

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XIII
Tabellenverzeichnis	XV
Abkürzungsverzeichnis.....	XIX
1 Einleitung	1
1.1 Problemstellung und Relevanz der Arbeit	1
1.2 Zielstellung und Forschungsfragen der Arbeit	5
1.3 Aufbau und Gang der Arbeit.....	8
2 Konzeptionelle Grundlagen.....	11
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 Dienstleistungskommunikation	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
3 Theoretische Bezugspunkte der Untersuchung.....	69
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

4 Entwicklung des Untersuchungsmodells	93
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
5 Empirische Untersuchung	129
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 Erstinanspruchnahme 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

6 Zusammenfassung und Diskussion.....	209
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
Anhang	235
Literaturverzeichnis.....	251