

Sabine Fließ (Hrsg.)

Beiträge zur Dienstleistungsmarketing- Forschung

Aktuelle Forschungsfragen
und Forschungsergebnisse



RESEARCH

Inhaltsverzeichnis

leb

Anton Meyer /Anna Niedermeier

Lebensqualität – ein neuer Leitwert für ein nachhaltiges Wirtschaften von
Dienstleistungsunternehmen 1

Sebastian Uhrich

Positive Effekte bloßer sozialer Präsenz in Konsumumwelten:
Erklärungsperspektive Anschlussmotivation.....25

Jens Nesper

Fairness als Determinante des Serviceerlebnisses – ein theoretischer
Überblick.....49

Julia Weisser

Bewältigung von Opportunismus in Dienstleistungsprozessen.....75

Nicola Bilstein

Co-Production in the Service Production and Delivery Process –
Conceptualization and Future Research Fields97

Gertrud Schmitz/Stefanie Modlich

Kundenseitige Voraussetzungen effektiver Business-to-Business
Kundenlösungen – eine exploratorische Analyse..... 121

Thomas Robbert/Stefan Roth

Auswirkungen von Tarifwahlentscheidungen auf die Nutzung von
Dienstleistungen 149

Christopher Bayer

Die Unternehmensreputation im Call-Center Kontext aus
Auftraggeberperspektive 175

Jens Zimmermann

Die Bindungswirkung von Statusprogrammen 199

Nils Löber

Fehler und Fehlerkultur im Krankenhaus – eine theoretisch-konzeptionelle
Betrachtung 221