

Inhaltsübersicht

Inhaltsverzeichnis	IX
Abbildungsverzeichnis	XI
Tabellenverzeichnis	XIII
1. Einleitung	1
1.1 Relevanz und Zielsetzungen der Untersuchung.....	1
1.2 Gang der Untersuchung.....	7
2. Grundlagen der Untersuchung	10
2.1 Bestandsaufnahme	10
2.2 Theoretische Bezugspunkte der Untersuchung	56
3. Entwicklung des Untersuchungsmodells	95
3.1 Das Untersuchungsmodell im Überblick.....	95
3.2 Hypothesen zu den Haupteffekten.....	100
3.3 Hypothesen zu den moderierenden Effekten	105
4. Empirische Untersuchung	125
4.1 Grundlagen der empirischen Untersuchung.....	125
4.2 Untersuchung der Haupteffekte	153
4.3 Untersuchung der moderierenden Effekte.....	166
5. Zusammenfassende Bewertung der Arbeit	190
5.1 Wissenschaftliche Bewertung	191
5.2 Implikationen für die Unternehmenspraxis.....	194
6. Neuere Entwicklungslinien und Ausblicke	197
6.1 Direkte Effekte zwischen Mitarbeitern und Kunden.....	198
6.2 Alternative moderierende Effekte.....	199
6.3 Neuere Erkenntnisse zu Daten und Methodik.....	201
Literaturverzeichnis	203

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	IX
Abbildungsverzeichnis.....	XI
Tabellenverzeichnis.....	XIII
1. Einleitung.....	1
1.1 Relevanz und Zielsetzungen der Untersuchung.....	1
1.2 Gang der Untersuchung.....	7
2. Grundlagen der Untersuchung.....	10
2.1 Bestandsaufnahme.....	10
2.1.1 Ausgewählte Literatur zur Mitarbeiterzufriedenheit.....	12
2.1.2 Ausgewählte Literatur zur Kundenzufriedenheit.....	22
2.1.3 Literatur zum Zusammenhang zwischen Mitarbeiter- und Kundenzufriedenheit.....	38
2.2 Theoretische Bezugspunkte der Untersuchung.....	56
2.2.1 Verhaltenswissenschaftliche Ansätze.....	58
2.2.1.1 Überblick der verhaltenswissenschaftlichen Ansätze.....	58
2.2.1.2 Die Equitytheorie.....	67
2.2.1.3 Die Dissonanztheorie.....	72
2.2.1.4 Die Balancetheorie.....	75
2.2.1.5 Das Emotional Contagion Konzept.....	81
2.2.2 Die Informationsökonomie.....	86
3. Entwicklung des Untersuchungsmodells.....	95
3.1 Das Untersuchungsmodell im Überblick.....	95
3.2 Hypothesen zu den Haupteffekten.....	100
3.3 Hypothesen zu den moderierenden Effekten.....	105
3.3.1 Merkmale der Mitarbeiter.....	105
3.3.1.1 Empathie.....	107
3.3.1.2 Leistungskompetenz.....	108
3.3.1.3 Zuverlässigkeit.....	110
3.3.2 Merkmale der Kunden.....	111
3.3.2.1 Vertrauen.....	112
3.3.2.2 Preissensitivität.....	113
3.3.2.3 Leistungsbedeutung.....	114
3.3.3 Merkmale der Interaktion.....	116
3.3.3.1 Häufigkeit der Interaktion.....	116
3.3.3.2 Alter der Geschäftsbeziehung.....	117
3.3.4 Merkmale der Leistung.....	119

3.3.4.1 Integrationsintensität.....	119
3.3.4.2 Innovativität	121
3.3.4.3 Komplexität	123
4. Empirische Untersuchung	125
4.1 Grundlagen der empirischen Untersuchung.....	125
4.1.1 Datenerhebung und Datengrundlage	125
4.1.2 Gütebeurteilung der Konstruktmessung	132
4.1.2.1 Die grundlegenden Aspekte	132
4.1.2.2 Gütekriterien der ersten Generation	136
4.1.2.3 Gütekriterien der zweiten Generation.....	139
4.1.3 Methodik der Dependenzanalyse	147
4.1.3.1 Die Kausalanalyse	147
4.1.3.2 Methode zur Untersuchung von moderierenden Effekten.....	150
4.2 Untersuchung der Haupteffekte	153
4.2.1 Darstellung und Operationalisierung der Konstrukte	153
4.2.2 Ergebnisse der Hypothesenprüfung	160
4.3 Untersuchung der moderierenden Effekte.....	166
4.3.1 Merkmale der Mitarbeiter	166
4.3.1.1 Darstellung und Operationalisierung der Konstrukte.....	166
4.3.1.2 Ergebnisse der Hypothesenprüfung.....	170
4.3.2 Merkmale der Kunden	173
4.3.2.1 Darstellung und Operationalisierung der Konstrukte.....	173
4.3.2.2 Ergebnisse der Hypothesenprüfung.....	177
4.3.3 Merkmale der Interaktion	180
4.3.3.1 Darstellung der Konstrukte	180
4.3.3.2 Ergebnisse der Hypothesenprüfung.....	180
4.3.4 Merkmale der Leistung.....	182
4.3.4.1 Darstellung und Operationalisierung der Konstrukte.....	182
4.3.4.2 Ergebnisse der Hypothesenprüfung.....	186
5. Zusammenfassende Bewertung der Arbeit.....	190
5.1 Wissenschaftliche Bewertung	191
5.2 Implikationen für die Unternehmenspraxis.....	194
6. Neuere Entwicklungslinien und Ausblicke.....	197
6.1 Direkte Effekte zwischen Mitarbeitern und Kunden.....	198
6.2 Alternative moderierende Effekte.....	199
6.3 Neuere Erkenntnisse zu Daten und Methodik.....	201
Literaturverzeichnis	203