

Harald Storr

Die Messung von Kundenzufriedenheit

Unter besonderer Berücksichtigung der Meßmethoden
und ihrer Anwendbarkeit

Diplomarbeit

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 1999 Diplomica Verlag GmbH
ISBN: 9783832421540

Harald Storr

Die Messung von Kundenzufriedenheit

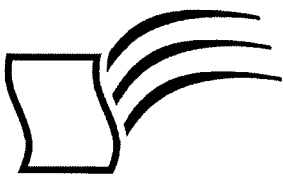
Unter besonderer Berücksichtigung der Meßmethoden und ihrer Anwendbarkeit

Harald Storr

Die Messung von Kundenzufriedenheit

*Unter besonderer Berücksichtigung der Meßmethoden
und ihrer Anwendbarkeit*

Diplomarbeit
an der Universität Stuttgart
Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften
Prüfer Prof. Dr. Hans Hörschgen
Lehrstuhl für Absatzwirtschaft
Juni 1999 Abgabe



Diplomarbeiten Agentur
Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey
Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke
und Guido Meyer GbR

Hermannstal 119 k
22119 Hamburg

agentur@diplom.de
www.diplom.de

ID 2154

Storr, Harald: Die Messung von Kundenzufriedenheit: Unter besonderer Berücksichtigung der Meßmethoden und ihrer Anwendbarkeit / Harald Storr –
Hamburg: Diplomarbeiten Agentur, 2000
Zugl.: Stuttgart, Universität, Diplom, 1999

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, daß solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey, Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke & Guido Meyer GbR
Diplomarbeiten Agentur, <http://www.diplom.de>, Hamburg
Printed in Germany



Diplomarbeiten Agentur

Wissensquellen gewinnbringend nutzen

Qualität, Praxisrelevanz und Aktualität zeichnen unsere Studien aus. Wir bieten Ihnen im Auftrag unserer Autorinnen und Autoren Wirtschaftsstudien und wissenschaftliche Abschlussarbeiten – Dissertationen, Diplomarbeiten, Magisterarbeiten, Staatsexamensarbeiten und Studienarbeiten zum Kauf. Sie wurden an deutschen Universitäten, Fachhochschulen, Akademien oder vergleichbaren Institutionen der Europäischen Union geschrieben. Der Notendurchschnitt liegt bei 1,5.

Wettbewerbsvorteile verschaffen – Vergleichen Sie den Preis unserer Studien mit den Honoraren externer Berater. Um dieses Wissen selbst zusammenzutragen, müssten Sie viel Zeit und Geld aufbringen.

<http://www.diplom.de> bietet Ihnen unser vollständiges Lieferprogramm mit mehreren tausend Studien im Internet. Neben dem Online-Katalog und der Online-Suchmaschine für Ihre Recherche steht Ihnen auch eine Online-Bestellfunktion zur Verfügung. Inhaltliche Zusammenfassungen und Inhaltsverzeichnisse zu jeder Studie sind im Internet einsehbar.

Individueller Service – Gerne senden wir Ihnen auch unseren Papierkatalog zu. Bitte fordern Sie Ihr individuelles Exemplar bei uns an. Für Fragen, Anregungen und individuelle Anfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Wir freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit

Ihr Team der *Diplomarbeiten Agentur*

Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey –
Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke —
und Guido Meyer GbR —

Hermannstal 119 k —
22119 Hamburg —

Fon: 040 / 655 99 20 —
Fax: 040 / 655 99 222 —

agentur@diplom.de —
www.diplom.de —

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Abbildungsverzeichnis	III
Tabellenverzeichnis	IV
Abkürzungsverzeichnis	V
1. Einleitung.....	1
1.1. Problemstellung und Zielsetzung der Arbeit	1
1.2. Abgrenzungen	3
1.3. Gang der Untersuchung	4
2. Theoretische Grundlagen der Kundenzufriedenheit.....	5
2.1. Das Konstrukt der Kundenzufriedenheit.....	5
2.1.1. Abgrenzung der Begriffe Zufriedenheit, Einstellung und Dienstleistungsqualität.....	5
2.1.2. Statischer und dynamischer Ansatz.....	9
2.2. Prozeßbetrachtung der Kundenzufriedenheit.....	12
2.2.1. Entstehung der Erwartungen	12
2.2.2. Vergleichsprozeß	14
2.2.3. Verhaltensreaktionen	17
3. Methoden zur Messung der Kundenzufriedenheit	21
3.1. Überblick.....	21
3.2. Objektive Verfahren.....	23
3.2.1. Messung mittels objektiver Indikatoren	24
3.2.2. Messung durch Einsatz neutraler dritter Personen	25
3.3. Subjektive Verfahren	26
3.3.1. Der merkmalsorientierte Ansatz.....	26
3.3.2. Der ereignisorientierte Ansatz.....	33

4. Vergleichende Bewertung der Meßmethoden von Kundenzufrieden-	
heit	41
4.1. Entwicklung eines Bewertungsschemas.....	41
4.1.1. Festlegung von prozeßbezogenen Beurteilungskriterien	41
4.1.2. Festlegung von ergebnisbezogenen Beurteilungskriterien	42
4.2. Durchführung der Bewertung.....	44
4.2.1. Bewertung der objektiven Verfahren.....	44
4.2.2. Bewertung der subjektiven Verfahren	48
4.3. Zusammenfassung der Ergebnisse.....	60
5. Übertragung der Methoden auf die Zufriedenheit von Mitarbeitern	63
5.1. Besonderheiten bei der Messung der Mitarbeiterzufriedenheit	63
5.1.1. Mitarbeiter als interne Kunden	63
5.1.2. Festlegung der Beurteilungskriterien	71
5.2. Anwendung der Instrumente auf die Mitarbeiterzufriedenheit	72
5.2.1. Anwendung der objektiven Verfahren	72
5.2.2. Anwendung der subjektiven Verfahren	74
5.3. Zusammenfassung der Ergebnisse.....	79
6. Schlußbetrachtung	81
Anhang.....	VI
Literaturverzeichnis	X

Abbildungsverzeichnis

	Seite
Abb. 1: Das GAP-Modell.....	10
Abb. 2: Entstehungsfaktoren der Erwartungen	13
Abb. 3: Vergleichsprozess.....	16
Abb. 4: Verhalten bei Unzufriedenheit bzw. Zufriedenheit	17
Abb. 5: Zusammenfassende Übersicht über den Prozeß der Kundenzufrieden- heit.....	20
Abb. 6: Systematisierung der Ansätze zur Messung von Kundenzufrieden- heit.....	23
Abb. 7: Unterteilung des merkmalsorientierten Ansatzes	28
Abb. 8: Ablauf der Conjoint Analyse	30
Abb. 9: Funktionale und dysfunktionale Frage im Fragebogen.....	32
Abb. 10: Blueprint einer Autoreparaturannahme.....	35
Abb. 11: Anwendung der FRAP anhand von Bankkundenproblemen	40
Abb. 12: Die 22 Items des SERVQUAL-Ansatzes	VI
Abb. 13: Kundenzufriedenheit und Dienstleistungsanforderungen	VII
Abb. 14: Auswertungsprozeß des Kano-Verfahrens	VIII
Abb. 15: Modifiziertes Gap-Modell der internen Dienstleistungsqualität	IX

Tabellenverzeichnis

	Seite
Tab. 1: Übersicht der Meßverfahren zur Kundenzufriedenheit	62
Tab. 2: Elemente des externen und internen Marketing	64
Tab. 3: Beziehungsmerkmale der Interaktionen Unternehmen/Kunde und Unternehmen/Mitarbeiter.....	67
Tab. 4: Übersicht der Verfahren zur Anwendbarkeit der Messung von Mit- arbeiterzufriedenheit.....	80

Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung
ABB	Arbeitsbeschreibungsbogen
AG	Aktiengesellschaft
Aufl.	Auflage
bspw.	beispielsweise
bzw.	beziehungsweise
C/D-Paradigma	Confirmation/Disconfirmation-Paradigma
CIT	Critical Incident Technique
d.h.	das heißt
ders.	derselbe
dies.	dieselben
ebd.	ebenda
Ed.	Editor
e.V.	eingetragener Verein
FRAP	Frequenz-Relevanz-Analyse für Probleme
f.	folgende
ff.	fortfolgende
hrsg.	herausgegeben
i.d.R.	in der Regel
Jg.	Jahrgang
Marketing ZFP	Marketing Zeitschrift für Forschung und Planung
No.	Number
Nr.	Nummer
o. V.	ohne Verfasser
pp.	pages
S.	Seite
SAZ	Skala zur Messung von Arbeitszufriedenheit
Tab.	Tabelle
u.	und