

Hans Mühlbacher/Eva Thelen (Hrsg.)

Neue Entwicklungen im Dienstleistungs- marketing

Mit einem Geleitwort
von Prof. Dr. Hans Mühlbacher
und Dr. Eva Thelen

Deutscher Universitäts-Verlag

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Autorenverzeichnis	311

I. Kundenorientierung

Reinhard Hünérberg/Andreas Mann

Kundenorientierung und Dialogkommunikation in Dienstleistungsunternehmen - Konzeptionelle Überlegungen und empirische Befunde	3
--	---

Claudia Klausegger/Thomas Salzberger/Dieter Scharitzer

"Neue Verwaltung" - Zufriedene Bürger, positives Image? Analyse der Kundenzufriedenheit bei Finanzämtern unter Berücksichtigung der Einstellung zur öffentlichen Verwaltung	29
---	----

Sabrina Helm

Kundenbindung im institutionellen Asset Management: Eine konzeptionelle Analyse	57
--	----

Matthias Gouthier

Einführungsprogramme für Neukunden im Dienstleistungsbereich - Terminologische Differenzierung und Konzipierung	77
--	----

Herbert Woratschek/Sven Pastowski

Qualitätsmessung - ein Instrument zur Verbesserung der Lehrqualität	109
---	-----

II. Kosten und Preise

Ralph Salman

Die Erfassung von Produktions- und Transaktionskosten in der Prozesskostenrechnung	143
---	-----

Michael Schleusener

Preisbestimmung für Verkehrsdienstleistungen -
Ein nutzenorientierter Wettbewerbsansatz

167

III. Veränderte Perspektiven

Jörg Freiling

Der Wandel vom industriellen Produkt- zum Dienstleistungsgeschäft -
dargestellt am Beispiel der Umsetzung von Betreibermodellen im
mitteleuropäischen Maschinenbau

203

Martin Reckenfelderbäumer

Die Lehre von den Unternehmensfunktionen als theoretische Grundlage
der Integrativität und des Dienstleistungs-Management

223

Marion Büttgen

Mass Customization im Dienstleistungsbereich - Theoretische Fundierung
und praktische Umsetzung eines Konzeptes zur Erlangung hybrider
Wettbewerbsvorteile

257

Sylvia Moser/Sebastian Diwo

Markenwahrnehmung & Markenführung in der Handelspraxis

287