

## Inhaltsverzeichnis

	<u>Seite</u>
<b>Die Idee</b>	<b>1</b>
<b><u>Teil A: Einführung</u></b>	
<b>1. Grundlegende Marktentwicklungen</b>	<b>7</b>
<b>2. Beherbergungsbetriebe als Dienstleistungsunternehmen</b>	<b>10</b>
2.1 Begriff und Typisierung von Beherbergungsbetrieben	10
2.2 Merkmale von Dienstleistungen	13
2.3 Das Marketinginstrumentarium im Überblick	17
<b><u>Teil B: Entstehung und Messung von Kundenzufriedenheit und Dienstleistungsqualität</u></b>	
<b>3. Kundenzufriedenheit</b>	<b>21</b>
3.1 Entstehung der Kundenzufriedenheit	21
3.2 Intensität und Auswirkungen der Kundenzufriedenheit	27
3.3 Abgrenzung zur Dienstleistungsqualität	31
<b>4. Dienstleistungsqualität</b>	<b>32</b>
4.1 Definition von Dienstleistungsqualität	32
4.2 Faktoren der Dienstleistungsqualität	36
4.3 Formen der Qualitätswahrnehmung in der Hotellerie	39
4.4 Qualität durch Kundenintegration	48
4.4.1 Grundlagen der Kundenintegration	48
4.4.2 Kundenintegration in den einzelnen Phasen des Dienstleistungsprozesses	51
4.4.2.1 Kundenintegration in der Potentialphase	53
4.4.2.2 Kundenintegration in der Prozeßphase	60
4.4.2.3 Kundenintegration in der Ergebnisphase	68
4.5 Fehlerquellen bei der Erstellung der „richtigen“ Qualität	69

<b>5. Messung von Kundenzufriedenheit und Dienstleistungsqualität</b>	<b>71</b>
5.1 Überblick über verschiedene Meßansätze	71
5.2 Kontaktpunktanalyse	76
5.2.1 Kontaktpunktidentifikation	77
5.2.2 Qualitative Kontaktpunktmessung	90
5.2.2.1 Beobachtung	90
5.2.2.2 Sequentielle Ereignismethode	92
5.2.2.3 Fotomethode	95
5.2.2.4 Critical Incident Technique	95
5.2.2.5 Beschwerdeanalyse	98
5.2.3 Quantitative Kontaktpunktmessung	98
5.3 Weitere Formen der Gästebefragung	102
<b><u>Teil C: Sicherung und Verbesserung</u></b>	
<b><u>von Kundenzufriedenheit und Dienstleistungsqualität</u></b>	
<b>6. Arbeit mit Checklisten</b>	<b>111</b>
<b>7. Gästebefragungen</b>	<b>119</b>
7.1 Schriftliche Befragungen	119
7.2 Kritische Würdigung von Gästefragebögen in der Hotellerie	125
7.3 Ablauf schriftlicher Gästebefragungen	128
7.4 Entwicklung eines Fragebogens	136
<b>8. Beschwerdezufriedenheit</b>	
<b>durch konstruktives Beschwerdemanagement</b>	<b>141</b>
8.1 Verhalten unzufriedener Kunden	141
8.2 Grundlagen des Beschwerdemanagement im Unternehmen	146
8.3 Aufforderung zur Beschwerde	149
8.4 Beschwerdebearbeitung für den Kunden	151
8.5 Beseitigung des Beschwerdegrundes im Unternehmen	160
<b>9. Kundenzufriedenheit als Teil des Total Quality Management</b>	<b>164</b>
<b>10. Von der Kundenzufriedenheit zur Kundenbindung</b>	<b>169</b>
<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>173</b>
<b>Stichwortverzeichnis</b>	<b>187</b>
<b>Autorenanschrift</b>	<b>193</b>
<b>Faxbogen für Anregungen und Hinweise</b>	<b>195</b>