

INHALTSVERZEICHNIS

Inhaltsverzeichnis	I
Abbildungsverzeichnis	III
Tabellenverzeichnis.....	IV
1 Dienstleistungen als Erfolgsfaktor in der Automobilbranche	1
2 Konzeptionelle Grundlagen.....	2
2.1 Dienstleistungen im wissenschaftlichen Diskurs	2
2.2 Kano-Modell der Kundenzufriedenheit.....	5
3 Kano-Studie.....	8
3.1 Aufbau- und Ablauf der Studie	8
3.2 Zusammenfassung und kritische Würdigung	29
4 Empfehlungen für das Dienstleistungs-Management.....	31
Literaturverzeichnis.....	35

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1:	Phasenbezogene Zuordnung von Dienstleistungsmerkmalen	3
Abbildung 2:	Klassifikation von produktbegleitenden Dienstleistungen	4
Abbildung 3:	Arten von Kundenanforderungen im Kano-Modell	7
Abbildung 4:	Ablauf eines Kano-Projekts.....	9
Abbildung 5:	Identifikation von Kundenproblemen.....	11
Abbildung 6:	Arten produktbegleitender Dienstleistungen	13
Abbildung 7:	Fragensystem des Kano-Modells	14
Abbildung 8:	Auszug aus dem Fragebogen, Teil A	16
Abbildung 9:	Auszug aus dem Fragebogen, Teil B.....	17
Abbildung 10:	Kano-Auswertungsprozess	22
Abbildung 11:	Zweiwertige Zufriedenheitskoeffizienten.....	24
Abbildung 12:	Verteilung von Familienstand und Nationalität der Befragten, basierend auf 128 Datensätze	20
Abbildung 13:	Einfluss produktbegleitender Dienstleistungen auf die Zufriedenheit bzw. Unzufriedenheit.....	29
Abbildung 14:	Art der Dienstleistung und strategische Implikationen	32

TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 1:	Menge an möglichen produktbegleitenden Dienstleistungen im Automobilbereich	12
Tabelle 2:	Ausgewählte produktbegleitende Dienstleistungen	13
Tabelle 3:	Kano-Auswertungstabelle	21
Tabelle 4:	Kano-Ergebnistabelle	23
Tabelle 5:	Anwendungsbeispiel der Auswertungsregel	25
Tabelle 6:	Ergebnistabelle	26
Tabelle 7:	Positiver und negativer Einfluss auf die Zufriedenheit	28