

# Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis .....	XIII
-----------------------------	------

Tabellenverzeichnis .....	XV
---------------------------	----

Abkürzungsverzeichnis .....	XIX
-----------------------------	-----

<b>1 Einleitung .....</b>	<b>1</b>
---------------------------	----------

1.1 Problemstellung und Relevanz der Arbeit .....	1
---	---

1.2 Zielstellung und Forschungsfragen der Arbeit .....	5
--	---

1.3 Aufbau und Gang der Arbeit .....	8
--------------------------------------	---

<b>2 Konzeptionelle Grundlagen .....</b>	<b>11</b>
--	-----------

2.1 Kundenintegration bei Dienstleistungen .....	11
--	----

2.1.1 Rolle des Kunden im Rahmen der Dienstleistungserstellung .....	11
--	----

2.1.2 Determinanten des Kundenintegrationsverhaltens .....	17
--	----

2.1.3 Ansätze zur Förderung der Kundenintegration .....	24
---	----

2.2 Förderung der Kundenintegration durch Dienstleistungs- kommunikation .....	31
---	----

2.2.1 Begriff, Ziele und Aufgaben der Dienstleistungskommunikation ..	31
---	----

2.2.2 Realistic Service Previews als Form der Dienstleistungskommunikation .....	35
---	----

2.3 Konzeptioneller Ursprung von Realistic Service Previews .....	40
---	----

2.3.1 Begriff und Ziele von Realistic Job Previews .....	40
--	----

2.3.2 Forschungsüberblick zu Wirkungsweisen von Realistic Job Previews .....	42
---	----

2.3.2.1 Überblick .....	42
-------------------------	----

2.3.2.2 Mediatoren bzw. psychologische Prozesse .....	43
---	----

2.3.2.3 Konsequenzen .....	46
----------------------------	----

2.3.2.4 Moderatoren .....	47
---------------------------	----

2.3.3 Informations- und Gestaltungsattribute von Realistic Job Previews .....	50
2.3.4 Theoretische Erklärungsansätze von Realistic Job Previews .....	52
2.3.4.1 Theoretische Ansätze zur Erklärung der Relevanz .....	52
2.3.4.2 Theoretische Ansätze zur Erklärung der Informations- verarbeitung .....	54
2.3.4.3 Theoretische Ansätze zur Erklärung der Wirkung .....	55
2.4 Zwischenfazit .....	57
2.4.1 Übertragbarkeit von Realistic Job Previews in den Dienstleistungskontext .....	57
2.4.2 Relevanz von Realistic Service Previews aus informationsökonomischer Perspektive .....	60
2.4.3 Ziele und Wirkungsweisen von Realistic Service Previews .....	62
2.4.4 Informations- und Gestaltungsattribute von Realistic Service Previews .....	65
<b>3 Theoretische Bezugspunkte der Untersuchung.....</b>	<b>69</b>
3.1 Wahl des theoretischen Ansatzes .....	69
3.2 Theoretische Bezugspunkte .....	70
3.2.1 Rollentheorie .....	70
3.2.2 Skripttheorie .....	75
3.2.3 Cue-Utilization-Theorie .....	78
3.2.4 Attributionstheorie .....	82
3.2.5 Soziale Austauschtheorie .....	86
3.3 Zusammenfassung und Ableitung eines theoretischen Bezugsrahmens ..	89

<b>4 Entwicklung des Untersuchungsmodells .....</b>	<b>93</b>
4.1 Konstrukte des Untersuchungsmodells .....	93
4.1.1 Konzeptualisierung des mehrfaktoriellen Konstrukts	
Service-Preview-Qualität .....	93
4.1.2 Konzeptualisierung der Determinanten der Service-Preview-	
Qualität .....	97
4.1.2.1 Art des Previews .....	97
4.1.2.2 Personalisierung .....	99
4.1.3 Konzeptualisierung der integrationsbezogenen Wirkungen .....	100
4.1.3.1 Rollenklarheit .....	100
4.1.3.2 Integrationsfähigkeit .....	103
4.1.3.3 Integrationsbereitschaft .....	105
4.1.4 Konzeptualisierung der anbieterbezogenen Wirkungen .....	107
4.1.4.1 Vertrauenswürdigkeit .....	107
4.1.4.2 Kundenbezogenes Extra-Rollenverhalten .....	110
4.2 Hypothesen des Untersuchungsmodells .....	114
4.3 Zusammenfassung des Untersuchungsmodells und der Hypothesen .....	125
 <b>5 Empirische Untersuchung .....</b>	 <b>129</b>
5.1 Grundlagen und methodische Konzeption der	
Untersuchungen .....	129
5.1.1 Kontext der Untersuchungen .....	129
5.1.2 Design der experimentellen Untersuchungen .....	132
5.1.3 Operationalisierung der Konstrukte .....	135
5.1.4 Datenanalyseverfahren .....	147
5.1.4.1 Grundlagen und Voraussetzungen der Varianzanalyse .....	147
5.1.4.2 Grundlagen und Gütekriterien der Kausalanalyse .....	149

5.2 Empirische Untersuchung 1 – Wirkung von Realistic Service Previews bei Erstinspruchnahme von Dienstleistungen mit geringem Integrationsgrad.....	157
5.2.1 Entwicklung der experimentellen Stimuli .....	157
5.2.1.1 Manipulation der Previews .....	157
5.2.1.2 Manipulation Checks .....	163
5.2.2 Datenerhebung und Datengrundlage .....	164
5.2.3 Ergebnisse der Varianzanalyse .....	168
5.2.3.1 Prüfung der Voraussetzungen.....	168
5.2.3.2 Ergebnisse der Hypothesenprüfung.....	171
5.2.4 Ergebnisse der Kausalanalyse.....	172
5.2.4.1 Beurteilung des Mess- und Strukturmodells .....	172
5.2.4.2 Ergebnisse der Hypothesenprüfung.....	178
5.3 Empirische Untersuchung 2 – Wirkung von Realistic Service Previews bei individuellen Dienstleistungen mit hohem Integrationsgrad .....	182
5.3.1 Entwicklung der experimentellen Stimuli .....	182
5.3.1.1 Manipulation des Previews.....	182
5.3.1.2 Manipulation Checks .....	185
5.3.2 Datenerhebung und Datengrundlage .....	188
5.3.3 Ergebnisse der Varianzanalyse .....	191
5.3.3.1 Prüfung der Voraussetzungen.....	191
5.3.3.2 Ergebnisse der Hypothesenprüfung.....	193
5.3.4 Ergebnisse der Kausalanalyse.....	196
5.3.4.1 Beurteilung des Mess- und Strukturmodells .....	196
5.3.4.2 Ergebnisse der Hypothesenprüfung.....	201
5.4 Zusammenfassung und Gegenüberstellung der empirischen Ergebnisse.....	204

<b>6 Zusammenfassung und Diskussion.....</b>	<b>209</b>
6.1 Zusammenfassung und Ergebnisse der Untersuchung .....	209
6.2 Kritische Würdigung der Ergebnisse .....	216
6.2.1 Theoretischer Erkenntnisbeitrag .....	216
6.2.2 Methodischer Erkenntnisbeitrag .....	217
6.2.3 Kontextbezogener Erkenntnisbeitrag .....	219
6.3 Limitationen und Implikationen für Forschung und Praxis.....	225
6.3.1 Implikationen für die Forschung.....	225
6.3.2 Implikationen für die Kommunikation von Dienstleistungen .....	229
 <b>Anhang .....</b>	 <b>235</b>
<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>251</b>