

Inhaltsverzeichnis

Vorwort V

Sabine Fließ

Integrationsmuster bei der Integration externer Faktoren 1

Jörg Freiling; Martin Reckenfelderbäumer

Integrative und autonome Prozeßkonstellationen als Basis und Herausforderung eines auf Handlungsebenen bezogenen Marketing - Eine strukturierte Systematisierung vor dem Hintergrund des Dienstleistungsbereichs 21

Christian Schade

Standardisierung von Beratungsleistungen - Eine ökonomische Analyse integrativer Produktionsprozesse 69

Herbert Woratschek

Möglichkeiten und Grenzen preispolitischer Faustregeln für den Dienstleistungsbereich 97

Kai Laakmann

Value -Added Services - Ausgestaltungsformen und Wirkungen 125

Günther Botschen; Martina Botschen; Eva Thelen; Rik Pieters

Identifikation von Kundenerwartungen an die Dienstleistungsqualität - Evaluierung attributorientierter Methoden 157

Dieter Scharitzer

Konstrukte zur Messung von Dienstleistungsqualität - Vergleich der Meßgüte von Indikatoren, dargestellt anhand eines empirischen Projekts der Beurteilung von Lehrveranstaltungen aus Studentensicht 179

Anton Meyer; Robert Ertl

Nationale Barometer zur Messung von Kundenzufriedenheit. Ein Vergleich zwischen dem "Deutschen Kundenbarometer -Qualität und Zufriedenheit" und dem "American Customer Satisfaction Index (ASCI)" 201

Michael Paul; Matthias Schnittka

Der Handel mit immateriell-integrativen Leistungen: Implikationen für das Marketing von Reiseveranstaltern233

Marco Schmäh

Wettbewerbliche Bedeutung der Be- und Verarbeitung im technischen Handel.....275

Christian Blümelhuber; Dirk Oevermann

Betriebsformendynamik im Bankbereich297

Anton Meyer; Christian Blümelhuber

McDonalds, Aldi, Fielmann, Southwest Airlines, Continental Lite, DAB, comdirect bank:
Ist weniger mehr?317

Verzeichnis der Autoren335