

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	7
<i>Heike Jacobsen / Stephan Voswinkel</i>	
Einführung	9
I Überblick	15
<i>Heike Jacobsen</i>	
Produktion und Konsum von Dienstleistungen: Konsumenten zwischen Innovation und Rationalisierung	15
<i>Ursula Holtgrewe</i>	
Kunden und Dienstleistungsorganisationen – ein Blick in die organisationssoziologische Werkzeugkiste.....	37
II Konzeptionen.....	57
<i>Hans J. Pongratz</i>	
Interaktionsstrukturen von Dienstleistungsbeziehungen. Machtanalytische Differenzierungen zum Thema ‚Kundenorientierung‘	57
<i>Stephan Voswinkel</i>	
Der funktionale und der personale Kunde.....	81
III Begriffe.....	101
<i>Kai-Uwe Hellmann</i>	
Der ideale Kunde: möglichst gebunden und immer treu. Vorläufiges zu einem aktuellen Thema	101
<i>Veronika Tacke / Gabriele Wagner</i>	
Die Publikumsrolle des Kunden und die Semantik der Kundenorientierung. Eine differenzierungstheoretische Analyse	127

IV Felder	149
<i>Ellen Kuhlmann</i>	
„Kundenorientierung“ – der flüchtige Charme einer ökonomischen Denkfigur im Gesundheitswesen	149
<i>Claes Horsmann</i>	
Bedingungen und Folgen kundenorientierten Verkaufsverhaltens	169
<i>Heidemarie Hanekop / Volker Wittke</i>	
Der Kunde im Internet	193
<i>Karen A. Shire</i>	
Die Gestaltung der Kundeninteraktionen in wissensbasierter Dienstleistungsarbeit: eine empirische Studie	219
<i>Frank Bauer</i>	
Tätigkeitsmerkmale, Arbeitszeitformen und Belastungsszenarien bei abhängig Beschäftigten mit Kundenkontakt	241
Verzeichnis der Autorinnen und Autoren	267