

Matthias Bauer

Kundenzufriedenheit in industriellen Geschäftsbeziehungen

**Kritische Ereignisse,
nichtlineare Zufriedenheitsbildung und
Zufriedenheitsdynamik**

**Mit einem Geleitwort
von Prof. Dr. Klaus Backhaus**

Deutscher Universitäts-Verlag

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XV
Tabellenverzeichnis	XVII
Abkürzungsverzeichnis	XIX
1. Einleitung	1
1.1 Kundenzufriedenheit in industriellen Geschäftsbeziehungen als unternehmerische Zielgröße und Untersuchungsobjekt.....	1
1.2 Zielsetzung und Aufbau der Untersuchung.....	10
2. Konzeptionelle Grundlagen zur Kundenzufriedenheit in industriellen Geschäftsbeziehungen	15
2.1 Das Konstrukt Kundenzufriedenheit.....	15
2.1.1 Begriff der Kundenzufriedenheit.....	15
2.1.2 Theoretische Modellierungsansätze für Kundenzufriedenheit.....	19
2.1.3 Modellkomponentendes C/D-Paradigmas.....	24
2.2 Besonderheiten der Zufriedenheitsbildung in Geschäftsbeziehungen.....	32
2.3 Industriegüter-spezifische Besonderheiten der Kundenzufriedenheit.....	38
2.4 Verfahren zur Messung der Kundenzufriedenheit in industriellen Geschäftsbeziehungen.....	45
2.4.1 Bestehende Ansätze zur Messung von Kundenzufriedenheit.....	45
2.4.2 Psychologische Fundierung von multiattributiven und ereignisorientierten Meßansätzen.....	49
2.4.3 Multiattributive Meßansätze zur Messung von Zufriedenheit in industriellen Geschäftsbeziehungen.....	52
2.4.3.1 Varianten und Prämissen multiattributiver Meßansätze.....	52
2.4.3.2 Eignung multiattributiver Meßansätze für industrielle Geschäftsbeziehungen.....	57
2.4.4 Critical Incident Technique als ausgewählter ereignisorientierter Ansatz zur Messung von Zufriedenheit in industriellen Geschäftsbeziehungen.....	60
2.4.4.1 Grundlagen der Critical Incident Technique.....	60

2.4.4.2 Eignung der Critical Incident Technique in industriellen Geschäftsbeziehungen.....	63
2.5 Die Studie von <i>Rudolph</i> als Beispieluntersuchung für merkmalsorientierte Erfassung von Kundenzufriedenheit im Industriegüterbereich.....	65
3. Ein merkmalsorientierter Ansatz zur Operationalisierung von Kundenzufriedenheit in industriellen Geschäftsbeziehungen.....	71
3.1 Aufbau der empirischen Untersuchung.....	71
3.1.1 Darstellung des Untersuchungsobjektes.....	71
3.1.2 Struktur der Datenbasis.....	73
3.2 Inhalte der Befragung.....	77
3.2.1 Entwicklung des merkmalsorientierten Meßansatzes.....	77
3.2.2 Beschreibung der Merkmalsdimensionen.....	78
3.3 Merkmalsorientierte Analyse der Kundenzufriedenheit.....	80
3.3.1 Vorgehen und Methodik im Rahmen der merkmalsorientierten Analyse.....	80
3.3.1.1 Stufenprozeß der Konstruktvalidierung.....	80
3.3.1.2 Nutzung der Kausalanalyse zur Reliabilitäts- und Validitäts- prüfung.....	85
3.3.2 Analysestufen zur Validierung des merkmalsorientierten Meßansatzes.....	88
3.3.2.1 Exploratorische Faktorenanalyse und Interpretation der einzelnen Faktoren.....	88
3.3.2.2 Untersuchung der einzelnen Faktoren.....	91
3.3.2.3 Untersuchung des Gesamtmodells.....	94
3.3.2.3.1 Konfirmatorische Faktorenanalyse.....	94
3.3.2.3.2 Beurteilung der Diskriminanzvalidität.....	96
3.3.2.3.3 Validierung des Meßmodells mit einer zweiten Stichprobe.....	97
3.3.2.3.4 Analyse der Inhaltsvalidität.....	100
3.3.3 Bewertung der Ergebnisse.....	102
3.4 Implikationen.....	104

4. Konzeptionelle Betrachtung und empirische Überprüfung der Besonderheiten der Zufriedenheitsbildung in industriellen Geschäftsbeziehungen.....	107
4.1 Kritische Ereignisse in industriellen Geschäftsbeziehungen.....	107
4.1.1 Der Zusammenhang zwischen kritischen Ereignissen und merkmalsorientierter Zufriedenheit.....	107
4.1.1.1 Wirkung von positiven und negativen Ereignissen.....	111
4.1.1.2 Wirkung kritischer Ereignisse auf die merkmalsorientierten Zufriedenheitsebenen.....	113
4.1.1.3 Wirkung der Anzahl kritischer Ereignisse.....	115
4.1.2 Empirische Ergebnisse der ereignisorientierten Analyse.....	117
4.1.2.1 Häufigkeit kritischer Ereignisse.....	118
4.1.2.2 Wirkung kritischer Ereignisse auf die merkmalsorientierte Zufriedenheit.....	122
4.2 Nichtlineare Zufriedenheitsbildung in industriellen Geschäftsbeziehungen.....	127
4.2.1 Erklärungsansätze für nichtlineare Zufriedenheitsbildung.....	128
4.2.1.1 Merkmalskategoriebezogene Ansätze.....	128
4.2.1.2 Merkmalskategorieübergreifende Ansätze.....	133
4.2.2 Mögliche Verläufe nichtlinearer Zufriedenheitsbildung unter Berücksichtigung kritischer Ereignisse.....	142
4.2.3 Empirische Ergebnisse.....	145
4.2.4 Implikationen.....	153
4.3 Der Einfluß der Zufriedenheitsdynamik in industriellen Geschäftsbeziehungen.....	154
4.3.1 Erklärungsansätze für Zufriedenheitsdynamik.....	155
4.3.2 Ebenen der Zufriedenheitsdynamik.....	157
4.3.3 Ausprägungen von Zufriedenheitsdynamik in Geschäftsbeziehungen..	165
4.3.4 Empirische Ergebnisse.....	171
4.3.4.1 Stabilität der Zufriedenheitsbewertungen.....	172
4.3.4.2 Überlappungseffekte auf die aktuelle Beziehungszufriedenheit... 4.3.4.2.1 Einfluß der Teilzufriedenheitsbewertungen der Vorperiode.....	175 175
4.3.4.2.2 Einfluß der Beziehungszufriedenheit der Vorperiode.....	178

4.3.4.2.3 Einfluß kritischer Ereignisse auf das Ausmaß der Überlappungseffekte.....	181
4.3.5 Implikationen.....	185
5. Zusammenfassung und Implikationen.....	187
5.1 Zusammenfassung der Untersuchungsergebnisse und Schlußfolgerungen..	187
5.2 Grenzen der Untersuchung und Implikationen für weiterführende Ansatzpunkte der Forschung.....	195
Literaturverzeichnis.....	199