

INHALTSVERZEICHNIS

	Seite	
1	Serviceorientierung - ein praxisorientiertes wissenschaftliches Konzept	1
2	Serviceorientierung als Anforderungsmerkmal im Dienstleistungsbereich	5
2.1	Serviceorientierung aus psychologischer Sicht	5
2.2	Serviceorientierung aus der Sicht der Wirtschaft	13
3	Entwurf einer Theorie der Serviceorientierung	22
3.1	Entwicklung eines handlungspsychologischen Modells	22
3.2	Darstellung relevanter Untersuchungen zum Dienstleistungs- und Verkaufsbereich	46
3.3	Einige Hinweise zur Prüfung des handlungspsychologischen Modells	64
4	Die Erfassung der Serviceorientierung	77
4.1	Arbeits- und Merkmalsanalyse	78
4.2	Die Stichprobe	84
4.3	Vorstellung diagnostisch wichtiger Merkmale von Verkäufern	88
4.4	Das Auswahlverfahren	107
4.5	Die Erfolgskriterien	128
5	Die Ergebnisse der Untersuchung	131
5.1	Methodenfragen	131
5.1.1	Linear-statistische Auswertungsverfahren und deren Zielsetzung	131
5.1.2	Verfahren zur systematischen Hypothesen-agglutination	137
5.2	Ergebnisse auf der Grundlage linear-statistischer Auswertungen	142
5.2.1	Faktorenanalytische Untersuchungen der Handlungsmerkmale der Verkäufer	143
5.2.2	Faktorenanalytische Untersuchungen der Skalen zur Beurteilung der Leistung der Verkäufer	145
5.2.3	Regression auf die Gesamtbeurteilung der Verkäufer durch deren Vorgesetzte	147
5.2.4	Diskriminanzanalytische Ergebnisse	159
5.3	Ergebnisse der alternativen Auswertung mit konfiguralen Verfahren	178
5.3.1	Submodelle auf das Kriterium der Vorgesetztenbeurteilung	180
5.3.2	Resultierende Gewichtung einzelner diagnostischer Merkmale	205
5.4	Ergänzende inhaltsanalytische Auswertungen	208
5.5	Zusammenfassung der Ergebnisse	212

II

	Seite	
6	Diskussion	219
6.1	Interpretation der Ergebnisse	219
6.2	Eingrenzung der Interpretierbarkeit vorliegender Resultate	230
6.3	Folgerungen für die Praxis	232
7	Zusammenfassung	235
8	Literaturverzeichnis	237

Anhang