, sondern ich will die Forschung, die von Steuergeldern finanziert wird, so gut machen, dass sie auch wirklich etwas bringt.“

Netzwerkerweiterung und -vertiefung

Die Dimension *Zugang zur Scientific Community* wird aufgrund der Rückmeldungen von den Forschenden in *Netzwerkerweiterung und -vertiefung* umbenannt. Die Benennung soll implizieren, dass die Forschenden eine Erweiterung des Netzwerks anstreben, welche jedoch nicht auf die *Scientific Community* begrenzt sein muss.

„Da ergeben sich ja auch Kontakte jenseits der etablierten und seit Jahren festen Scientific Community.“

Außerdem bildet der ursprüngliche Dimensionstitel den Aspekt der Vertiefung des Netzwerks nicht ab, welcher von den Forschenden als eine besondere Chance bei forschungsnahen Dienstleistungen betont wird:

„Austausch im Sinne von Netzwerken. Ich weiß was du machst. Du weißt, was ich mache. Vielleicht können wir das gemeinsam gebrauchen und wir haben schon mal eine Beziehungsebene herstellen können.“

Neu zugeordnete und verworfene Zieldimensionen

Die Dimension *Zugang zu Finanzmitteln* wird unter anderem im Zusammenhang mit der verbundinternen Vergabe von Finanzmitteln thematisiert. Hier wird der individuelle Aufwand für die Beantragung der internen Mittelvergabe genannt, welcher thematisch eher in der Dimension *Aufgabenvereinfachung* verortet werden kann. Ein neuer Zugang zu Finanzmitteln thematisiert eine befragte Person. Der Bezug liegt hier jedoch eher auf der Vernetzung mit neuen Akteuren und weniger auf der konkreten Akquise neuer Drittmittel.

„... , dass man Kollegen und Kolleginnen kennenlernt, die ähnliche Ideen haben und wo man neue Forschungsk Kooperationen hinbekommen kann.“

Aus diesem Grund wird die Dimension *Zugang zu Finanzmitteln* nicht mit aufgenommen und die Aussagen entsprechend zu *Aufgabenvereinfachung* sowie *Netzwerkerweiterung und -vertiefung* zugeordnet.

Die Dimension *Motivation* wird seitens der Befragten häufig als weniger relevant bezeichnet, mit dem Verweis auf eine ohnehin vorhandene hohe (intrinsische) Motivation.

„Ich glaube, da bringe ich einfach schon selbst eine intrinsische Motivation mit, sodass ich das eigentlich nicht brauche.“

Die Interviewten, welche die Dimension *Motivation* als relevant beschreiben, nennen als (extrinsische) Quellen der Motivation erreichte Ziele, welche in dem vorliegenden Portfolio repräsentiert sind. Bspw. werden die Ziele der *Netzwerkerweiterung und -vertiefung* sowie *Kreativität und Stimulatio-* genannt:

„Der Austausch und das Kennenlernen interessanter Menschen, das motiviert mich eigentlich immer.“

„... , dass ich dort inspiriert werde und Dinge mitnehme, die meinen Horizont erweitern.“

Diese motivierende Wirkung als Ergebnis einer persönlichen Zielerreichung, wird auch durch das JD-R Modell (siehe Kapitel 3.2.1) beschrieben (Demerouti & Nachreiner, 2019) und durch Aussagen der Interviewten bestätigt. Vereinzelt wird auch ein Gewinn an Motivation aus einer abschließenden Evaluation in Richtung der wahrgenommenen Sinnhaftigkeit einer forschungsnahen Dienstleistung beschrieben.

„Wenn [die Dienstleistung] einem was bringt, dann wird man auch motiviert.“

Mit den Daten aus den Interviews und deren theoretische Bestätigung, wird die Motivation³⁰ als nachgelagerter psychologischer Prozess aus dem Portfolio der Zieldimensionen expliziert.

Die Dimension des *hedonistischen Wertes* wird von den Forschenden kritisch diskutiert. Einige äußern sich ablehnend oder verweisen auf eine untergeordnete Rolle dieser Dimension.

„Es ist ein nützlicher Nebeneffekt, aber sicherlich erstmal nicht das Ziel, mit dem man da hineingeht.“

Im Kontrast dazu wird von einer befragten Person die These aufgestellt, dass die Dimension das Fundament sei, welches durch forschungsnahen Dienstleistungen³¹ geschaffen werden muss.

³⁰Weiterführende Literatur zur Arbeitsmotivation findet sich unter anderem in Kleinbeck (1996). Motivation in Verbindung mit sozialem Handeln wird thematisiert von Fischer und Wiswede (2002).

³¹In diesem Fall wurde von einem Austauschtermin auf Verbundebene gesprochen.

„Meiner Ansicht nach ist das die Basis für gute Arbeit, dass man die Leute entertaint. Und das muss jeder immer machen, wenn er gute Leistungen haben will.“

Insgesamt wird die Dimension jedoch lediglich innerhalb von vier Dienstleistungen thematisiert und somit aufgrund der Entscheidungsregel (siehe Kapitel 4.6.1) aus dem Portfolio ausgeschlossen.

Die Dimension *wahrgenommene Kontrolle* wird von keiner befragten Person als relevant erachtet und somit auch aus dem Portfolio der Zieldimensionen forschungsnaher Dienstleistungen ausgeschlossen.

5.1.2. Nennungshäufigkeit

Neben der inhaltlichen Strukturierung wird eine quantitative Analyse der Dimensionen vorgenommen. Einleitend ist anzumerken, dass die folgende quantitative Auswertung der qualitativen Daten nur bedingt als Handlungs- oder Gestaltungsempfehlung für forschungsnaher Dienstleistungen im Allgemeinen zu sehen ist. Welche Zieldimensionen im Sinne der Konzeptionierung des ViU tatsächlich relevant sind unterscheidet sich nach den Dienstleistungsangeboten und persönlichen Präferenzen der einzelnen Forschenden.

Die Analyse soll eine erste Orientierung hinsichtlich möglicher Schwerpunktsetzungen der Dimensionen für forschungsnaher Dienstleistungen liefern. Hierfür wird zunächst die Nennungshäufigkeit der Dimensionen dargestellt. Innerhalb der Interviews haben die Befragten unterschiedlich stark Bezug zu den Begrifflichkeiten gefunden. Dadurch unterscheidet sich die Anzahl der inhaltstragenden Aussagen innerhalb der einzelnen Dimensionen erheblich. Aus diesem Grund wird für die quantitative Analyse die Anzahl der Fundstellen auf eine Nennung pro Dimension und Dienstleistungserfahrung reduziert. Tabelle 7 stellt die Ergebnisse zu den Zieldimensionen über die gesamte Stichprobe (14 Dienstleistungserfahrungen) dar.

Nach der Nennungshäufigkeit der Zieldimensionen kann für sechs Dimensionen eine übergeordnete Relevanz (>70 %) für die *untersuchten* forschungsnahen Dienstleistungen identifiziert werden. Das primäre Ziel der Dienstleistungen stellt die Unterstützung von Forschenden bei deren kooperativen Forschungshandeln dar (siehe Kapitel 2.2.1). Diesem Motiv können insbesondere die Dimensionen *Prozessverbesserung* (79 %) und *Aufgabenvereinfachung* (86 %) zugeordnet werden, innerhalb derer durch eine Reduktion der Arbeitsanforderungen Wert für die Forschenden geschaffen werden kann. Darüber hinaus können die forschungsnahen Dienstleistungen auch bspw. eine Reduzierung oder Toleranzerhöhung von Unsicherheiten (*Unsicherheitsbewältigung*, 79 %) erwirken und somit durch eine Verringerung der (kognitiven) Arbeitsbelastungen wertvoll für die Forschenden werden. Daneben entsprechen die Dimensionen *Kreativität und Stimulation* (86 %), *Sachverständnis* (86 %) und *sozialer Wert* (79 %) eher übergeordneten Arbeitszielen (Demerouti & Nachreiner, 2019; Super, 1970), die auch innerhalb von forschungsnahen Dienstleistungen relevante Bedürfnisse darstellen.

Diese Ergebnisse ergeben sich aus der gesamten Stichprobe über 14 Dienstleistungserfahrungen. Da der Begriff der forschungsnahen Dienstleistung eine Vielzahl möglicher Angebote umfasst, unterscheiden sich auch die Ziele, welche an die Dienstleistungen seitens der Forschenden herangetragen werden. Ob sich in diesem Sinne bei vergleichbaren Angeboten (trotz unterschiedlicher individueller Präferenzen) Schwerpunkte bzgl. der Zielsetzungen identifizieren lassen, soll folgend anhand der Interviewdaten dargestellt werden.

Im Zuge der Interviews werden drei vergleichbare (oder gleiche) Dienstleistungen mehrfach besprochen³². Hierbei handelt es sich konkret um ein verbundübergreifendes Austauschangebot zwischen den Projektpartnern (teilweise mit Externen), welches von vier Befragten beschrieben wird. Drei Interviewte beziehen sich auf fachliche sowie methodische Workshopangebote und zwei schildern ihre Erfahrungen im Zusammenhang mit einem digitalen schwarzen Brett zur asynchronen und verbundübergreifenden Kommunikation. Abbildung 12 zeigt die Nennungshäufigkeit der Zieldimensionen innerhalb dieser drei Dienstleistungen.

Nach diesen Ergebnissen scheinen bestimmte Zieldimensionen eine allgemeingültige Relevanz für unterschiedliche Angebote forschungsnaher Dienstleistungen zu haben. Exemplarisch zu nennen sind hier *Aufgabenvereinfachung*, *Sachverständnis* oder *Kreativität und Stimulation*. Darüber hinaus bestätigen die Ergebnisse intuitive Zuschreibungen von relevanten Zieldimensionen für einzelne Angebote. Bspw. ist eine Vernetzung der Akteure eine primäre Intension der verbundübergreifenden Austauschangebote. Das spiegelt sich auch in der Nennung der Zieldimension *Netzwerkerweiterung und -vertiefung* von allen Befragten für diese Dienstleistung, während das Ziel für die anderen beiden Dienstleistungen (innerhalb der vorliegenden Stichprobe) keine Relevanz zu haben scheint.

5.2. Aktivierte Arbeitsressourcen

Die Ziele, welche Forschende an die Dienstleistungen herantragen, erfordern die Bereitstellung und Nutzung bestimmter Arbeitsressourcen, damit für die Forschenden innerhalb der Zieldimensionen Wert geschaffen werden kann.

5.2.1. Kategorien

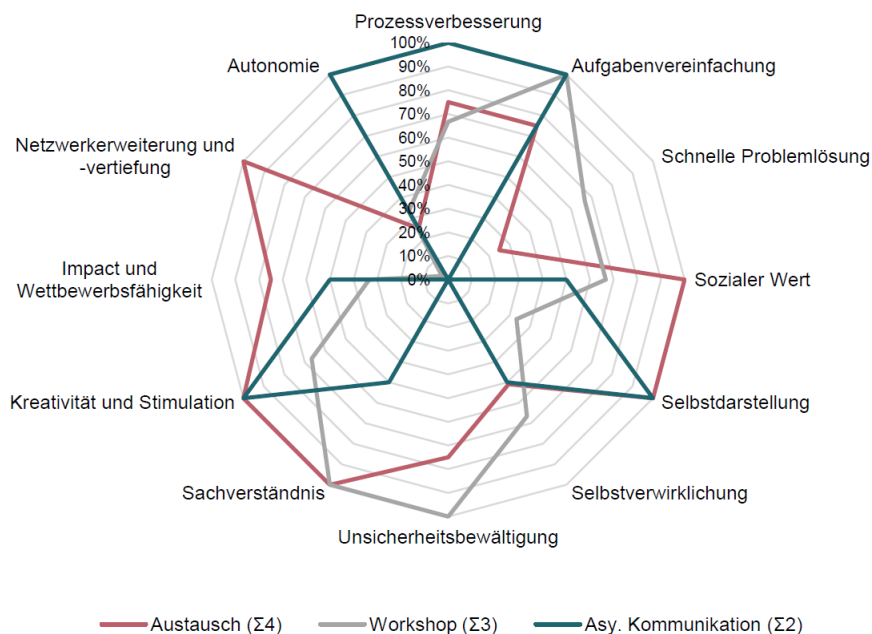
Die Entwicklung des Kategoriensystems zu den, über die Inanspruchnahme der forschungsnahen Dienstleistungen aktivierten, Arbeitsressourcen erfolgt induktiv und wird teilweise von deduktiven Begriffen aus der Literatur gestützt. Dabei werden die Ressourcen in Anlehnung an Klemenz (2009) anhand deren Funktion kategorisiert. Das so entwickelte Kategoriensystem orientiert sich an der Abstraktionsebene der Arbeitsressourcen von Bakker et al. (2005) und beinhaltet

³²In Kapitel 5 wird einleitend eine Unterteilung in vier vergleichbare Dienstleistungen vorgenommen. Für die folgende Analyse werden nur drei Dienstleistungen vergleichend ausgewertet, da die vierte Unterscheidung eine zu große Diversität aufweist (bspw. digitales Treffen vs. Treffen in Präsenz).

Tabelle 7: Nennungshäufigkeit der Zieldimensionen

Dimensionen	Anzahl Fundstellen [$\sum 14$ Erfahrungen]	Nennungshäufigkeit [1 Zählung pro pro Erfahrung]	Nennungshäufigkeit [% von $\sum 14$]
Prozessverbesserung	36	11	79%
Aufgabenvereinfachung	36	12	86%
Schnelle Problemlösung	10	6	43%
Sozialer Wert	29	11	79%
Selbstdarstellung	13	9	64%
Selbstverwirklichung	12	9	64%
Unsicherheitsbewältigung	27	11	79%
Sachverständnis	24	12	86%
Kreativität und Stimulation	32	12	86%
Impact und Wettbewerbsfähigkeit	15	9	64%
Vernetzung	13	8	57%
Autonomie	11	8	57%
Gesamt	258*	119	70%

*Insgesamt sechs der Fundstellen zu den Zieldimensionen (vgl. Tabelle 5) sind den ausgeschlossenen Dimensionen Motivation und hedonistischer Wert zugeordnet und somit hier nicht dargestellt.

**Abbildung 12:** Vergleich der Zieldimensionen

sechs Kategorien. Diese werden durch insgesamt 20 zugehörige Aspekte charakterisiert, welche die Funktionalität der übergeordneten Kategorien gestalten. Von den insgesamt 234 Fundstellen zu den aktivierten Arbeitsressourcen können 224 diesen Aspekten zugeordnet werden, zehn übrige Fundstellen (4,3 %) können innerhalb des Kategoriensystems nicht verortet werden.

Zentrale Unterstützung

Die Kategorie *zentrale Unterstützung* fasst als aktivierte Arbeitsressource vornehmlich die Unterstützungswirkungen zusammen, welche seitens der anbietenden Instanz der forschungsnahen Dienstleistungen getätigt werden. Somit repräsentieren diese insbesondere Aspekte, welche direkt mit dem Dienstleistungsangebot assoziiert werden. Bspw. bietet ein digitales schwarzes Bett insbesondere eine zentrale und übersichtliche Sammlung von Informationen. In vielen Fällen

stellen die zentralen Unterstützungsangebote den Rahmen für die Bereitstellung weiterer Arbeitsressourcen, wie bspw. *soziale Unterstützung*, dar.

Unter *Rahmensetzung und Routinen (Z1)* werden Aspekte wie bspw. die Organisation und eine zielführende Moderation von kooperativen Austauschterminen zusammengefasst. Aber auch auf verwaltungstechnischer und administrativer Ebene können Mechanismen und Routinen die Prozesse und Aufgaben von Forschenden erleichtern. Die Ressource *Informatorische Unterstützung (Z2)* beschreibt eine zentrale Informationsbereitstellung. Die Befragten wertschätzen insbesondere eine transparente und zusammenführende Sammlung (relevanter) Informationen. Dabei werden Vorteile der individuellen Strukturierung von Arbeitsabläufen sowie der Transparenz von kooperativen Prozessen genannt. *Fachliche und methodische Unterstützung (Z3)* auf zentraler Ebene wird insbesondere durch das Angebot von Workshops erreicht. Unterstützt werden die Forschenden hier durch die methodische und fachliche Aufarbeitung neuer Themengebiete. Über die konkreten Unterstützungsangebote als Arbeitsressourcen hinaus, beschreiben die Interviewten außerdem eine notwendige *Anforderungsklarheit* im Zuge der Nutzung der Unterstützungsangebote. Die Aussagen hierzu beziehen sich auf Anforderungen, welche seitens der Dienstleistungsanbieter*innen an die Forschenden gerichtet werden, wie bspw. die Vorbereitung eines Austauschtreffens.

Autonomie

Die *Autonomie* stellt eine Arbeitsressource nach dem JD-R Modell dar (Bakker & Demerouti, 2007) und wird durch die Aussagen der Befragten bestätigt. Diese Selbstbestimmung ist für die einzelnen Mitarbeitenden unterschiedlich wertvoll (Carver & Scheier, 2000; Sauer & Weibel, 2012), dennoch wird der Arbeitsbedingung insbesondere im wissenschaftlichen Arbeitskontext ein hoher Stellenwert zugesprochen (Gläser, 2006; Schaper, 2014).

Die Befragten differenzieren nach vier Aspekten, welche der Hauptkategorie *Autonomie* zugeordnet werden (siehe Tabelle 9). Neben der Möglichkeit zur Selbstbestimmung bzgl. der *Teilnahme (A1)*, der *Arbeitszeit und -ort (A2)* sowie der konkreten *Umsetzung (A3)* wird übergeordnet auf die Relevanz einer *Herrschaftsfreiheit (A4)* im Zuge von forschungsnahen Dienstleistungen verwiesen.

Soziale Unterstützung

Neben der *zentralen Unterstützung* und *Autonomie* nimmt die Unterstützung durch Ressourcen aus dem sozialen Umfeld bei den besprochenen Dienstleistungserfahrungen einen hohen Stellenwert ein. Die Ressourcen ergeben sich durch die Interaktion mit den anbietenden Akteuren und weiteren Akteuren im Umfeld der Dienstleistungsanspruchnahme. Die aktivierten Arbeitsressourcen in Form der Unterstützung aus dem sozialen Umfeld werden nach der Taxonomie sozialer Unterstützung nach House (1981) klassifiziert. Wodurch die Aussagen der Befragten nach den Begriffen der *emotionalen sozialen Unterstützung*, *evaluativen sozialen Unterstützung* sowie *informativen sozialen Unterstützung* gegliedert werden (siehe Tabelle 10).

Emotionale soziale Unterstützung wird unter anderem durch *Wertschätzung und Respekt (E1)* erreicht. Diese Arbeitsbedingung entspricht dem Konstrukt der sozialen Anerkennung, das es dem Menschen ermöglicht, sich als gleichberechtigtes sowie einmaliges Mitglied einer Gruppe zu sehen und das somit eine sozial-emotionale Ressource³³ darstellt (Schubert & Knecht, 2012). Ein weiterer Aspekt der emotionalen Unterstützung stellt, nach den Aussagen der Befragten, das Gefühl der *Zugehörigkeit und Kohäsion (E2)* dar (Fischer & Wiswede, 2002; Schubert & Knecht, 2012). Der Begriff der Kohäsion beschreibt den „Gruppenzusammenhalt bzw. die durchschnittliche Bindekraft im Rahmen einer Gruppe“ (Fischer & Wiswede, 2002, S. 595).

Innerhalb der *evaluativen sozialen Unterstützung* können die beiden Aspekte *Feedback und Legitimation (EV1)* sowie *Vergleich (EV2)* von House (1981) übernommen werden. Die beiden Aspekte werden bei den Erfahrungen mit forschungsnahen Dienstleistungen hauptsächlich im Zusammenhang mit einem Zugewinn an Sicherheit kommuniziert. *Feedback und Legitimation* werden sowohl direkt von den dienstleistungsanbietenden Akteuren als auch von anderen Forschenden bezogen, während für den *Vergleich* immer ein Austausch mit Akteuren in ähnlichen Situationen oder mit vergleichbaren Herausforderungen notwendig ist.

Informative soziale Unterstützung zeichnet sich nach House (1981) durch die Bereitstellung von Informationen seitens Dritter aus, welche nicht in sich hilfreich sind, sondern den Menschen helfen sich selbst zu helfen. Aus den Daten der Interviews können hierzu drei Aspekte identifiziert werden. Aufgrund der Informationsbereitstellung durch Dritte, wird die notwendige *Beteiligung (I1)* an forschungsnahen Dienstleistungen betont, um den Informationsfluss zu gewährleisten. Darüber hinaus empfinden die Befragten die Zusammenführung von *heterogenen Sichtweisen (I2)* als zielführend. Durch die differenzierten Perspektiven wird ein größeres Ressourcenpotential wahrgenommen. Dieses erhöhte Ressourcenpotential wird auch innerhalb der Sozialpsychologie bzgl. Gruppenstrukturen und deren Leistung diskutiert (Fischer & Wiswede, 2002). Während die *heterogenen Sichtweisen* eher übergeordnet sind, und bzgl. der beteiligten Akteure auch über die Grenzen der Forschungsverbünde hinausgehen können, wird von den Befragten auch spezifischer und auf Verbundebene ein Gewinn an *Informationen aus anderen Projekten (I3)* geschildert.

Synergieaufbau und -nutzung

Die aktivierte Arbeitsressource *Synergieaufbau und -nutzung* charakterisiert sich durch insgesamt fünf Aspekte

Synergieaufbau und -nutzung

Die aktivierte Arbeitsressource *Synergieaufbau und -nutzung* charakterisiert sich durch insgesamt fünf Aspekte

³³Darüber hinaus beschreiben unter anderem Semmer, Jacobshagen, Meier und Elfering (2012) soziale Anerkennung und Wertschätzung aufgrund der daraus folgenden Steigerung des persönlichen Selbstwertgefühls als starke Ressourcen (zur Stressbewältigung).

Tabelle 8: Zentrale Unterstützung als aktivierte Arbeitsressource

Arbeitsressource	Exemplarische (paraphrasierte) Aussage
Zentrale Unterstützung	
Z1 Rahmensetzung und Routinen	„Man braucht einen, der das moderiert und uns da durchführt.“
Z2 Informatorische Unterstützung	„Die direkte Kommunikation, Jour Fixe oder auch Protokolle reichen nicht aus, weil das immer prozessartig ist und hier hat man es auf einen Blick.“
Z3 Fachliche und methodische Unterstützung	„Wir haben eine Methodik erarbeitet bekommen von einem Experten.“
Z4 Anforderungsklarheit	„Ich [möchte mir nicht] tausend Gedanken machen müssen, wie ich die Aufgabe richtig erfüllen könnte.“

Tabelle 9: Autonomie als aktivierte Arbeitsressource

Arbeitsressource	Exemplarische (paraphrasierte) Aussage
Autonomie	
A1 Freiwillige Nutzung	„Man konnte teilnehmen, wenn man wollte und es gab keine negativen Punkte, wenn man mal nicht teilnehmen konnte.“
A2 Orts- oder zeitunabhängige Verfügbarkeit	„Man kann schauen, wann und wo man Zeit hat.“
A3 Umsetzungsautonomie	„Ich will immer noch derjenige sein, der dann weiter über das Vorgehen im Projekt entscheidet.“
A4 Herrschaftsfreiheit	„Wissenschaft funktioniert nicht mit Macht. Wenn man mit Macht etwas durchdrücken will, kommt schlechte Wissenschaft raus.“

Tabelle 10: Soziale Unterstützung als aktivierte Arbeitsressourcen

Arbeitsressource	Exemplarische (paraphrasierte) Aussage
Emotionale soziale Unterstützung	
E1 Wertschätzung und Respekt	„Du kannst dich überall in dem Verbund einbringen und jeder hört dir zu.“
E3 Zugehörigkeit und Kohäsion	„Wir gehen oft in die Inhalte rein und merken, dass [...] wir uns nicht fern sind, egal an welchen Positionen wir sitzen, in welchen Institutionen wir sitzen und egal wie viel Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wir haben.“
Evaluative soziale Unterstützung	
EV1 Feedback und Legitimation	„Eine dritte Legitimation der Sachen, die man schon vorhatte.“
EV2 Vergleich	„... , dass man sieht, man ist da erstmal nicht allein. Es ist nicht mein persönliches Problem, sondern das ist ein Problem, was andere auch nicht so gut gelöst bekommen.“
Informative soziale Unterstützung	
I1 Beteiligung	„Das lebt auch davon, dass alle mitmachen und somit auch der Informationsfluss entsprechend gewährleistet ist.“
I2 Heterogene Sichtweisen	„Das zu hören ist sehr produktiv, weil sie einen ganz anderen Blick darauf haben.“
I3 Informationen aus anderen Projekten	„Das war ganz schön, weil man relativ viele Informationen aus anderen Projekten bekommen hat.“

Tabelle 11: Synergieaufbau und -nutzung als aktivierte Arbeitsressource

Arbeitsressource		Exemplarische (paraphrasierte) Aussage
Synergieaufbau und -nutzung		
S1	Gemeinsame Bearbeitung	„Man kann etwas gemeinsam angehen und dadurch in der Gruppe auch die eigene Arbeit vereinfachen.“
S2	Partizipation	„Schon allein durch die Mitarbeit bringt man ja immer die eigenen Wünsche und Ambitionen ein.“
S3	Vernetzung	„... , dass man sich kennt, dass man irgendwo schon mal miteinander gesprochen hat und dass man auch weiß, was die einzelnen Menschen bewegt.“
S4	Zusammenführung der Perspektiven	„Sie machen was ähnliches wie wir oder das sind Synergien die man nutzen kann. Da entstehen echt tolle neue Ideen“
S5	Informeller Austausch	„Es wird die Möglichkeit gegeben, sich und das Projekt zu präsentieren und sich auch für andere und andere Projekte zu interessieren [...]. Oder ist das nur eine Bühne, um sich groß aufzuspielen?“

Tabelle 12: Nennungshäufigkeit der aktivierten Arbeitsressourcen

Aktivierte Arbeitsressourcen		Anzahl Fundstellen [$\sum 14$ Erfahrungen]	Nennungs-häufigkeit [1 Zählung pro Erfahrung]	Nennungs-häufigkeit [% von $\sum 14$]
Zentrale Unterstützung		80	22	39%
Z1	Rahmensetzung und Routinen	19	7	50%
Z2	Informatorische Unterstützung	23	5	36%
Z3	Fachliche und methodische Unterstützung	31	5	36%
Z4	Anforderungsklarheit	7	5	36%
Autonomie		15	14	25%
A1	Freiwillige Nutzung	3	3	21%
A2	Orts- oder zeitunabhängige Verfügbarkeit	5	4	29%
A3	Umsetzungsautonomie	4	4	29%
A4	Herrschaftsfreiheit	3	3	21%
Emotionale soziale Unterstützung		17	14	50%
E1	Wertschätzung und Respekt	8	8	57%
E2	Zugehörigkeit und Kohäsion	9	6	43%
Evaluative soziale Unterstützung		22	12	43%
EV1	Feedback und Legitimation	12	6	43%
EV2	Vergleich	10	6	43%
Informative soziale Unterstützung		28	17	40%
I1	Beteiligung	8	5	36%
I2	Heterogene Sichtweisen	9	5	36%
I3	Informationen aus anderen Projekten	11	7	50%
Synergieaufbau und -nutzung		62	34	49%
S1	Gemeinsame Bearbeitung	7	4	29%
S2	Partizipation	12	8	57%
S3	Vernetzung	16	8	57%
S4	Zusammenführung der Perspektiven	17	9	64%
S5	Informeller Austausch	10	5	36%
Gesamt		224	113	41%

(siehe Tabelle 11) und nimmt innerhalb von forschungsnahe Dienstleistungen einen hohen Stellenwert ein.

Hier wird von den Forschenden weniger eine direkte, auf die Einzelperson ausgerichtete Unterstützungswirkung beschrieben. Stattdessen ergeben sich aus der Sicht der Befragten insbesondere Vorteile in Form von kumulativen Effekten (Synergien) durch die Zusammenführung von kollektiven Ressourcen und Kompetenzen³⁴. Die zuvor beschriebene Ressource *informative soziale Unterstützung* weist Parallelen zu der vorliegenden aktivierten Arbeitsressource auf, unterscheidet sich jedoch in einem wesentlichen Punkt. Die genannten kumulativen Effekte werden innerhalb der Ressource *Synergieaufbau und -nutzung* im Kollektiv aktiv wahrgenommen oder die Möglichkeit einer zukünftigen kollaborativen Nutzung aufgebaut. Bei der *informativen sozialen Unterstützung* werden bspw. durch heterogene Sichtweisen den einzelnen Forschenden lediglich Ressourcen (in Form von Kompetenzen und Informationen) zur Verfügung gestellt, welche persönlich genutzt werden können. Die aktivierte Arbeitsressource *Synergieaufbau und -nutzung* findet unter anderem über diese, auf die Einzelpersonen ausgerichtete, Perspektive hinaus Anwendung.

Genannt werden hier bspw. forschungsnahe Dienstleistungen, welche eine *gemeinsame Bearbeitung (S1)* von Themen ermöglichen. Dadurch wird aktiv auf den kollektiven Ressourcenpool (intellektueller) Fähigkeiten zurückgegriffen und Synergien, die sich daraus ergeben, genutzt (Katz & Martin, 1997). In diesem Zusammenhang beschreiben die Forschenden nicht nur einen reduzierten Aufwand aufgrund der kumulativen Effekte, sondern auch die Möglichkeit zur *Partizipation (S2)* und sich selbst einzubringen. Des Weiteren können die Dienstleistungen auch die Grundlage für derartige Kooperationen und Synergienutzungen über den Zeithorizont der Dienstleistung hinaus bilden. Von der Dienstleistung initiiert, wird hier auf den Aufbau von Synergien verwiesen, welche zukünftig genutzt werden können. Dieser beinhaltet zweierlei: Eine Erweiterung, aber auch eine Vertiefung und Intensivierung, bestehender Netzwerke (*Vernetzung, S3*) sowie die *Zusammenführung der Perspektiven (S4)*. Diese beide Aspekte (S3 und S4) stellen im Zusammenhang mit kooperativen Forschungshandeln, im Sinne der Integration und Zusammenführung disziplinärer Teilsichten, eine wesentliche Bedingung für den Erfolg der Forschung dar (Katz & Martin, 1997; Krott, 1996). Darüber hinaus wird auch *informeller Austausch (S5)* als notwendige Arbeitsbedingung beschrieben. Neben informellen Gesprächen, welche sich während der Inanspruchnahme der Dienstleistungen ergeben, wird auch darauf verwiesen, dass man selbst und die weiteren Akteure keine expressive Funktion einnehmen dürfen. Dieser Aspekt findet sich ebenfalls in der Sozialpsychologie bzw. der Betrachtung von Gruppenleistungen, welche die Forcierung einer positiven Selbstdarstellung als ein

Hemmnis für Synergie-Effekte aufführen (Fischer & Wiswede, 2002). Die Befragten nennen diesen Aspekt im Zusammenhang mit der Ermöglichung einer offenen Kommunikation, welche frei ist von einer „künstlich aufgebauten Struktur“ oder wahrgenommenen Statusunterschieden, die beide eine offene Kommunikation behindern können.

5.2.2. Nennungshäufigkeit

Wie auch für die Zieldimensionen, wird für die Arbeitsressourcen ebenfalls eine quantitative Analyse der Nennungshäufigkeit nach den 14 Dienstleistungserfahrungen durchgeführt. Auch hier wird die Nennungshäufigkeit pro Ressource und Dienstleistungserfahrung (diskrete Anzahl) ausgewertet (siehe Tabelle 12).

Tabelle 12 gibt einen ersten Einblick in eine mögliche Gewichtung der aktivierten Arbeitsressourcen bzgl. deren Relevanz für forschungsnahe Dienstleistungen. Die Autonomie weist mit 25 % die geringste Nennungshäufigkeit auf, während die restlichen fünf Kategorien zwischen 39 % und 50 % liegen.

Die ressourcenorientierte Betrachtung ergibt sich aus dem Wertschöpfungsprozess und damit aus dem konkreten Dienstleistungsprozess bzw. der Interaktion zwischen den Forschenden und weiteren Akteuren. Demnach ist bei einer quantitativen Untersuchung der aktivierten Arbeitsressourcen eine Differenzierung der Ergebnisse nach vergleichbaren Dienstleistungen aussagekräftiger als eine Betrachtung der gesamten Stichprobe mit einer breiten Varianz an Dienstleistungserfahrungen. Wie bereits bei der Analyse der Zieldimensionen in Kapitel 5.1.2 werden auch hier neun Dienstleistungserfahrungen miteinander verglichen, welche sich aus der gleichen oder einer vergleichbaren Dienstleistung ergeben haben. Hierbei handelt es sich um ein verbundübergreifendes Austauschangebot zwischen den Projektpartnern (teilweise mit Externen), fachliche sowie methodische Workshopangebote und das Angebot eines digitalen schwarzen Brettes zur asynchronen und verbundübergreifenden Kommunikation. Abbildung 13 zeigt die Verteilung der Zieldimensionen innerhalb dieser drei Dienstleistungen.

Für eine erste Übersicht werden die sechs Kategorien der aktivierten Arbeitsressourcen dargestellt. Eine detaillierte Einsicht in die einzelnen Ressourcenaspekte wird in Abbildung 14 geboten, deren Codierung in Tabelle 12 zu finden ist.

Bei der zusammenführenden Differenzierung nach den unterschiedlichen Dienstleistungen (siehe Abbildung 13) zeigen sich deutliche Unterschiede bzgl. der Arbeitsressourcen, welche zur Wertschöpfung aktiviert werden. Im Zuge des Austauschangebotes sind insbesondere Ressourcen aus dem sozialen Umfeld in Form von *sozialer Unterstützung* und *Synergieaufbau- und -nutzung* relevant. Bei dem Angebot einer verbundübergreifenden asynchronen Austauschmöglichkeit in Form eines schwarzen Brettes sind die *emotionale und evaluative soziale Unterstützung* weniger bedeutsam. Stattdessen werden die *zentrale Unterstützung* und die *informative soziale Unterstützung* als aktivierte Arbeitsressourcen

³⁴Die Intensivierung dieser Ressource durch die Identifizierung und Nutzung von Synergien wurde ebenfalls von zwei Befragten explizit genannt und auch als dringender Wunsch an forschungsnahe Dienstleistungen formuliert.

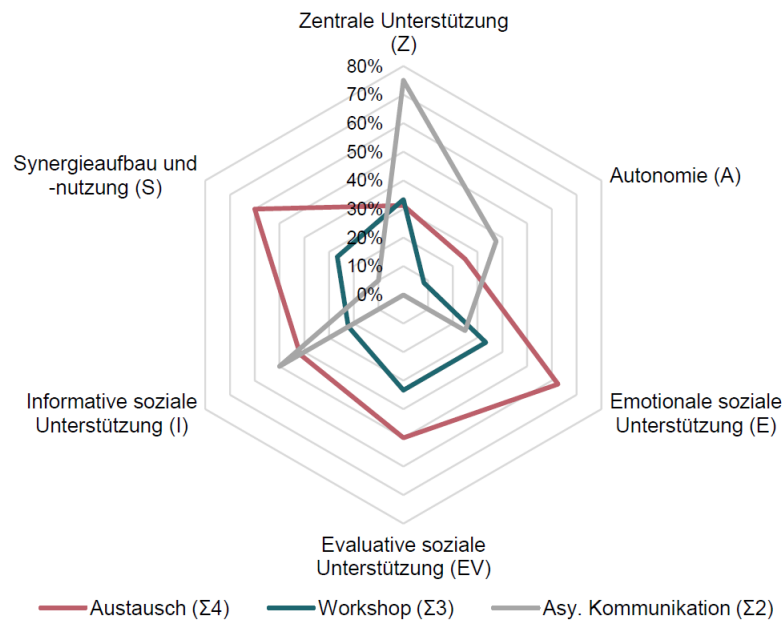


Abbildung 13: Vergleich der aktivierten Arbeitsressourcen

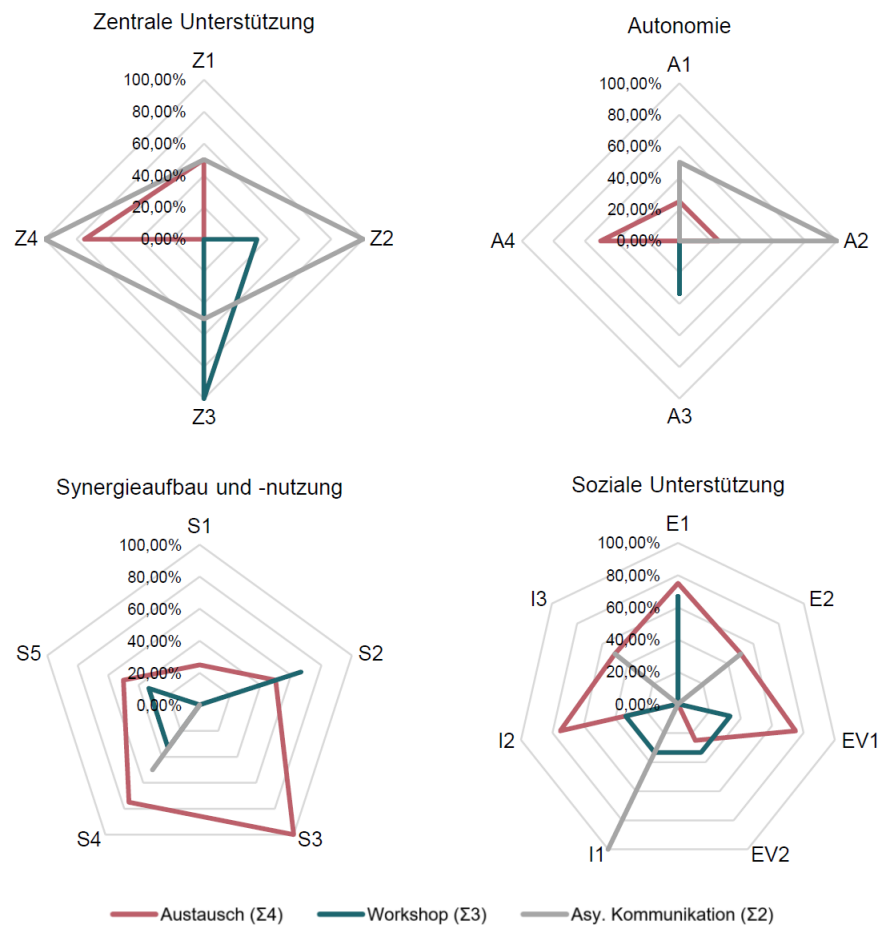


Abbildung 14: Vergleich der Aspekte aktivierter Arbeitsressourcen

genannt. Diese Gewichtung der Ergebnisse bestätigt die Ausgestaltung der Angebote. Während die Austauschangebote insbesondere einer Kooperation zwischen den Akteuren dienen, stellt das schwarze Brett eine technische Infrastruktur für die Informationsbereitstellung (insb. *informative soziale Unterstützung*) dar, welche von der forschungsnahen Dienstleistung (*zentrale Unterstützung*) initiiert wird. Ein Kernausspekt dieser technischen Infrastruktur ist die Möglichkeit zur asynchronen Nutzung, weshalb die Nennungshäufigkeit der *Autonomie* vergleichsweise gering erscheint. Das begründet sich jedoch durch die weiteren Aspekte innerhalb der aktivierten Arbeitsressource, welche, den Ergebnissen zufolge, für das digitale schwarze Brett weniger Relevanz haben (vgl. Abbildung 14). Die Ergebnisse in Abbildung 13 des Workshops sind in Vergleich zu den anderen Angeboten annähernd gleichmäßig verteilt³⁵. Hier können allerdings aus der Auswertung nach den einzelnen Aspekten der aktivierten Arbeitsressourcen (vgl. Abbildung 14) relative Schwerpunktsetzungen ausgemacht werden. Bspw. die *fachliche und methodische Unterstützung* (Z3) sowie die Möglichkeit der *Partizipation* (S2) und der *informelle Austausch* (S5) weisen dabei gegenüber den anderen Dienstleistungen eine besondere Relevanz auf.

5.3. Relationale Funktionalität

Nach der Definition des ViU und dem daraus abgeleiteten Konzeptionierungsmodell sind die zuvor präsentierten Ergebnisse (siehe Kapitel 5.1 und 5.2) miteinander verbunden. Die beschriebenen aktivierten Arbeitsressourcen, welche während der Inanspruchnahme von forschungsnahen Dienstleistungen bereitgestellt werden, schaffen Wert für die Forschenden innerhalb der Zieldimensionen (siehe Abbildung 15).

Der sogenannten *Mehrfachbestimmtheit von Ressourcen* (Klemenz, 2009) zufolge, können Ressourcen mehrere Bedürfnisse und unterschiedliche Ziele gleichzeitig erfüllen. Demnach lassen die einzelnen Ressourcen (siehe Kapitel 5.2) sich nicht spezifisch den Zieldimensionen (siehe Kapitel 5.1) zuordnen. Eine Matrixbetrachtung der Ergebnisse ermöglicht jedoch Einsicht in relevante Ressourcen-Ziel-Verbindungen. Dazu wird die Nennungshäufigkeit der einzelnen Aspekte der aktivierten Arbeitsressourcen pro Zieldimension in Tabelle 13 dargestellt. Innerhalb einer Ziel-Ressourcen-Kombination werden die Fundstellen von Dopplungen innerhalb einer Dienstleistungserfahrung bereinigt.

Die Matrix zeigt teilweise deutliche Zusammenhänge zwischen den beiden Konzeptionierungsebenen des ViU. So lassen sich bspw. klare Interdependenzen zwischen der *emotionalen sozialen Unterstützung* (E) als aktivierte Arbeitsres-

source und dem *sozialen Wert* ausmachen. Auch die Ressource *evaluative soziale Unterstützung* (EV) erreicht insbesondere das Ziel *Unsicherheitsbewältigung*.

Dagegen haben die aktivierten Arbeitsressourcen *zentrale Unterstützung* (Z) sowie *Synergieaufbau und -nutzung* (S) Zielbeziehungen auf vielen Ebenen. Dadurch zeigt sich, dass die Ressource *zentrale Unterstützung* für das Erreichen vielfältiger Zielebenen funktional ist. Diese Multifunktionalität der *zentralen Unterstützung*, welche den Kern der forschungsnahen Dienstleistungen repräsentiert, stellt ein wünschenswertes Ergebnis dar. *Synergieaufbau und -nutzung* entspricht allgemein einer wichtigen Arbeitsbedingung bei der Forschung in Verbünden. Demnach sind die Ergebnisse für diese Ressource ebenfalls positiv hervorzuheben, welche durch die Unterstützung und Initiierung des kooperativen Forschungshandelns, funktional für das Erreichen einer Vielzahl von Zieldimensionen forschungsnaher Dienstleistungen ist.

Die Matrix bietet darüber hinaus auch ein Verständnis für die Ziel-Ressourcen-Verbindungen. Neben der Mehrfachbestimmtheit der Ressourcen, erfordert nach Klemenz (2009) das Erreichen spezifischer Ziele wiederum häufig bestimmte Ressourcen. Demnach können den Zieldimensionen notwendige Ressourcen zugeordnet werden. Dies geschieht unter der Einschränkung, dass aufgrund der Stichprobengröße und der Diversität der untersuchten Dienstleistungen die Ergebnisse nicht als allgemeingültig für forschungsnahen Dienstleistungen angenommen werden dürfen. Aus welchen Ressourcen welche Zieldimensionen erreicht, und somit Wert für die Forschenden geschaffen wird, lässt sich ebenfalls Tabelle 13 entnehmen. Darüber hinaus stellt diese Verbindung ein Teil der folgenden Auswertungsgrafik (siehe Abbildung 16) dar, welche die Ergebnisse der empirischen Analyse zusammenfasst.

In Abbildung 16 sind die entwickelten Kategoriensysteme zu den Zieldimensionen (siehe Kapitel 5.1.1) und aktivierten Arbeitsressourcen (siehe Kapitel 5.1.2) dargestellt sowie deren soeben beschriebene Ziel-Ressourcen-Verbindung. Außerdem wird auch die Relevanz der einzelnen Kategorien über deren relative Nennungshäufigkeit innerhalb der gesamten Stichprobe abgebildet (siehe Kapitel 5.1.2 und 5.2.2).

5.4. Weitere Erkenntnisse aus den erhobenen Daten

Neben den Fundstellen in den Interviews, welche nach der Auswertungsstrategie in den Ergebnissen dargestellt werden, liefern die Interviews weitere Daten zum Verständnis des ViU. Hieraus ergeben sich mögliche Erweiterungen des Konzeptionierungsmodells, welche folgend kurz in Aussicht gestellt werden.

Zum einen wird von einer befragten Person explizit auf den Zeithorizont der Wertschöpfung eingegangen.

„Der Wert, der wirklich entsteht, passiert danach, was damit [Ergebnis eines offenen Austausch- und Vernetzungsangebots] passiert.“

Die vorliegende Arbeit und empirische Analyse beschränkt sich auf den ViU, welcher sich im Zuge des Dienstleistungsprozesses ergibt. Bei der Erhebung thematisieren

³⁵Darüber hinaus scheinen für die Workshops weniger Arbeitsressourcen relevant zu sein als bei den anderen beiden Dienstleistungen. Für die vorliegende Auswertung lässt sich das dadurch erklären, dass die Fundstellen von den Interviews bzgl. der Workshops insbesondere dem primären Angebot, der fachlichen und methodischen Unterstützung zugeordnet werden, welche für die Auswertung auf eine Nennung pro Dienstleistungserfahrung und Aspekt reduziert wird.

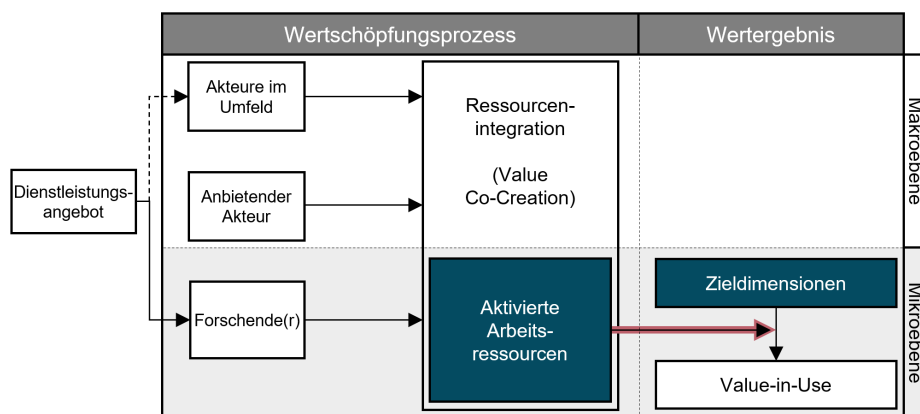


Abbildung 15: Relationale Funktionalität innerhalb des Modells

Tabelle 13: Ziel-Ressourcen-Matrix

		Zielformulierung	Zielformulierung												Summe
			Prozessverbesserung	Aufgabenvereinfachung	Schnelle Problemlösung	Sozialer Wert	Selbstdarstellung	Selbstverwirklichung	Unsicherheitsbewältigung	Sachverständnis	Kreativität und Stimulation	Impact und Wettbewerbsfähigkeit	Netzwerkerweiterung und -vertiefung	Autonomie	
Zentrale Unterstützung	Z1	Rahmensetzung und Routinen	4	3	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	10
	Z2	Informatorische Unterstützung	3	2	0	0	2	1	2	0	0	0	0	0	10
	Z3	Fachliche und methodische Unterstützung	3	3	2	0	0	1	2	4	1	0	0	0	16
	Z4	Anforderungsklarheit	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5
Autonomie	A1	Freiwillige Nutzung	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	3
	A2	Orts- oder zeitunabhängige Verfügbarkeit	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	4
	A3	Umsetzungsautonomie	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	4
	A4	Herrschaftsfreiheit	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	3
Soziale Unterstützung	E1	Wertschätzung und Respekt	0	0	0	6	2	0	0	0	0	0	0	0	8
	E2	Zugehörigkeit und Kohäsion	0	0	0	5	0	0	1	0	0	0	0	0	6
	EV1	Feedback und Legitimation	0	0	0	0	1	0	5	2	0	0	0	0	8
	EV2	Vergleich	0	0	0	0	0	0	6	0	0	1	0	0	7
	I1	Beteiligung	5	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	6
	I2	Heterogene Sichtweisen	0	0	0	0	0	0	0	1	5	0	0	0	6
	I3	Informationen aus anderen Projekten	3	1	0	0	0	0	0	4	1	1	0	0	10
Synergieaufbau	S1	Gemeinsame Bearbeitung	1	1	4	0	0	0	0	0	1	0	0	0	7
	S2	Partizipation	0	0	0	0	0	7	0	0	2	0	0	0	9
	S3	Vernetzung	1	1	0	0	0	0	0	0	0	2	7	0	11
	S4	Zusammenführung der Perspektiven	0	0	0	0	0	0	0	1	6	6	2	0	15
	S5	Informeller Austausch	0	0	0	3	3	0	0	0	1	0	0	0	7
Summe			20	16	6	14	9	9	17	13	17	11	9	14	155

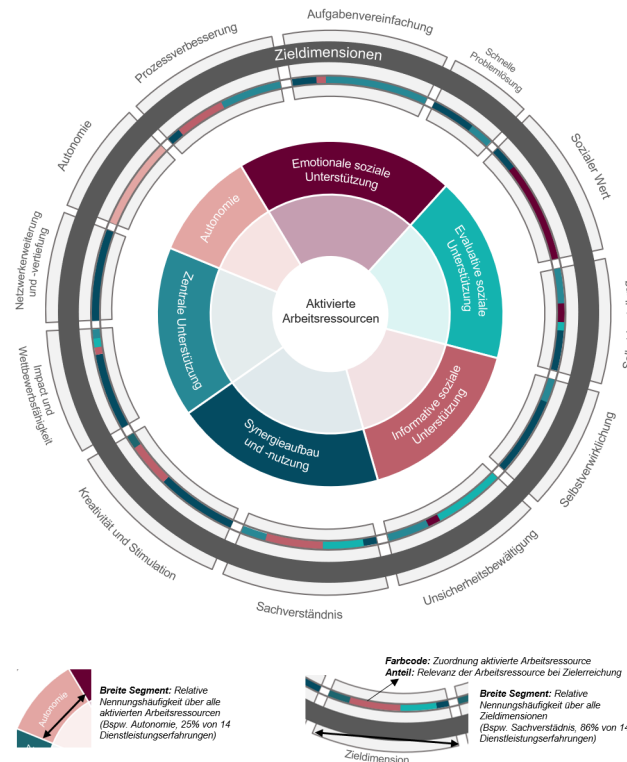


Abbildung 16: Nennungshäufigkeit und relationale Funktionalität

die Befragten auch langfristige Ziele und Arbeitsressourcen, welche über die Erfahrung der Interaktion während der Inanspruchnahme hinausgehen. Diese sind ebenfalls Teil der analysierten Ziel- und Ressourcen-Kategorien. Dennoch ist anzumerken, dass der langfristige Wert, welcher sich nach der Interaktion ergibt, kein expliziter Teil der zuvor definierten Konzeptionierung des ViU darstellt (siehe Kapitel 3.3). Der Wert kann sich jedoch auch über längere Zeiträume entwickeln (Heinonen & Strandvik, 2015). Außerdem stellt die Beziehung, welche über die Interaktionen aufgebaut wird, ebenfalls ein Wert für die begünstigten Akteure dar (Ulag & Eggert, 2006). In diesem Zusammenhang wird von der Literatur der SD-Logik unter anderem der Aufbau von Vertrauen zwischen den Akteuren thematisiert. Dieser Aspekt des Vertrauens ist wiederum von hoher Relevanz in der Beziehung zwischen den Forschenden und anbietenden Akteuren in Forschungsverbünden (John, 2019). Die entstandene Beziehungsqualität zwischen anbietenden und begünstigten Akteuren stellt somit einen möglichen Wert von forschungsnahen Dienstleistungen dar, welcher sich über den Horizont des Dienstleistungsprozesses hinaus ergibt. Demnach wird angenommen, dass eine erweiterte Betrachtung, über den Zeitraum der Inanspruchnahme hinaus, das Verständnis des ViU von Forschenden weiter vertiefen kann.

Des Weiteren werden durch die Interviews auch Einblicke in Aspekte der Wertschöpfung gewonnen, welche den ViU negativ beeinflussen. Aufgrund der Ausrichtung der vorliegenden Arbeit auf die positive Wirkung des ViU, werden diese *behindernden Konsequenzen* aus dem Wertschöpfungsprozess

(siehe Kapitel 2.2.2) in der empirischen Analyse nicht erhoben. Dennoch werden vereinzelt in den Erzählungen der Befragten Aspekte benannt, welche Einblicke in negative Facetten des Wertschöpfungsprozesses liefern, die das Erreichen der Ziele behindern. Unter anderem wird hier die subjektive Beurteilung zwischen dem wahrgenommenen Nutzen und dem persönlichen Zeitaufwand genannt.

„Ich finde manchmal die Treffen zu häufig und teilweise auch zu lange. Es sind schon relativ viele Treffen die [...] immer wieder angesetzt werden und [...] dann ist schon ein Teil der Arbeitszeit eines Tages weg. Also es ist recht zeitaufwändig.“

Daneben wird auch die erforderte persönliche (kognitive) Präsenz über die Dauer der Inanspruchnahme von Dienstleistungen unterschiedlich wahrgenommen. Während manche Befragten die Interaktivität und persönliche Einbindung wertschätzen, nimmt eine befragte Person den gleichen Aspekt eher negativ wahr.

„Das waren Formate, die ständig eine hohe Präsenz erfordert haben und das den ganzen Tag über. Da wäre kürzer oder weniger gut gewesen. Auch wenn ich die Initiative schätze. Im Prinzip war das alles gut gemacht, aber ein bisschen zu viel in der Zeitdauer.“

Im Sinne des Konzeptionierungsmodells können derartige Einsichten in die Wertbeurteilung als die Ressourcen

der Forschenden angesehen werden, welche für die Value Co-Creation investiert werden müssen. Demnach könnte das Modell um den Aspekt der (nicht-monetären) Kosten in Form von Zeit-, Zugangs-, Entscheidungs- oder Informationskosten (Geigenmüller & Lenk, 2014) erweitert werden. Sobald aus Sicht der Forschenden deren investierter Ressourcenaufwand die aktivierten Arbeitsressourcen übersteigt, kann davon ausgegangen werden, dass die Dienstleistungen nicht mehr als wertvoll oder sogar als wertvernichtend wahrgenommen werden. Solche negativen Wirkrichtungen der Wertschöpfung werden in der SD-Logik als *Value-Co-Destruction* bezeichnet (Echeverri & Skålén, 2011; Plé & Chumpitaz Cáceres, 2010) und seitens der Dienstleistungsforschung als relevantes Thema identifiziert (Ostrom et al., 2015). Neben dem ressourcenorientierten Ansatz der Implikation negativer Wirkrichtungen könnte auch der ViU in positive und negative Dimensionen (bzw. in Ziele und Vermeidungsziele) unterteilt werden. Dieser Ansatz wird unter anderem bereits von Sweeney, Plewa und Zurbrugg (2018) in Form von positiven und negativen Facetten des ViU empirisch abgeleitet.

5.5. Diskussion

Die beiden zuvor aufgeführten Aspekte des Betrachtungshorizonts und einer negativen Wertbeurteilung bieten neue Aussichten und Erweiterungsmöglichkeiten für den bestehenden Konzeptionierungsrahmen des ViU.

Im Folgenden sollen die Erkenntnisse diskutiert werden, welche sich innerhalb des konzeptionellen Rahmens durch die empirische Analyse für den ViU forschungsnaher Dienstleistungen ergeben haben. Dabei werden zunächst die Ergebnisse betrachtet (siehe Kapitel 5.5.1) und anschließend das methodische Vorgehen zu deren Erhebung und Auswertung diskutiert (siehe Kapitel 5.5.2).

5.5.1. Ergebnisse

Die gewonnenen Ergebnisse basieren auf Interviews mit Forschenden, welche innerhalb ihres Arbeitsumfeldes befragt werden. Dadurch muss bei der Interpretation der Ergebnisse berücksichtigt werden, dass die Forschenden als Arbeitnehmer*innen unter Umständen ihre Bedürfnisse nicht umfänglich artikulieren, sondern sich Antworttendenzen aufgrund der *sozialen Erwünschtheit* ergeben (Richman, Kiesler, Weisband & Drasgow, 1999). Bspw. wird die theoretisch abgeleitete Zieldimension des hedonistischen Wertes aufgrund der mangelnden Relevanz in der empirischen Analyse für forschungsnaher Dienstleistungen ausgeschlossen. Dieser Ausschluss wird von der Erstprüferin der vorliegenden Arbeit in Frage gestellt. Ihrer Meinung nach stellt das Streben nach einem hedonistischen Wert eine kritische Zielsetzung innerhalb des sozialen Umfeldes von Forschenden dar. Der Einfluss dieser sozialen Komponente kann ihrer Ansicht nach ein Grund dafür sein, weshalb die Forschenden zu dieser Zieldimension wenig Bedarf bis hin zu teilweise ablehnenden Haltungen kommuniziert haben.

Dieser Aspekt stellt auch einen möglichen Einflussfaktor für die Ergebnisse der aktivierten Arbeitsressourcen dar,

für welche ein induktiv entwickeltes Kategoriensystem vorgestellt wird. Dieses ergibt sich durch einen direkten Bezug zu den Zieldimensionen innerhalb der Interviews. Somit besteht, über den zuvor genannten potenziellen Einflussfaktor hinaus, allgemein die Gefahr einer Fehlerfortführung zwischen den Auswertungsebenen.

Des Weiteren deuten die Ergebnisse auch mögliche Differenzierungsschwierigkeiten zwischen den Konzeptionierungsebenen an. Die *Autonomie* wird in den Ergebnissen als angestrebtes Ziel und als aktivierte Arbeitsressource beschrieben. Auch der Aspekt *Vernetzung* findet sich ebenfalls in den Zieldimensionen wieder. Diese Überschneidungen werfen die Frage auf, ob die Zieldimensionen als solche für die Konzeptionierungszwecke richtig formuliert wurden. Deren Formulierung leitet sich aus dem Stand der Forschung ab und wird anhand der Besonderheiten aus dem Forschungsumfeld (Dienstleistungen innerhalb von Verbundprojekten) erweitert. Die beiden genannten Überschneidungen finden sich in den Zieldimensionen, welche aufgrund dieser theoretischen Vorüberlegungen in das Portfolio möglicher Zieldimensionen aufgenommen wurden. Demnach kann in Frage gestellt werden, ob diese nicht eher als Arbeitsressourcen anzusehen sind.

Neben den möglichen Differenzierungsschwierigkeiten kann auch das Ergebnis der aktivierten Arbeitsressourcen hinsichtlich des Abstraktionsgrades der formulierten Kategorien diskutiert werden. Allgemein liefern die Interviews Daten, welche theoretisch eine weitere Spezifikation der Arbeitsressourcen zulassen würden. Innerhalb der *fachlichen und methodischen Unterstützung* können spezifischere Aspekte wie bspw. *Interaktivität* oder auch *Professionalität des anbietenden Akteurs* genannt werden. Eine derartige Detailebene wird jedoch selten in den Beschreibungen der Arbeitsressourcen eingenommen, weshalb sich die Arbeit auf eine höhere Abstraktion festgelegt hat. Außerdem ist anzunehmen, dass mit einer zunehmenden Spezifikation der Aspekte auch deren Abhängigkeit zu individuellen Präferenzen steigt. Demnach können die Ergebnisse zu den aktivierten Arbeitsressourcen als Rahmen betrachtet werden, wie forschungsnaher Dienstleistungen zur Zielerreichung beitragen können. Deren genaue Ausgestaltung muss situations- und personenspezifisch angepasst werden. Darüber hinaus kann der Abstraktionsgrad auch die Erkenntnisse hinsichtlich der untersuchten funktionellen Beziehungen beeinflussen. In Kapitel 5.3 wird hierzu eine Multifunktionalität für die Ressourcen *zentrale Unterstützung* und *Synergieaufbau und -nutzung* als wünschenswertes Ergebnis vorgestellt. Dieses Ergebnis könnte allerdings ebenfalls auf eine unzureichende Detaillierung bzw. Spezifikation des entwickelten Kategoriensystems hinweisen. Daneben besteht die Möglichkeit, dass die Multifunktionalität der *zentralen Unterstützung* auch durch eine mangelnde Artikulationsfähigkeit seitens der Forschenden verursacht wird. Es ist unter Umständen der Fall eingetreten, dass persönlich relevante Zieldimensionen genannt, jedoch nicht im Detail spezifiziert werden konnten, welche Arbeitsressourcen hierfür konkret notwendig sind. Im Zuge dessen werden ggf. vornehmlich Bezüge zur offen-

sichtlichen und intuitiv greifbaren Arbeitsressource *zentrale Unterstützung* hergestellt.

Abschließend ist die gesetzte Entscheidungsregel zu Identifikation von relevanten Kategorien (siehe Kapitel 4.6.1) in Frage zu stellen. Zum einen hinsichtlich der eigenen Anpassung für die Zieldimensionen, welche den Ausschluss der Dimension des hedonistischen Wertes verursacht. Übergeordnet hierzu kann zum anderen die allgemeine Zweckdienlichkeit des Einsatzes einer solchen Entscheidungsregel, unter Berücksichtigung der in Aussicht gestellten Verwendungsmöglichkeiten der Ergebnisse (siehe Kapitel 2.2.1), diskutiert werden. Die Ergebnisse sollen unter anderem Verwendung bei einer gemeinsamen Entwicklung von Dienstleistungsangeboten finden. Hierbei dienen die möglichen Zieldimensionen und aktivierten Arbeitsressourcen als Verständigungsgrundlage für die Forschenden. Diese erleichtert den Zugang zu dem komplexen inhärenten Prozess der Wertwahrnehmung und ermöglicht die Artikulation von persönlichen Präferenzen. In einem solchen gemeinsamen Gestaltungsprozess wird der Rahmen geboten, die Relevanz der Kategorien anhand der tatsächlichen Bedürfnisse der situativen Konstellation von Forschenden herauszufinden. Somit kann die Zweckdienlichkeit einer zu vorigen Reduktion der Kategorien anhand von subjektiven Erfahrungsdaten in Frage gestellt werden.

5.5.2. Methodisches Vorgehen

Neben den Ergebnissen soll folgend auch das methodische Vorgehen zu deren Gewinnung und Auswertung kritisch hinterfragt werden.

Zusätzlich zu dem zuvor dargestellten möglichen Einfluss der sozialen Erwünschtheit kann eine mögliche methodische Schwäche innerhalb der empirischen Erhebung diskutiert werden. Diese kritische Betrachtung ist insbesondere durch die Explikation der Zieldimension des hedonistischen Wertes motiviert, folgend aber auf eine allgemeine Diskussion der Ergebnisse für die Zieldimensionen zu beziehen. Der hedonistische Wert repräsentiert einen *affektiven* Wert (Holbrook, 1999; Morar, 2013). Ein solcher Wert ergibt sich aus den Dienstleistungsprozessen für die begünstigten Akteure, stellt jedoch keinen *funktionalen* Wert dar, welcher mit konkreten Erwartungen an die Dienstleistungen assoziiert wird. Während der Interviews wird mit der einleitenden Aussage „Hierbei ist mir wichtig, dass...“ der Bezug zu den Zieldimensionen aufgebaut. Durch diese Formulierung soll erreicht werden, dass die Forschenden nicht nur funktionale Ziele, sondern auch Ziele mit emotionalem und affektivem Charakter artikulieren, welche ebenfalls Teile des mehrdimensionalen ViU darstellen. Nach dem persönlichen Eindruck der Autorin und Interviewerin ist dies innerhalb der Befragungen gelungen. Dennoch sind die Ergebnisse hinsichtlich einer Gewichtung in Richtung funktionaler Ziele aufgrund des methodischen Vorgehens in Frage zu stellen. Eine alternative Analyse von Wert- bzw. Zieldimensionen stellt unter anderem das *Means-End-Chaining* und *Laddering* (Gutman, 1982; Reynolds & Gutmann, 1988) oder auch die *Repertory Grid-Methode* nach Kelly (1995) zur Ermittlung persönlicher

Konstrukte dar. Diese Vorgehen erfordern jedoch einen hohen methodischen Aufwand, welcher für die vorliegende Arbeit und in Anbetracht des umfassenden Standes der Forschung nicht legitimiert werden konnte.

Über die Methodik zur Erhebung der Daten hinaus, birgt auch das Vorgehen zu deren Auswertung Diskussionspunkte. Hier kann die reliable Güte der Ergebnisse im Zusammenhang mit der qualitativen Inhaltsanalyse kritisch hinterfragt werden. Insbesondere aufgrund des zeitlichen Umfangs wird sowohl die Codierung (Extraktion der Fundstellen) als auch die Entwicklung des Kategoriensystems von der Autorin der vorliegenden Arbeit vorgenommen. Dabei werden weitere Forscherinnen in den Prozess mit einbezogen und Rücksprachen gehalten. Es findet jedoch keine parallele und unabhängige Durchführung der Auswertung einer weiteren Person statt. Dieses Vorgehen wird allerdings für qualitative Inhaltsanalysen empfohlen, um subjektive Einflüsse bei der Auswertung zu minimieren und somit die *Inter-Coder-Reliabilität* zu gewährleisten (Mayring, 2015). Außerdem haben die Abstimmungen und Validierungsgespräche bzgl. des Kategoriensystems zu einer fortlaufenden Verbesserung und Anpassung geführt. Dieser Prozess fand zum Teil nach 50 % des Materialdurchlaufs, jedoch insbesondere nach Abschluss der Materialsichtung (siehe Kapitel 4.5.1 und 4.5.2), statt. Bei den Anpassungen werden stets sämtliche Fundstellen in den iterativen Prozess mit einbezogen, eine anschließende erneute Sichtung des gesamten Interviewmaterials konnte allerdings zu dem Zeitpunkt der Arbeit nicht mehr durchgeführt werden. Nach dem Ablaufmodell der qualitativen Inhaltsanalyse ist eine solche Wiederholung des Materialdurchlaufs nicht vorgeschrieben, dennoch könnten hierbei ggf. anhand des final definierten Kategoriensystems neue Fundstellen extrahiert werden.

Darüber hinaus kann ebenfalls Kritik an der Stichprobengröße in Anbetracht der Diversität der untersuchten forschungsnahen Dienstleistungen geübt werden (Lamnek, 2010, S. 350). Dieser Problematik kann innerhalb der Arbeit teilweise begegnet werden, indem zur Interpretation der Ergebnisse Erfahrungen mit vergleichbaren Dienstleistungsangeboten gegenübergestellt werden.

6. Zusammenfassung und Ausblick

Die vorliegende Arbeit zielt darauf ab, den ViU von Forschenden zu verstehen, welcher sich aus der Inanspruchnahme von *forschungsnahen Dienstleistungen* ergibt. Um diesen wahrgenommenen Wert der Dienstleistungen abzubilden, stellt sich die Arbeit zwei Forschungsfragen, welche sich aus der Definition des ViU ableiten. Dabei sollen zum einen die Ziele von Forschenden dargestellt werden. Zum anderen sollen Einblicke hinsichtlich der Ressourcen gewonnen werden, welche durch die Dienstleistungen bereitgestellt werden und das Erreichen der Ziele erleichtern. Die beiden Forschungsfragen sind in ein Konzeptionierungsmodell für den ViU eingebettet, welches innerhalb der Arbeit aufgestellt wird. Mithilfe dieses Modells wird das folgend beschriebene

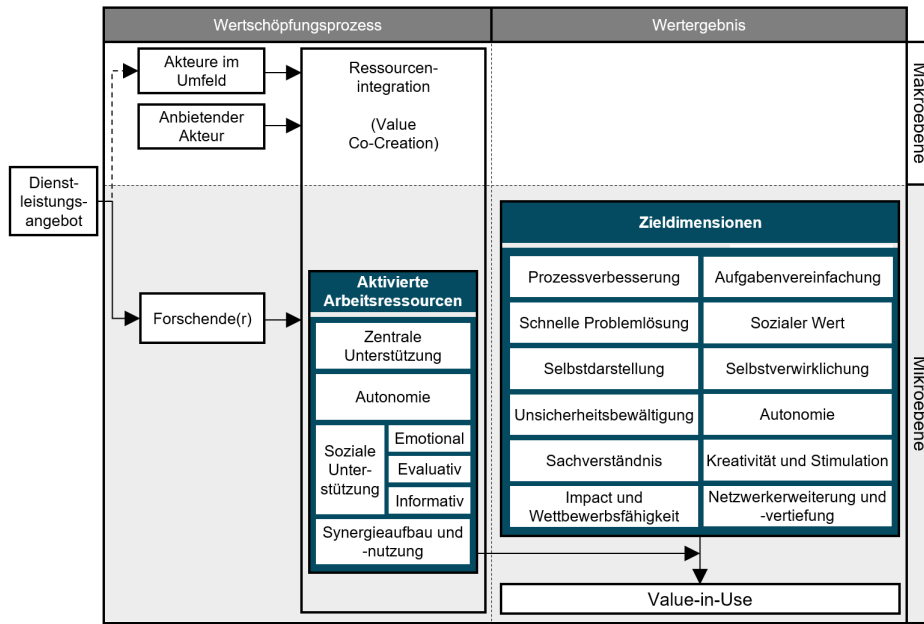


Abbildung 17: Das ViU-Modell forschungsnaher Dienstleistungen

Quelle: Eigene Darstellung

Wertverständnis für forschungsnaher Dienstleistungen eingenommen.

6.1. Beantwortung der Forschungsfragen

Im Sinne des ViU müssen die Dienstleistungen zunächst als *potenziell wertvolle* Angebote verstanden werden. Diese haben keinen Wert bis zu dem Moment ab welchem Forschende die Dienstleistung in Anspruch nehmen. Der mehrdimensionale ViU ergibt sich dabei aus dem Erreichen der Zieldimensionen. Welche Ziele die Forschenden an die Dienstleistung herantragen, bestimmt sich anhand individueller Präferenzen. Die Zielerreichung und damit der ViU wird durch die wahrgenommenen Konsequenzen aus dem Wertschöpfungsprozesses determiniert. Dieser Wertschöpfungsprozess findet entlang der Inanspruchnahme der Dienstleistungen statt. Während der Inanspruchnahme werden den Forschenden Ressourcen zur Verfügung gestellt, welche potenziell das Erreichen der Ziele ermöglichen oder erleichtern. Hierfür wird der Begriff der *aktivierten Arbeitsressourcen* definiert. Dadurch wird berücksichtigt, dass nicht alle angebotenen Ressourcen für die begünstigten Akteure wertvoll sind. Erst wenn die einzelnen Forschenden diese als funktional anerkennen und für sich persönlich integrieren können, tragen sie zur Zielerreichung bei.

Das theoretisch aufgestellte Konzeptionierungsmodell wird anschließend für den konkreten Anwendungsfall empirisch untersucht. Hierzu werden neun Forschende zu ihren persönlichen Erfahrungen mit forschungsnahen Dienstleistungen befragt und die gewonnenen Daten mithilfe einer qualitativen Inhaltsanalyse ausgewertet. Teilweise beschreiben die Forschenden innerhalb der Interviews zwei Dienstleistungserfahrungen, weshalb insgesamt anhand von 14

Dienstleistungen Einsichten in die Wertbeurteilung von Forschenden gewonnen werden. Die Ergebnisse der empirischen Analyse sowie deren Einbettung in das Konzeptionierungsmodell sind zusammenfassend in Abbildung 17 dargestellt.

Die Ziele, welche Forschende an die Dienstleistungen herantragen, können anhand von zwölf Zieldimensionen charakterisiert werden, welche die erste Forschungsfrage beantworten. Die zweite Forschungsfrage wird mithilfe von sechs aktivierten Arbeitsressourcen beantwortet, deren Funktionalität sich durch insgesamt 20 Aspekte ergibt. Über diese beiden Ebenen der Konzeptionierung hinaus können außerdem erste Erkenntnisse hinsichtlich der relationalen Funktionalität der aktivierten Arbeitsressourcen mithilfe der empirischen Daten gewonnen werden, wodurch eine Verbindung der beiden Konzeptionierungsebenen geschaffen wird.

Die aufgestellten Kategoriensysteme der Zieldimensionen und aktivierten Arbeitsressourcen beziehen sich in ihrer inhaltlichen Charakterisierung auf forschungsnaher Dienstleistungen. Zusätzlich dienen repräsentative exemplarische Aussagen aus den Interviews einer besseren Zugänglichkeit zu den abstrakten Begriffen. Dadurch wird die einleitende Motivation der Konzeptionierung des ViU unterstützt, welche zum Ziel hat, eine Grundlage für die Gestaltung von forschungsnahen Dienstleistungen zu schaffen. Hierfür wird die Verwendung der Ergebnisse durch zwei Gruppen von Nutzer*innen in Aussicht gestellt.

Eine mögliche Anwendung der Ergebnisse stellt deren Berücksichtigung seitens der anbietenden Akteure bei der Gestaltung von Dienstleistungsangeboten dar. Mithilfe der Konzeptionierungsebenen werden Einblicke in die komplexe Wertbeurteilung ihrer Dienstleistungen aus der Sicht der

Forschenden geschaffen. Somit kann bei künftigen Dienstleistungsentwicklungen berücksichtigt werden auf *welchen Ebenen* (Zieldimensionen) und *wie* (aktivierte Arbeitsressourcen) die Angebote für Forschende wertvoll sein können. Anhand einer zusammenführenden Betrachtung der beiden Konzeptionierungsebenen kann zusätzlich ein Verständnis dafür aufgebaut werden, welche spezifischen Ressourcen das Erreichen einzelner Ziele erleichtern und somit zur Wertschöpfung innerhalb der Zieldimensionen bereitgestellt werden sollten.

Neben den anbietenden Akteuren können die Ergebnisse auch von den Forschenden, als begünstigte Akteure der Dienstleistungen, verwendet werden. Die Ergebnisse erleichtern dabei den Forschenden die Zugänglichkeit zu deren inhärenten Prozess einer Wertbeurteilung. Anhand der Zieldimensionen und Ressourcen können die Forschenden somit besser ihre eigenen Bedürfnisse und Präferenzen reflektieren und gegenüber den anbietenden Akteuren artikulieren.

Diese Perspektive einer gemeinsamen Gestaltung von Dienstleistungsangeboten stellt eine relevante Implikation aus den theoretischen Überlegungen des ViU für die Interpretation der gewonnenen Ergebnisse dar. Der ViU wird als subjektives und phänomenologisches Wertkonstrukt beschrieben. Demnach ist das Konzeptionierungsmodell und die Ergebnisse der vorliegenden Arbeit als Orientierung für das Zustandekommen der Wertbeurteilung zu betrachten. Eine präskriptive Beschreibung der tatsächlichen persönlichen Wahrnehmung anhand der Ergebnisse ist nicht möglich, da die Beurteilung unter anderem maßgeblich durch individuelle Werte bestimmt wird (Stampacchia, Tregua & Coppola, 2020). Diese müssen durch die Forschenden innerhalb eines gemeinsamen Gestaltungsprozesses artikuliert werden, wodurch erst eine explizite Ausrichtung an den individuellen und auch situativen Bedarfen seitens der Forschenden ermöglicht wird.

6.2. Anschließende Forschungsaussichten

Die vorliegende Arbeit ermöglicht sowohl durch das aufgestellte Konzeptionierungsmodell als auch durch die Erkenntnisse der empirischen Analyse zahlreiche weitere Forschungsrichtungen.

Während die Zieldimensionen bereits innerhalb der ViU-Forschung untersucht werden, schafft die vorliegende Arbeit durch die Konzeptionierung der aktivierten Arbeitsressourcen eine neue Betrachtungsebene. Diese ergänzt die bisherige dimensionsbezogene ViU-Forschung um eine wertschöpfungsorientierte Analyse des ViU, welche ermöglicht dessen dynamischen Charakter besser abzubilden. Eine solche Analyse ist nicht auf die Dienstleistungsforschung innerhalb des Arbeitsumfeldes begrenzt, da der Begriff der Ressourcen auch unter anderem in der Humansozilogie umfassend betrachtet wird. Hier werden Ressourcen als „materielle, soziale oder persönliche Eigenschaften, die eine Person besitzt und die sie nutzen kann, um Fortschritte in Richtung ihrer persönlichen Ziele zu machen“ [übersetzt nach Diener und Fujita (1995), S. 926] definiert. Mithilfe dieses allgemein

gefassten Ressourcenverständnisses lässt sich der ressourcenorientierte Konzeptionierungsansatz theoretisch auf alle Dienstleistungsbereiche übertragen.

Darüber hinaus deutet der Ressourcenbegriff durch die Weite seiner Definition auch ergänzende Forschungsansätze zu den bestehenden Ergebnissen an. So werden mit der vorliegenden empirischen Analyse Ressourcen betrachtet, welche aus dem externen Umfeld über den Dienstleistungsprozess aktiviert werden konnten. Dabei bleibt die Untersuchung der persönlichen Ressourcen zunächst außer Acht. Demnach ergibt sich ein aufbauender Forschungsansatz aus der Betrachtung von Ressourcen, welche seitens der Forschenden integriert werden müssen, um die aus dem externen Umfeld zu aktivieren. Eine Möglichkeit stellt hier die Untersuchung der notwendigen persönlichen Ressourcen in Relation zu den aktivierten Arbeitsressourcen dar. Ein solcher Ansatz wird bereits in Kapitel 5.4 anhand der Erkenntnisse aus den Interviews in Aussicht gestellt. Demnach würde eine Konzeptionierung der persönlich aufgewendeten Ressourcen eine Untersuchung des ViU ermöglichen, welche neben den externen Ressourcen auch die persönlichen (nicht-monetären) Kosten zur deren Aktivierung entlang der Wertschöpfung abbildet.

Über diesen Aspekt der wahrgenommenen Kosten hinaus, schafft das Konzeptionierungsmodell ebenfalls einen Rahmen für eine weiterführende Analyse des Wertschöpfungsprozesses. Innerhalb des Modells wird in der vorliegenden Arbeit zunächst die Mikroperspektive der einzelnen Forschenden eingenommen. Nach dem Prinzip der Value Co-Creation sind an dem Wertschöpfungsprozess weitere Akteure beteiligt. Diese sind über eine Wertschöpfungskoperation miteinander verbunden, aus welcher sich für jeden einzelnen Akteur ein individueller Wert ergibt. Für eine solche Makroperspektive bietet das Konzeptionierungsmodell bereits einen analytischen Rahmen. Innerhalb des Modells kann bspw. untersucht werden, welche persönlichen Ressourcen die Forschenden während der Inanspruchnahme von forschungsnahen Dienstleistungen integrieren, wofür Plé (2016) bereits zwölf Ressourcenkategorien definiert. Diese integrierten Ressourcen schaffen wiederum Wert für andere Akteure innerhalb des Umfeldes, weshalb sich durch deren Berücksichtigung wertvolle Implikationen für die Analyse kooperativer Wertschöpfungsprozesse ergeben können.

Darüber hinaus bietet die vorliegende Arbeit durch das aufgestellte Kategoriensystem der beiden Konzeptionsebenen die Grundlage für eine Typisierung der begünstigten Akteure. John (2019) und Wieser, Brechelmacher und Schendel (2014) stellen dazu bereits Ansätze zur charakterisierenden Einordnung der wissenschaftlichen Mitarbeitenden innerhalb von Forschungsprojekten vor. Hier werden unter anderem Kriterien wie das Streben nach Autonomie, gemeinschaftlichen Arbeiten aber auch das Streben nach Distanz eingeführt. Einer solchen Typisierung folgend könnten, anhand der gewonnenen Ergebnisse der vorliegenden Arbeit, zukünftig bedarfsgerechte Dienstleistungsangebote für die unterschiedlichen Charaktere innerhalb von Verbundprojekten angeboten werden.

Literatur

- Aljets, E. & Lettkemann, E. (2012). Hochschuleitung und forschende: Von wechselseitiger nichtbeachtung zu wechselseitiger abhängigkeit. In U. Wilkesmann & C. Schmid (Hrsg.), *Hochschule als organisation* (S. 131–153). Wiesbaden: Springer VS.
- Antonovsky, A. (1997). *Salutogenese: Zur entmystifizierung der gesundheit* (Bd. Bd. 36). Tübingen: Dgvt-Verl.
- Auer, C. & Herlitschka, S. (2008). Institutionelle strategieorientierung in der forschung: Strategisches forschungsmanagement an der medizinischen universität graz. *Wissenschaftsmanagement* (1), 10–18. Zugriff am 01.02.2021 auf https://www.wissenschaftsmanagement.de/dateien/dateien/management/downloaddateien/wim_2008_01_carolin_auer_sabine_herlitschka_institutionelle_strategieorientierung_in_der_forschung.pdf
- Auth, G., Czarnecki, C., Bensberg, F. & Thor, A. (2019). Digitalisierung des forschungsprozesses aus sicht von forschenden – durch serviceintegration zum persönlichen forschungsinformationssystem. In T. Barton, C. Müller & C. Seel (Hrsg.), *Hochschulen in zeiten der digitalisierung* (S. 287–307). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden und Springer Vieweg.
- Bakker, A. B. & Demerouti, E. (2007). The job demands–resources model: state of the art. *Journal of Managerial Psychology*, 22 (3), 309–328. doi: 10.1108/02683940710733115
- Bakker, A. B., Demerouti, E. & Euwema, M. C. (2005). Job resources buffer the impact of job demands on burnout. *Journal of occupational health psychology*, 10 (2), 170–180. doi: 10.1037/1076-8998.10.2.170
- Bakker, A. B., Hakanen, J. J., Demerouti, E. & Xanthopoulou, D. (2007). Job resources boost work engagement, particularly when job demands are high. *Journal of Educational Psychology*, 99 (2), 274–284. doi: 10.1037/0022-0663.99.2.274
- Bamberger, P. (2008). From the editors beyond contextualization: Using context theories to narrow the micro-macro gap in management research. *Academy of Management Journal*, 51 (5), 839–846. doi: 10.5465/amj.2008.34789630
- Baum, E. L. & Zimmermann, E. W. (1951). *World resources and industries*. New York, NY: Harper and Row.
- Becker, P. (2006). *Gesundheit durch bedürfnisbefriedigung*. Göttingen: Hogrefe.
- Boden, D. (2016a). Den gestellten ansprüchen entsprechen: Ganzheitliche dienstleistungsentwicklung im forschungsmanagement. *Wissenschaftsmanagement* (5), 42–47.
- Boden, D. (2016b). *Systematische dienstleistungs- und organisationsentwicklung in universitären support-strukturen: Service engineering in der forschungsunterstützung*. Göttingen.
- Boden, D. (2016c). Wissenschaftsmanagement an der schnittstelle zwischen wissenschaft und verwaltung: Praxisbericht forschungsmanagement. *Wissenschaftsmanagement* (2), 26–31. Zugriff am 13.10.2020 auf https://www.wissenschaftsmanagement.de/dateien/dateien/archiv/downloaddateien/wim_02_2016.pdf
- Böhm, B. (2006). *Vertrauensvolle verständigung - basis interdisziplinärer projektarbeit* (Bd. Bd. 4). Stuttgart: Steiner.
- Brandstätter, S. & Sonntag, K. (2016). Interdisciplinary collaboration: How to foster the dialogue across disciplinary borders? In B. Deml, P. Stock, R. Bruder & C. M. Schlick (Hrsg.), *Advances in ergonomic design of systems, products and processes* (S. 365–409). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
- Bruhn, M. (2012). Verfahren zur messung der qualität interner dienstleistungen: Ansätze für einen methodentransfer aus dem (externen) dienstleistungsmarketing. In M. Bruhn (Hrsg.), *Internes marketing* (S. 536–575). Wiesbaden: Gabler.
- Bruns, K. & Jacob, F. (2014). Value-in-use und mobile technologien: Ein allgemeiner ansatz zur messung des value-in-use und eine spezifische anwendung am beispiel der smartphone-nutzung. *Wirtschaftsinformatik*, 56 (6), 381–393. doi: 10.1007/s11576-014-0437-z
- Bruns, K. & Jacob, F. (2016). Value-in-use: Antecedents, dimensions, and consequences. *Marketing ZFP*, 38 (3), 135–149. doi: 10.15358/0344-1369-2016-3-135
- Capra, F. & Luisi, P. L. (2014). *The systems view of life: A unifying vision* (1st paperback ed., 8th printing Aufl.). New York: Cambridge University Press.
- Carver, C. S. & Scheier, M. F. (2000). Autonomy and self-regulation. *Psychological Inquiry*, 11 (4), 284–291. Zugriff am 24.04.2021 auf <https://www.jstor.org/stable/pdf/1449622.pdf?refreqid=excelsior%3A40628c4b38053fb9f52936633cfc3798>
- Chandler, J. D. & Vargo, S. L. (2011). Contextualization and value-in-context: How context frames exchange. *Marketing Theory*, 11 (1), 35–49. Zugriff am 27.10.2020 auf <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1470593110393713> doi: 10.1177/1470593110393713
- Defila, R., Di Giulio, A. & Scheuermann, M. (2006). *Forschungsverbundmanagement: Handbuch zur gestaltung inter- und transdisziplinärer projekte*. Zürich: vdf, Hochsch.-Verl. an der ETH.
- Defila, R., Di Giulio, A. & Scheuermann, M. (2008). *Management von forschungsverbünden: Möglichkeiten der professionalisierung und unterstützung*. Weinheim: Wiley-VCH Verl. Zugriff am 07.11.2020 auf https://www.dfg.de/download/pdf/dfg_im_profil/geschaeftsstelle/publikationen/management_forschungsverbuende.pdf
- de Gregori, T. R. (1987). Resources are not; they become: An institutional theory. *Journal of Economic Issues*, 21 (3), 1241–1263. doi: 10.1080/00213624.1987.11504702
- Demerouti, E., Bakker, A. B., Nachreiner, F. & Schaufeli, W. B. (2001). The job demands–resources model of burnout. *Journal of Applied Psychology*, 86 (3), 499–512. doi: 10.1037//0021-9010.86.3.499
- Demerouti, E. & Nachreiner, F. (2019). Zum arbeitsanforderungen-arbeitsressourcen-modell von burnout und arbeitsengagement – stand der forschung. *Zeitschrift für Arbeitswissenschaft*, 73 (2), 119–130. doi: 10.1007/s41449-018-0100-4
- DFG. (2018). Kennzahlen zur öffentlich finanzierten forschung in deutschland. *DFG-Förderatlas 2018*. Zugriff am 03.05.2021 auf <https://www.dfg.de/sites/foerderatlas2018/epaper/files/assets/common/downloads/publication.pdf>
- Diener, E. & Fujita, F. (1995). Resources, personal strivings, and subjective well-being: A nomothetic and idiographic approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68 (5), 926–935. doi: 10.1037/0022-3514.68.5.926
- Dodge, R., Daly, A., Huyton, J. & Sanders, L. (2012). The challenge of defining wellbeing. *International Journal of Wellbeing*, 2 (3), 222–235. doi: 10.5502/ijw.v2i3.4
- Durges, J. F., O'Connor, G. C. & Veryzer, R. W. (1996). Observations: Translating values into product wants. *Journal of Advertising Research*, 36 (6), 90–99.
- Echeverri, P. & Skålén, P. (2011). Co-creation and co-destruction: A practice-theory based study of interactive value formation. *Marketing Theory*, 11 (3), 351–373. doi: 10.1177/1470593111408181
- Edvardsson, B., Kleinaltenkamp, M., Tronvoll, B., McHugh, P. & Windahl, C. (2014). Institutional logics matter when coordinating resource integration. *Marketing Theory*, 14 (3), 291–309. Zugriff am 22.10.2020 auf <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1470593114534343> doi: 10.1177/1470593114534343
- Edvardsson, B., Tronvoll, B. & Gruber, T. (2011). Expanding understanding of service exchange and value co-creation: a social construction approach. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39 (2), 327–339. Zugriff am 26.10.2020 auf <https://link.springer.com/article/10.1007/s11747-010-0200-y#citeas> doi: 10.1007/s11747-010-0200-y
- Eggert, A., Ulaga, W., Frow, P. & Payne, A. (2018). Conceptualizing and communicating value in business markets: From value in exchange to value in use. *Industrial Marketing Management*, 69, 80–90. doi: 10.1016/j.indmarman.2018.01.018
- Etgar, M. (2008). A descriptive model of the consumer co-production process. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 36 (1), 97–108. doi: 10.1007/s11747-007-0061-1
- Fischer, L. & Wiswede, G. (2002). *Grundlagen der sozialpsychologie* (2., überarb. und erw. Aufl. Aufl.). München und Wien: Oldenbourg.
- Fleßa, S., John, M. & Mahnke, J. (2011). Zwischen vertrauen und kontrolle: Management interdisziplinärer forschungsverbünde – eine exemplarische analyse. *Wissenschaftsmanagement* (6), 38–43. Zugriff am 22.02.2021 auf https://www.wissenschaftsmanagement.de/dateien/dateien/management/downloaddateien/wim_2011_06_steffen_flessa_michael_john_juliane

- [_mahnke_zwischen_vertrauen_und_kontrolle.pdf](#)
- Flick, U., von Kardorff, E. & Steinke, I. (2017). Was ist qualitative forschung? einleitung und überblick. In U. Flick, E. von Kardorff & I. Steinke (Hrsg.), *Qualitative forschung* (S. 13–29). Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.
- Friedrichs, J. (1973). *Methoden empirischer sozialforschung* (54. - 60. Tsd Aufl., Bd. 28 : Sozialwiss.). Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Gallan, A. S. & Jefferies, J. G. (2020). Value co-creation and its meaning for customers. In E. Bridges & K. Fowler (Hrsg.), *The routledge handbook of service research insights and ideas* (S. 322–343). New York: Routledge.
- Geigenmüller, A. & Lenk, K. (2014). Internet service value: Begriff, konzeptualisierung und relevanz für das interne dienstleistungsmarketing. In M. Bruhn & K. Hadwich (Hrsg.), *Service value als werttreiber* (S. 329–350). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Gioia, D. A., Corley, K. G. & Hamilton, A. L. (2013). Seeking qualitative rigor in inductive research. *Organizational Research Methods*, 16 (1), 15–31. Zugriff am 24.04.2021 auf <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1094428112452151> doi: 10.1177/1094428112452151
- Gläser, J. (2006). *Wissenschaftliche produktionsgemeinschaften: Die soziale ordnung der forschung* (Bd. Bd. 906). Frankfurt [am Main] and New York: Campus.
- Goffin, K., Lemke, F. & Szejcowski, M. (2006). An exploratory study of 'close' supplier-manufacturer relationships. *Journal of Operations Management*, 24 (2), 189–209. doi: 10.1016/j.jom.2005.05.003
- Goffin, K., Raja, J. Z., Claes, B., Szejcowski, M. & Martinez, V. (2012). Rigor in qualitative supply chain management research. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 42 (8/9), 804–827. Zugriff am 09.05.2021 auf <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/09600031211269767/full/pdf?title=rigor-in-qualitative-supply-chain-management-research-lessons-from-applying-repertory-grid-technique> doi: 10.1108/09600031211269767
- Grönroos, C. & Voima, P. (2013). Critical service logic: making sense of value creation and co-creation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 41 (2), 133–150. doi: 10.1007/s11747-012-0308-3
- Gummerus, J. (2013). Value creation processes and value outcomes in marketing theory. *Marketing Theory*, 13 (1), 19–46. doi: 10.1177/1470593112467267
- Gutman, J. (1982). A means-end chain model based on consumer categorization processes. *Journal of Marketing*, 46 (2), 60. Zugriff am 11.10.2020 auf <https://www.proquest.com/docview/1296568451/fulltextPDF/C6BF9D2F33C84397PQ/9?accountid=14431> doi: 10.2307/3203341
- Hartwig, K. L. & Jacob, F. (2018). How individuals assess value-in-use: Theoretical discussion and empirical investigation. *Marketing ZFP*, 40 (3), 43–62. doi: 10.15358/0344-1369-2018-3-43
- Heinonen, K. & Strandvik, T. (2015). Customer-dominant logic: foundations and implications. *Journal of Services Marketing*, 29 (6/7), 472–484. Zugriff am 06.05.2021 auf <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JSM-02-2015-0096/full/pdf?title=customer-dominant-logic-foundations-and-implications> doi: 10.1108/JSM-02-2015-0096
- Helkkula, A., Kelleher, C. & Pihlström, M. (2012). Characterizing value as an experience. *Journal of Service Research*, 15 (1), 59–75. Zugriff am 26.10.2020 auf <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1094670511426897> doi: 10.1177/1094670511426897
- Helkkula, A., Kowalkowski, C. & Tronvoll, B. (2018). Archetypes of service innovation: Implications for value cocreation. *Journal of Service Research*, 21 (3), 284–301. doi: 10.1177/1094670517746776
- Hendrichs, M. (2017). Forschungsmanagement in hochschulen: Service aus einer hand: ein praxisbeispiel aus der universität zu köln. In M. Lemmens, P. Horváth & M. Seiter (Hrsg.), *Wissenschaftsmanagement* (S. 274–285). Bonn-Berlin: Lemmens Medien GmbH.
- Heuer, C. (2017). *New professionals an der deutschen universität* (Dissertation, Universität Osnabrück, Osnabrück). Zugriff am 14.10.2020 auf https://repositorium.ub.uni-osnabrueck.de/bitstream/urn:nbn:de:gbv:700-2017032415660/7/thesis_heuer.pdf
- Hinze, S. (2016). Forschungsförderung und ihre finanzierung. In D. Simon, A. Knie, S. Hornbostel & K. Zimmermann (Hrsg.), *Handbuch wissenschaftspolitik* (S. 413–428). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. doi: 10.1007/978-3-658-05455-7\textunderscore15
- Holbrook, M. B. (1999). *Consumer value: A framework for analysis and research*. London: Routledge. Zugriff am 13.10.2020 auf http://eprints.stiperdharma.wacana.ac.id/28/1/%5BM._Holbrook%5D_Consumer_Value_A_Framework_for_Anal%28BookFi%29.pdf
- House, J. S. (1981). *Work stress and social support* (Bd. 4). Reading: Addison-Wesley.
- John, M. (2019). *Management interdisziplinärer forschungsverbünde: Institutionelle bedingungen nachhaltiger kooperation in der medizin* (1. Auflage 2019 Aufl.). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. doi: 10.1007/978-3-658-24477-4
- Johnston, R. (2008). Internal service – barriers, flows and assessment. *International Journal of Service Industry Management*, 19 (2), 210–231. doi: 10.1108/09564230810869748
- Jung, H. (2014). *Persönlichkeitstypologie: Menschenkenntnis als instrument der mitarbeiterführung* (4., aktualisierte und erw. Aufl. Aufl.). München: De Gruyter Oldenbourg.
- Kang, G.-D., Jame, J. & Alexandris, K. (2002). Measurement of internal service quality: application of the servqual battery to internal service quality. *Managing Service Quality: An International Journal*, 12 (5), 278–291. Zugriff am 23.10.2020 auf <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/09604520210442065/full/pdf?title=measurement-of-internal-service-quality-application-of-the-servqual-battery-to-internal-service-quality> doi: 10.1108/09604520210442065
- Katz, J. & Martin, B. R. (1997). What is research collaboration? *Research Policy*, 26 (1), 1–18. doi: 10.1016/S0048-7333(96)00917-1
- Kelle, U. & Kluge, S. (1999). *Vom einzelall zum typus: Fallvergleich und fallkontrastierung in der qualitativen sozialforschung* (Bd. 4). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kelly, G. (1995). *The psychology of personal constructs: Volume 1: Theory and personality* (Reprinted Aufl., Bd. 1). London: Routledge.
- Kleinaltenkamp, M., Brodie, R. J., Frow, P., Hughes, T., Peters, L. D. & Wortschek, H. (2012). Resource integration. *Marketing Theory*, 12 (2), 201–205. doi: 10.1177/1470593111429512
- Kleinaltenkamp, M. & Dekanozishvili, D. (2019). The contextual nature of value in use. In A. Parvatiyar & R. Sisodia (Hrsg.), *Handbook of advances in marketing in an era of disruptions* (S. 223–235). Los Angeles and London and New Delhi and Singapore and Washington DC and Melbourne: SAGE Publications India.
- Kleinaltenkamp, M., Löbner, H., Eßer, B. & Fennert, N. (2018). Social attribution of value – the case of electronic engagement platforms. In C. Arnold & H. Knödler (Hrsg.), *Die informatisierte service-ökonomie* (S. 93–112). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. Zugriff auf <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1094428112452151>
- Kleinaltenkamp, M., Storck, F., Gumprecht, P. & Li, J. (2018). The impact of psychological ownership on value in use and relational outcomes. *Journal of Service Management Research*, 2 (2), 50–70. doi: 10.15358/2511-8676-2018-2-50
- Kleinbeck, U. (1996). *Arbeitsmotivation: Entstehung, wirkung und förderung*. Weinheim: Juventa Verlag.
- Klemenz, B. (2009). *Ressourcenorientierte psychologie: Ermutigende beiträge einer menschenfreundlichen wissenschaft*. Tübingen: Dgvt-Verl.
- Knecht, A. & Schubert, F.-C. (2012). *Ressourcen im sozialstaat und in der sozialen arbeit: Zuteilung - förderung - aktivierung*. Stuttgart: Kohlhammer.
- König, B., Diehl, K., Tscherning, K. & Helming, K. (2013). A framework for structuring interdisciplinary research management. *Research Policy*, 42 (1), 261–272. doi: 10.1016/j.respol.2012.05.006
- Koskela-Huotari, K. & Vargo, S. L. (2016). Institutions as resource context. *Journal of Service Theory and Practice*, 26 (2), 163–178. Zugriff am 22.10.2020 auf <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JSTP-09-2014-0190/full/pdf?title=institutions-as-resource-context> doi: 10.1108/JSTP-09-2014-0190
- Koskela-Huotari, K., Vink, J. & Edvardsson, B. (2020). The institutional

- turn in service research: taking stock and moving ahead. *Journal of Services Marketing*, 34 (3), 373–387. Zugriff am 28.10.2020 auf <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JSM-02-2019-0101/full/pdf?title=the-institutional-turn-in-service-research-taking-stock-and-moving-ahead> doi: 10.1108/JSM-02-2019-0101
- Kratzer, J., Leenders, R. T. A. J. & van Engelen, J. M. L. (2005). Keeping virtual r&d teams creative. *Research-Technology Management*, 48 (2), 13–16. doi: 10.1080/08956308.2005.11657300
- Krohn, W. & Küppers, G. (1989). *Die selbstorganisation der wissenschaft* (1. Auflage Aufl., Bd. 776). Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Krott, M. (1996). Interdisziplinarität im netz der disziplinen. In P. W. Balsinger, R. Defila & A. Di Giulio (Hrsg.), *Ökologie und interdisziplinarität - eine beziehung mit zukunft?* (S. 86–97). Basel: Birkhäuser Basel.
- Krücken, G. (2009). Wissenschaftlerinnen und wissenschaftler als wissenschaftsmanager? In L. Guzy, A. Mihr & R. Scheepers (Hrsg.), *Wohin mit uns?* (S. 83–94). Frankfurt am Main und New York: Peter Lang.
- Lamnek, S. (2010). *Qualitative sozialforschung: Lehrbuch. mit online-materialien* (5. Aufl. Aufl.). Weinheim: Beltz.
- Laudel, G. (1999). *Interdisziplinäre forschungskooperation: Erfolgsbedingungen der institution "sonderforschungsbereich"*. Berlin: Edition Sigma rainer bohne verlag.
- Laudel, G. (2001). Collaboration, creativity and rewards: why and how scientists collaborate. *International Journal of Technology Management*, 22 (7/8), 762–781. doi: 10.1504/IJTM.2001.002990
- Lee, R. P. (2015). Corporate governance und strukturen. In A. Hanebuth, R. P. Lee, S. Meschke & M. Nicklas (Hrsg.), *Forschungskooperationen zwischen wissenschaft und praxis* (S. 37–72). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Lemke, F., Clark, M. & Wilson, H. (2011). Customer experience quality: an exploration in business and consumer contexts using repertory grid technique. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39 (6), 846–869. doi: 10.1007/s11747-010-0219-0
- Lippe, S. & vom Brocke, J. (2016). Situational project management for collaborative research projects. *Project Management Journal*, 47 (1), 76–96. doi: 10.1002/pmj.21561
- Löbler, H. & Hahn, M. (2013). Measuring value-in-context from a service-dominant logic's perspective. *Review of Marketing Research*, 10, 255–282. doi: 10.1108/S1548-6435(2013)0000010013
- Locker-Grütjen, O. (2011). *Rahmenbedingungen für forschung an deutschen universitäten: „wissenschaft in ketten oder entfesselte hochschule?“: Ansätze eines modernen forschungsmanagements in zeiten des wandels in der deutschen hochschullandschaft* (Dissertation, Universität Duisburg-Essen). Zugriff am 23.10.2020 auf <https://d-nb.info/1020790202/34>
- Locker-Grütjen, O., Ehmann, B. & Jongmanns, G. (2012). Definition für optimales forschungsmanagement: Wie umfassend kann forschung unterstützt werden? *Wissenschaftsmanagement* (3), 34–38. Zugriff am 13.10.2020 auf https://www.wissenschaftsmanagement.de/dateien/dateien/archiv/downloaddateien/wim_2012_03.pdf
- Lusch, R. F. & Vargo, S. L. (Hrsg.). (2006). *The service-dominant logic of marketing: Dialog, debate, and directions*. London and New York: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Lusch, R. F. & Vargo, S. L. (2014). *Service-dominant logic: Premises, perspectives, possibilities*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lusch, R. F., Vargo, S. L. & O'Brien, M. (2007). Competing through service: Insights from service-dominant logic. *Journal of Retailing*, 83 (1), 5–18. doi: 10.1016/j.jretai.2006.10.002
- Lux, A. M. & Robra-Bissantz, S. (2020). Des schusterschuhe. *HMD Praxis der Wirtschaftsinformatik*, 57 (4), 697–709. doi: 10.1365/S40702-020-00629-4
- Macdonald, E. K., Kleinaltenkamp, M. & Wilson, H. N. (2016). How business customers judge solutions: Solution quality and value in use. *Journal of Marketing*, 80 (3), 96–120. Zugriff auf <http://dx.doi.org/10.1509/jm.15.0109> doi: 10.1509/jm.15.0109
- Macdonald, E. K., Wilson, H., Martinez, V. & Toossi, A. (2011). Assessing value-in-use: A conceptual framework and exploratory study. *Industrial Marketing Management*, 40 (5), 671–682. Zugriff am 29.09.2020 auf <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JSM-02-2015-0065/full/pdf?title=studying-customers-resource-integration-by-service-employees-in-interactive-value-co-creation> doi: 10.1016/j.indmarman.2011.05.006
- Madhavaram, S. & Hunt, S. D. (2008). The service-dominant logic and a hierarchy of operant resources: developing masterful operant resources and implications for marketing strategy. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 36 (1), 67–82. doi: 10.1007/s11747-007-0063-z
- May, T. Y.-m., Korezynski, M. & Frenkel, S. J. (2002). Organizational and occupational commitment: Knowledge workers in large corporations. *Journal of Management Studies*, 39 (6), 775–801. doi: 10.1111/1467-6486.00311
- Mayring, P. (1983). *Qualitative inhaltsanalyse: Grundlagen und techniken* (Neuausg Aufl.). Weinheim: Beltz.
- Mayring, P. (1996). *Einführung in die qualitative sozialforschung: Eine anleitung zu qualitativem denken* (3., überarbeitete Auflage Aufl.). Weinheim: Psychologie Verlags Union.
- Mayring, P. (2015). *Qualitative inhaltsanalyse: Grundlagen und techniken* (12. Auflage Aufl.). Weinheim und Basel: Beltz Verlag.
- Medberg, G. & Grönroos, C. (2020). Value-in-use and service quality: do customers see a difference? *Journal of Service Theory and Practice*, 30 (4/5), 507–529. Zugriff am 08.10.2020 auf <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JSTP-09-2019-0207/full/pdf?title=value-in-use-and-service-quality-do-customers-see-a-difference> doi: 10.1108/JSTP-09-2019-0207
- Meschke, S. (2015). Führung und motivation von wissenschaftlern. In A. Hanebuth, R. P. Lee, S. Meschke & M. Nicklas (Hrsg.), *Forschungskooperationen zwischen wissenschaft und praxis* (S. 101–132). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Morar, D. D. (2013). An overview of the consumer value literature – perceived value, desired value. *Marketing From Information to Decision*, 6, 169–186.
- Morelli, N. (2009). Service as value co-production: reframing the service design process. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 20 (5), 568–590. Zugriff am 01.11.2020 auf <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/17410380910960993/full/pdf?title=service-as-value-coproduction-reframing-the-service-design-process> doi: 10.1108/17410380910960993
- North, D. C. (2006). *Institutions, institutional change and economic performance* (22nd printing Aufl.). Cambridge: Cambridge University Press.
- Ostrom, A. L., Bitner, M. J., Brown, S. W., Burkhard, K. A., Goul, M., Smith-Daniels, V., ... Rabinovich, E. (2010). Moving forward and making a difference: Research priorities for the science of service. *Journal of Service Research*, 13 (1), 4–36. Zugriff am 06.12.2020 auf <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1094670509357611> doi: 10.1177/1094670509357611
- Ostrom, A. L., Parasuraman, A., Bowen, D. E., Patricio, L. & Voss, C. A. (2015). Service research priorities in a rapidly changing context. *Journal of Service Research*, 18 (2), 127–159. doi: 10.1177/1094670515576315
- Payne, A. F., Storbacka, K. & Frow, P. (2008). Managing the co-creation of value. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 36 (1), 83–96. doi: 10.1007/s11747-007-0070-0
- Peters, L. D., Löbler, H., Brodie, R. J., Breidbach, C. F., Hollebeek, L. D., Smith, S. D., ... Varey, R. J. (2014). Theorizing about resource integration through service-dominant logic. *Marketing Theory*, 14 (3), 249–268. Zugriff am 28.10.2020 auf <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1470593114534341> doi: 10.1177/1470593114534341
- Pfisterer, L. (2017). *Wertkreation in kundennutzungsprozessen*. Springer Gabler.
- Plé, L. (2016). Studying customers' resource integration by service employees in interactional value co-creation. *Journal of Services Marketing*, 30 (2), 152–164. Zugriff am 19.10.2020 auf <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JSM-02-2015-0065/full/pdf?title=studying-customers-resource-integration-by-service-employees-in-interactive-value-co-creation>

- Plé, L. & Chumpitaz Cáceres, R. (2010). Not always co-creation: introducing interactional co-destruction of value in service-dominant logic. *Journal of Services Marketing*, 24 (6), 430–437. Zugriffsam 02.05.2021 auf <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/08876041011072546/full/pdf?title=not-always-cocreation-introducing-interactional-codestruction-of-value-in-servicedominant-logic> doi: 10.1108/08876041011072546
- Raghubir, P. & Corfman, K. (1999). When do price promotions affect pretrial brand evaluations? *Journal of Marketing Research*, 36 (2), 211–222. doi: 10.1177/002224379903600206
- Ranjan, K. R. & Read, S. (2016). Value co-creation: concept and measurement. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 44 (3), 290–315. doi: 10.1007/S11747-014-0397-2
- Reichertz, J. (2014). Die Konjunktur der qualitativen Sozialforschung und Konjunkturen innerhalb der qualitativen Sozialforschung. In G. Mey & K. Mruck (Hrsg.), *Qualitative Forschung* (S. 87–102). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden und Imprint: Springer VS.
- Reynolds, T. J. & Gutmann, J. (1988). Laddering theory, method, analysis, and interpretation. *Journal of Advertising Research*, 11–31. Zugriffsam auf https://is.muni.cz/el/econ/jaro2013/mp_hmps/39278324/ladderingtheory_original.pdf
- Richman, W. L., Kiesler, S., Weisband, S. & Drasgow, F. (1999). A meta-analytic study of social desirability distortion in computer-administered questionnaires, traditional questionnaires, and interviews. *Journal of Applied Psychology*, 84 (5), 754–775. doi: 10.1037/0021-9010.84.5.754
- Sauer, H. & Weibel, A. (2012). Formalisierung und Wohlbefinden am Arbeitsplatz: Neue Perspektive auf eine Kontroverse. In P. Conrad & J. Koch (Hrsg.), *Steuerung durch Regeln* (S. 1–41). Wiesbaden: Gabler Verlag. doi: 10.1007/978-3-8349-4349-1_{textunderscore}1
- Schaper, N. (2014). Neue Formen der Arbeit: Das Beispiel Telekooperation. In F. W. Nerdinger, G. Blickle & N. Schaper (Hrsg.), *Arbeits- und Organisationspsychologie* (S. 541–578). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg und Imprint: Springer.
- Schneider, F., Buser, T., Keller, R., Tribaldos, T. & Rist, S. (2019). Research funding programmes aiming for societal transformations: Ten key stages. *Science and Public Policy*, 46 (3), 463–478. doi: 10.1093/scipol/scy074
- Schneijderberg, C., Merkator, N., Teichler, U. & Kehm, B. M. (2013). *Verwaltung war gestern: Neue Hochschulprofessionen und die Gestaltung von Studium und Lehre*. Frankfurt, M. and New York, NY: Campus-Verl.
- Schophaus, M., Dienel, H.-L. & von Braun, C.-F. (2004). Brücken statt Einbahnstraßen: Lösungsorientiertes Kooperationsmanagement für die interdisziplinäre Forschung. *Wissenschaftsmanagement*, 2004 (2), 16–25. Zugriffsam 19.04.2021 auf https://www.wissenschaftsmanagement.de/dateien/dateien/management/downloaddateien/wim_2004_02_malte_schophaus_hans_liudger_dienel_christop_friedrich_von_braun_brueckenstatt_einbahnstrassen.pdf
- Schubert, F.-C. & Knecht, A. (2012). Ressourcen - Einführung in Merkmale, Theorien und Konzeptionen. In A. Knecht & F.-C. Schubert (Hrsg.), *Ressourcen im Sozialstaat und in der Sozialen Arbeit* (S. 15–41). Stuttgart: Kohlhammer.
- Semmer, N., Jacobshagen, N., Meier, L. & Elfering, A. (2012). Occupational stress research: The stress-as-offense-to-self perspective. In J. Houdmont (Hrsg.), *Contemporary Occupational Health Psychology* (S. 41–58). Oxford: Wiley-Blackwell. doi: 10.7892/BORIS.26201
- Siedlok, F. & Hibbert, P. (2014). The organization of interdisciplinary research: Modes, drivers and barriers. *International Journal of Management Reviews*, 16 (2), 194–210.
- Stampacchia, P., Tregua, M. & Coppola, M. (2020). Zooming-in value-in-use through basic individual values. *Journal of Customer Behaviour*, 19 (2), 97–125. doi: 10.1362/147539220X15929906305116
- Stokols, D., Misra, S., Moser, R. P., Hall, K. L. & Taylor, B. K. (2008). The ecology of team science: understanding contextual influences on transdisciplinary collaboration. *American Journal of Preventive Medicine*, 35 (2), 96–115. doi: 10.1016/j.amepre.2008.05.003
- Strauss, B. (2010). Internes Relationship Management: Das Beziehungsmanagement interner Dienstleister. In D. Georgi & K. Hadwich (Hrsg.), *Management von Kundenbeziehungen* (S. 27–51). Wiesbaden: Gabler.
- Super, D. (1970). *Work values inventory*. Zugriffsam 18.02.2021 auf https://www.hccs.edu/media/houston-community-college/Super_Work-Values-Inventory.pdf
- Sweeney, J. C., Plewa, C. & Zurbrugg, R. (2018). Examining positive and negative value-in-use in a complex service setting. *European Journal of Marketing*, 52 (5/6), 1084–1106. doi: 10.1108/EJM-10-2016-0582
- Ullaga, W. & Eggert, A. (2006). Relationship value and relationship quality. *European Journal of Marketing*, 40 (3/4), 311–327. Zugriffsam 06.05.2021 auf <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/03090560610648075/full/pdf?title=relationship-value-and-relationship-quality-broadening-the-nomological-network-of-business-to-business-relationships> doi: 10.1108/03090560610648075
- Vargo, S. L., Koskela-Huotari, K. & Vink, J. (2020). Service-dominant logic: Foundations and applications. In E. Bridges & K. Fowler (Hrsg.), *The Routledge Handbook of Service Research Insights and Ideas* (S. 3–23). New York: Routledge.
- Vargo, S. L. & Lusch, R. F. (2004). Evolving to a new dominant logic for marketing. *Journal of Marketing*, 68, 1–17. doi: 10.1509/jmkg.68.1.1.24036
- Vargo, S. L. & Lusch, R. F. (2006). Service-dominant logic: What it is, what it is not, what it might be. In R. F. Lusch & S. L. Vargo (Hrsg.), *The Service-Dominant Logic of Marketing* (S. 43–56). London and New York: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Vargo, S. L. & Lusch, R. F. (2008a). The nature and understanding of value: A service-dominant logic perspective. *European Management Journal*, 26, 145–152. doi: 10.1108/S1548-6435(2012)0000009005
- Vargo, S. L. & Lusch, R. F. (2008b). Service-dominant logic: continuing the evolution. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 36, 1–10. Zugriffsam auf <http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=5f144032-05cf-4a64-ab88-f99ac1e01c9c%40sdc-v-sessmgr01> doi: 10.1007/s11747-007-0069-6
- Vargo, S. L. & Lusch, R. F. (2017). Service-dominant logic 2025. *International Journal of Research in Marketing*, 34 (1), 46–67. doi: 10.1016/j.ijresmar.2016.11.001
- Vargo, S. L., Maglio, P. P. & Akaka, M. A. (2008). On value and value co-creation: A service systems and service logic perspective. *European Management Journal*, 26 (3), 145–152. doi: 10.1016/j.emj.2008.04.003
- Vowe, G. & Meißner, F. (2020). Erfolg und Misserfolg von Kommunikationswissenschaftlichen DFG-Forschungsverbünden: Bilanz, Faktoren, Konsequenzen. *Publizistik*, 65 (2), 151–185. doi: 10.1007/s11616-020-00575-7
- Wieser, B., Brechelmacher, A. & Schendel, G. (2014). Identitäten und Rollen in inter- und transdisziplinärer Forschung und Lehre finden. In G. Dressel (Hrsg.), *Interdisziplinär und transdisziplinär forschen* (S. 151–164). Bielefeld: Transcript.
- Willutzki, U. (2003). Ressourcen: Einige Bemerkungen zur Begriffsklärung. In H. Schemmel (Hrsg.), *Ressourcen* (S. 91–110). Tübingen: Dgvt-Verl.
- Winterhager, N. (2015). *Drittmittelwettbewerb im universitären Forschungssektor*. Wiesbaden: Springer VS. Zugriffsam 15.05.2021 auf <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2F978-3-658-07188-2.pdf>
- Woodruff, R. B. (1997). Customer value: The next source for competitive advantage. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 25 (2), 139–153.
- Woodruff, R. B. & Flint, D. J. (2006). Marketing's service-dominant logic and customer value. In R. F. Lusch & S. L. Vargo (Hrsg.), *The Service-Dominant Logic of Marketing* (S. 183–197). London and New York: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52 (3), 2–22. Zugriffsam 13.10.2020 auf https://www.jstor.org/stable/1251446?origin=crossref&seq=1#metadata_info_tab_contents