

## INHALTSVERZEICHNIS

Seite

	Seite
I. Konsumentenzufriedenheit und Beschwerden als Probleme der Marketingpolitik <i>allgemein</i>	1
①. Konsumentenzufriedenheit und Beschwerdeverhalten als Anregungen für die Marketingpolitik	3
2. Historische Entwicklung der Zufriedenheitsforschung	<del>8</del>
③. Modell der Zufriedenheit und des Beschwerdeverhaltens von Konsumenten	15
④. Messung der Zufriedenheit und Paradigma des Beschwerdeverhaltens	<del>19</del>
⑤. Internationales Forschungsprojekt über das Beschwerdeverhalten von Konsumenten	23
II. Die Struktur des <u>Beschwerdeverhaltens von Konsumenten bei Fernsehgeräten und Autoreparaturen</u>	25
1. Konzeption, Design und Variablengruppen der empirischen Untersuchung	25
2. Problembezogene Merkmale	32
2.1 Beurteilung der Produktzufriedenheit	32
2.11 Niveau der Zufriedenheit/Unzufriedenheit	32
2.12 Häufigkeit der Produktbeanstandungen	34
2.13 Probleme zum Kaufzeitpunkt und wahrgenommenes Kaufrisiko	37
2.2 Analyse von Problemfällen	39
2.21 Art der Beanstandungen und Problemfälle	39
2.22 Problemwichtigkeit	43
2.23 Zuordnung der Verantwortung	46
③. Merkmale der Beschwerdeführung	47
3.1 Erwartungen an die Beschwerdeführung	47
3.11 Erwartete <u>Kosten</u> und Mühen der Beschwerdeführung	48
3.12 Erwartungen an das Beschwerdeergebnis	49
3.13 Wahrgenommenes Risiko des Beschwerdeergebnisses	50

3.2	Maßnahmen der Beschwerdeführung	51
3.21	Zuständigkeit für Beschwerden im Haushalt	51
3.22	Formen des Beschwerdeverhaltens	52
3.23	Häufigkeit der Beschwerdekontakte	55
3.24	Dauer der Beschwerdeführung	56
3.25	Kommunikationsverhalten	57
3.3	Ergebnis der Beschwerdeführung	59
3.4	Bewertung der Beschwerdeführung	60
3.41	Zufriedenheit mit dem Beschwerdeergebnis	60
3.42	Wahrgenommene Umständlichkeit der Beschwerdeführung	61
3.43	Meinungs- und Verhaltensänderungen nach der Beschwerdeführung	62
3.5	Produktprobleme ohne Beschwerdemaßnahmen (Unvoiced Complains)	64
3.51	Gründe für Nicht-Beschwerden	64
3.52	Kommunikationsverhalten der Nicht-Beschwerder	65
4.	Produktbezogene Merkmale	68
4.1	Produktalter und Anschaffungspreis	68
4.2	Nutzungsintensitäten	68
4.3	Einkaufsstätte / Reparaturort	71
5.	Personenbezogene Merkmale	72
5.1	Sozio-demografische Merkmale	72
5.2	Psychografische Merkmale und Einstellungen	72
6.	Zusammenfassung	81
III.	Bestimmungsfaktoren und Erklärungsansätze der Beschwerdeführung von Konsumenten	85
1.	Variablensystem, Hypothesenformulierungen und Methodik der Signifikanzprüfungen	85

2. Bestimmungsfaktoren der <u>Beschwerdeerwartungen</u>	93
2.1 Personenbezogene Einflußfaktoren	93
2.2 Produktbezogene Einflußfaktoren	95
2.3 Problembezogene Einflußfaktoren	95
3. Bestimmungsfaktoren des <u>Beschwerdeverhaltens</u>	99
3.1 Personenbezogene Einflußfaktoren	99
3.2 Produktbezogene Einflußfaktoren	101
3.3 Zusammenhang zwischen Produktzufriedenheit und Beschwerdeverhalten	102
3.4 Zusammenhang zwischen Beschwerdeerwartungen und Beschwerdeverhalten	106
3.5 Diskrimination zwischen beschwerderelevanten Konsumentengruppen	108
4. Bestimmungsfaktoren des <u>Beschwerdeergebnisses</u> und der <u>Beschwerdebewertung</u>	114
4.1 Personenbezogene Einflußfaktoren	114
4.2 Produktbezogene Einflußfaktoren	116
4.3 Problembezogene Einflußfaktoren	116
4.4 Einfluß der Beschwerdeerwartungen auf das Beschwerdeergebnis und die Beschwerdebewertung	118
4.5 Einfluß der Beschwerdemaßnahmen auf das Beschwerdeergebnis und die Beschwerdebewertung	119
4.6 Einfluß des Beschwerdeergebnisses auf die Beschwerdebewertung	119
4.7 Prediktorvariablen des Beschwerdeergebnisses und der Beschwerdezufriedenheit	120
5. <u>Verhaltenswissenschaftliche Modelle als Erklärungsansätze</u> <u>der Beschwerdeführung</u>	127
5.1 Kosten-Nutzen-Ansatz	128
5.2 Risikoansatz	130
5.3 Komplexitätsansatz	134
5.4 Lernmodell	135
5.5 Dissonanzmodell	138
5.6 Involvementmodell	142
6. Zusammenfassende Würdigung der empirischen Ergebnisse	145

IV. Implikationen der Untersuchungsergebnisse für die Marketing- und Verbraucherpolitik	152
1. Kernsegmente als Ausgangspunkt	152
2. Strategien der Marketingpolitik	158
3. Strategien der Verbraucherpolitik	167
4. Strategien der zukünftigen Forschung	169
Anhang (Fragebögen)	171
Literaturverzeichnis	203