

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	XIII
Tabellenverzeichnis.....	XV
Abkürzungsverzeichnis.....	XVII
A Vertrauen im Fokus der zunehmenden Beziehungsorientierung von Unternehmen.....	1
1. Zur Bedeutung von Vertrauen in sozialen Systemen	1
2. Definition und begriffliche Abgrenzung von Vertrauen	10
3. Einordnung der theoretischen Bezugspunkte	28
4. Zielsetzung und Gang der Untersuchung.....	35
B Theoretische Grundlagen zu Vertrauen in Kundenbeziehungen	40
1. Kundenbeziehungen als konzeptioneller Bezugsrahmen.....	40
1.1 Rahmenbedingungen von Kundenbeziehungen	40
1.1.1 Begrenzte Rationalität.....	41
1.1.2 Opportunismus.....	42
1.1.3 Informationsasymmetrien	44
1.1.4 Unsicherheit.....	45
1.2 Entstehung von Kundenbeziehungen	47
1.2.1 Transaktionen als Grundlage von Kundenbeziehungen.....	47
1.2.2 Bestimmungsfaktoren der Entstehung von Kundenbeziehungen.....	52
1.3 Phasenverlauf von Kundenbeziehungen.....	58
1.3.1 Anbahnung und Exploration	60
1.3.2 Expansion.....	63
1.3.3 Commitment.....	64
1.3.4 Auflösung	66

1.4	Besonderheiten von Kundenbeziehungen bei internetbasierten Gesundheitsdienstleistungen	68
1.4.1	Charakterisierung der Leistung	68
1.4.2	Dienstleistungsspezifische Besonderheiten	71
1.4.3	Informationsökonomische Besonderheiten.....	73
2.	Einordnung von Vertrauen in Kundenbeziehungen.....	76
2.1	Kennzeichnung vertrauensrelevanter Kundenbeziehungen.....	76
2.2	Bedeutung von Vertrauen auf Transaktionsebene	81
2.2.1	Transaktionsinitiierung	82
2.2.2	Transaktionsprozess	86
2.2.3	Transaktionsbewertung	88
2.3	Bedeutung von Vertrauen auf Beziehungsebene.....	90
3.	Entstehung und Entwicklung von Vertrauen	94
3.1	Bestimmungsfaktoren von Vertrauen	95
3.1.1	Variablen des Vertrauenssubjekts.....	96
3.1.2	Variablen des Vertrauensobjekts.....	101
3.1.3	Situationsspezifische Variablen	112
3.2	Vertrauensbildungsprozesse.....	116
3.2.1	Kognitiver Prozess	117
3.2.2	Affektiver Prozess	120
3.3	Phasenverlauf von Vertrauen.....	122
3.3.1	Entstehung	122
3.3.2	Aufbau und Expansion	124
3.3.3	Bedingungsloses Vertrauen	126
3.3.4	Auflösung	129
4.	Zusammenfassende Würdigung der theoretischen Erkenntnisse	131

4.1	Genese eines integrierten Vertrauensverständnisses.....	131
4.2	Bezugsrahmen der Arbeit und Hypothesen	135
C	Empirische Analyse zu Determinanten und Wirkungen von Vertrauen in Kundenbeziehungen.....	138
1.	Design und Methodik der empirischen Untersuchung.....	138
1.1	Datenerhebung und Datengrundlage	138
1.2	Methoden der statistischen Auswertung	142
1.3	Kriterien zur Beurteilung von Kausalmodellen	153
1.3.1	Globalkriterien	154
1.3.2	Detailkriterien	156
1.3.3	Zusammenfassende Darstellung des Prüfschemas	162
1.4	Vorgehensweise der Analyse.....	164
2.	Analyse der Determinanten von Vertrauen in Kundenbeziehungen.....	166
2.1	Untersuchung des Messmodells	166
2.1.1	Modellierung der vertrauenssubjektbezogenen Determinanten.....	166
2.1.2	Modellierung der vertrauensobjektbezogenen Determinanten.....	170
2.1.3	Modellierung der situationsbezogenen Determinanten	182
2.1.4	Modellierung von Vertrauen	186
2.1.5	Zusammenfassende Bewertung des Messinstrumentariums ..	188
2.2	Untersuchung des Strukturmodells	189
2.2.1	Bewertung des Modells	190
2.2.2	Würdigung der Untersuchungshypothesen	193
3.	Analyse der Wirkung von Vertrauen in Kundenbeziehungen	195
3.1	Untersuchung des Messmodells	196
3.2	Untersuchung des Strukturmodells	199

3.2.1	Bewertung des Modells	199
3.2.2	Würdigung der Untersuchungshypothesen	201
D	Zusammenfassung und Ausblick.....	203
1.	Zusammenfassung und Würdigung der Untersuchungsergebnisse.....	203
2.	Implikationen für die Gestaltung von Kundenbeziehungen	214
3.	Implikationen für die weitere Forschung.....	219
	Literaturverzeichnis	223
	Anhang	257

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1:	Abgrenzung von Vertrauen anhand von Unsicherheitskategorien	27
Abb. 2:	Aufbau der Arbeit	38
Abb. 3	Ausprägungen von Interaktionsstrukturen.....	49
Abb. 4	Der Zusammenhang zwischen Transaktionseinheit, Transaktion und Kundenbeziehung	52
Abb. 5	Attraktivität und Abhängigkeit in Austauschbeziehungen.....	55
Abb. 6	Phasenbezogener Verlauf von Kundenbeziehungen	60
Abb. 7	Dienstleistungstypologische Einordnung von internetbasierten Gesundheitsdienstleistungen	73
Abb. 8	Informationsökonomische Einordnung von internetbasierten Gesundheitsdienstleistungen	75
Abb. 9	Zusammenhang von Risiko und Vertrauensrelevanz.....	77
Abb. 10	Bedeutung von Unsicherheit in der informationsökonomischen Leistungstypologie	79
Abb. 11	Kennzeichnung vertrauensrelevanter Kundenbeziehungen.....	81
Abb. 12	Überblick zum Einfluss von Vertrauen auf Transaktionsebene	82
Abb. 13	Wirkung von Vertrauen auf Transaktionsebene	89
Abb. 14	Dimensionen der einstellungsbezogenen Säule von Commitment	94
Abb. 15	Systematisierung der Bestimmungsfaktoren von Vertrauen	96
Abb. 16	Vertrauensneigung und deren Bezugsobjekte	99
Abb. 17	Prozessablauf zur Extraktion vertrauensrelevanter Eigenschaften des Vertrauensobjekts	103
Abb. 18	Differenzierung von Vertrauen in kognitives und affektives Vertrauen	117
Abb. 19	Anteile kognitiver und affektiver Elemente der Vertrauensbildung im Zeitablauf	127
Abb. 20	Der Prozess der Vertrauensauflösung	129
Abb. 21	Bezugsrahmen der Arbeit	137
Abb. 22	Zusammensetzung der Stichprobe	142

Abb. 23	Allgemeine Darstellung eines Kausalmodells	146
Abb. 24	Vorgehensweise zur Evaluierung von Kausalmodellen.....	164
Abb. 25	Kausalmodell zur Vertrauensbildung.....	191
Abb. 26	Kausalmodell zur Vertrauenswirkung.....	200
Abb. 27	Zusammenfassende Darstellung der Untersuchungsergebnisse	208
Abb. 28	Bildung von vertrauensbasierten Nutzersegmenten.....	210
Abb. 29	Arten der Kundenbindung und Wirkungsdimensionen	215
Abb. 30	Prozess der vertrauensbasierten Markenpositionierung und -profilierung.....	218

Tabellenverzeichnis

Tab. 1	Zusammenfassung der Phasenkonzepte zu Austauschbeziehungen ..59
Tab. 2	Wirkungen von Vertrauen auf kooperatives Verhalten85
Tab. 3	Wirkungen von Vertrauen auf Kommunikation87
Tab. 4	Wirkungen von Vertrauen auf Konfliktbeilegung88
Tab. 5	Wirkungen von Vertrauen auf die beziehungsbezogenen Outcomes..88
Tab. 6	Wirkungen von Vertrauen auf die beziehungsbezogene Zufriedenheit89
Tab. 7	Wirkung von Vertrauen auf Commitment94
Tab. 8	Kompetenz als Vertrauensdeterminante104
Tab. 9	Reputation als Vertrauensdeterminante105
Tab. 10	Konsistenz als Vertrauensdeterminante106
Tab. 11	Anpassungsbereitschaft als Vertrauensdeterminante107
Tab. 12	Kommunikation als Vertrauensdeterminante108
Tab. 13	Sympathie als Vertrauensdeterminante109
Tab. 14	Integrität als Vertrauensdeterminante110
Tab. 15	Wohllollen als Vertrauensdeterminante111
Tab. 16	Beziehungsintensität als Vertrauensdeterminante115
Tab. 17	Beziehungszufriedenheit als Vertrauensdeterminante116
Tab. 18	Überblick über die Prüfkriterien zur Beurteilung von Kausal- modellen162
Tab. 19	Faktoranalytische Evaluierung der Vertrauensneigung169
Tab. 20	Faktoranalytische Evaluierung von Kompetenz172
Tab. 21	Faktoranalytische Evaluierung von Reputation173
Tab. 22	Faktoranalytische Evaluierung von Konsistenz174
Tab. 23	Faktoranalytische Evaluierung von Anpassungsbereitschaft176
Tab. 24	Faktoranalytische Evaluierung von Kommunikation177

Tab. 25	Faktoranalytische Evaluierung von Sympathie	179
Tab. 26	Faktoranalytische Evaluierung von Integrität	180
Tab. 27	Faktoranalytische Evaluierung von Wohlwollen	182
Tab. 28	Faktoranalytische Evaluierung von Beziehungsintensität	184
Tab. 29	Faktoranalytische Evaluierung von Zufriedenheit.....	185
Tab. 30	Faktoranalytische Evaluierung von Risiko.....	186
Tab. 31	Faktoranalytische Evaluierung von Vertrauen.....	188
Tab. 32	Zusammenfassende Bewertung des Messmodells zur Vertrauens- bildung.....	189
Tab. 33	Globalkriterien des Kausalmodells zur Vertrauensbildung.....	192
Tab. 34	Ergebnis der Hypothesenprüfung zur Vertrauensbildung.....	194
Tab. 35	Faktoranalytische Evaluierung von Commitment	199
Tab. 36	Globalkriterien des Kausalmodells zur Vertrauenswirkung	200
Tab. 37	Ergebnis der Hypothesenprüfung zur Vertrauenswirkung.....	202
Tab. 38	Vertrauensbasierte Nutzersegmente und Vertrauensdeterminanten .	211
Tab. 39	Vertrauensbasierte Nutzersegmente und Vertrauenswirkungen.....	212
Tab. 40	Vertrauensbasierte Nutzersegmente und soziodemografische Merkmale.....	213