

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort des Herausgebers	V
Vorwort.....	VII
Schaubildverzeichnis	XV
Abkürzungsverzeichnis.....	XXIII
1. Persönliche Kommunikation in Kundeninteraktionen.....	1
1.1 Bedeutung einer beziehungsorientierten Kommunikation	1
1.2 Kommunikationsqualität als Erfolgsgröße in der Mitarbeiter-Kunde-Kommunikation	4
1.3 Ziel und Forschungsfragen der Arbeit	9
1.4 Eingrenzung des Untersuchungsgegenstands.....	10
1.5 Gang der Untersuchung	13
2. Theoretische Konzeptualisierung der Kommunikationsqualität und deren Wirkungen in Kundenbeziehungen.....	17
2.1 Theoretische und empirische Befunde zur Kommunikationsqualität.....	17
2.1.1 Vorgehensweise bei der theoretischen Konzeptualisierung	17
2.1.2 Begriffsabgrenzung und Gegenstandsbereiche der Kommunikationsqualität.....	18
2.1.3 Theoretische Konzeptualisierung der Kommunikationsqualität.....	23
2.1.4 Empirische Befunde zur Messung der Kommunikationsqualität.....	28
2.2 Entwicklung eines Wirkungsmodells der Kommunikationsqualität.....	33
2.2.1 Empirische Befunde zu den Wirkungen der Kommunikationsqualität.....	33

2.2.2	Konstrukte und Zusammenhänge im Wirkungsmodell der Kommunikationsqualität.....	39
2.2.2.1	Überblick	39
2.2.2.2	Konstrukte und Zusammenhänge auf der Kommunikationsebene	42
2.2.2.2.1	Kommunikationszufriedenheit	42
2.2.2.2.2	Kommunikationsbereitschaft.....	43
2.2.2.2.3	Wirkungskette auf der Kommunikationsebene	44
2.2.2.3	Konstrukte und Zusammenhänge auf der Leistungsebene	46
2.2.2.3.1	Leistungsqualität	46
2.2.2.3.2	Kundenzufriedenheit	47
2.2.2.3.3	Kundenbindung	48
2.2.2.3.4	Wirkungskette auf der Leistungsebene... ..	49
2.2.2.4	Vertrauen als Konstrukt auf der Beziehungsebene	50
2.2.2.5	Ebenenübergreifende Wirkungen im Wirkungsmodell der Kommunikationsqualität.....	52
2.2.3	Moderierende Effekte im Wirkungsmodell der Kommunikationsqualität.....	59
2.2.3.1	Überblick	59
2.2.3.2	Moderierende Effekte des Kundengeschlechts	61
2.2.3.3	Moderierende Effekte der Fachkenntnisse der Kunden	62
2.2.3.4	Moderierende Effekte der Vermögensentwicklung der Kunden	63
2.2.3.5	Moderierende Effekte der Kontakthäufigkeit	64
2.2.3.6	Moderierende Effekte der Dauer der Geschäftsbeziehung	65
2.2.3.7	Moderierende Effekte der Beraterkontinuität	66
2.2.3.8	Zusammenfassung der Hypothesen	67
3.	Empirische Konzeptualisierung und Operationalisierung der Kommunikationsqualität.....	69
3.1	Untersuchungsdesign	69
3.2	Methodische Vorgehensweise.....	70

3.3	Sammlung potenzieller Messindikatoren der Kommunikationsqualität.....	73
3.3.1	Methodische Vorgehensweise.....	73
3.3.2	Ergebnisse der qualitativen Interviews.....	74
3.4	Selektion relevanter Messindikatoren der Kommunikationsqualität.....	79
3.4.1	Vorgehensweise.....	79
3.4.2	Datenaufbereitung.....	81
3.4.3	Empirische Analyse.....	81
3.4.3.1	Prüfung der Anwendungsvoraussetzungen für eine exploratorische Faktorenanalyse.....	81
3.4.3.2	Identifikation der Faktorstruktur der Kommunikationsqualität.....	83
3.4.3.3	Analyse auf Faktorenebene.....	88
3.4.3.4	Analyse auf Dimensionenebene.....	92
3.4.3.5	Analyse auf Gesamtmodellebene.....	96
4.	Empirische Prüfung des Wirkungsmodells der Kommunikationsqualität.....	101
4.1	Vorgehensweise der Untersuchung.....	101
4.2	Design der empirischen Untersuchung.....	102
4.3	Empirische Überprüfung des Konstrukts Kommunikationsqualität.....	103
4.4	Empirische Konzeptualisierung und Operationalisierung der Wirkungsgrößen der Kommunikationsqualität.....	105
4.4.1	Vorgehensweise.....	105
4.4.2	Wirkungsgrößen auf der Kommunikationsebene.....	106
4.4.2.1	Kommunikationszufriedenheit.....	106
4.4.2.2	Kommunikationsbereitschaft.....	107
4.4.3	Wirkungsgrößen auf der Leistungsebene.....	108
4.4.3.1	Leistungsqualität.....	108
4.4.3.2	Kundenzufriedenheit.....	110
4.4.3.3	Kundenbindung.....	111
4.4.4	Vertrauen als Wirkungsgröße auf der Beziehungsebene.....	112
4.5	Empirische Prüfung der Wirkungszusammenhänge im Wirkungsmodell der Kommunikationsqualität.....	114
4.5.1	Methodische Vorgehensweise.....	114
4.5.2	Analyse der Kommunikationsebene.....	117

4.5.3	Zweistufige Ebenenintegration der Kommunikationsebene und der Leistungsebene.....	118
4.5.4	Zweistufige Ebenenintegration der Kommunikationsebene und der Beziehungsebene.....	121
4.5.5	Dreistufige Ebenenintegration	123
4.5.6	Zusammenfassung der Ergebnisse.....	127
4.5.7	Analyse von Alternativmodellen	131
4.6	Untersuchung von Nicht-Linearitäten im Wirkungsmodell der Kommunikationsqualität.....	134
4.7	Analyse der moderierenden Effekte im Wirkungsmodell der Kommunikationsqualität.....	140
4.7.1	Methodische Vorgehensweise	140
4.7.2	Analyseergebnisse	141
4.7.2.1	Moderierende Wirkung des Kundengeschlechts.....	141
4.7.2.2	Moderierende Wirkung der Fachkenntnisse der Kunden	143
4.7.2.3	Moderierende Wirkung der Vermögensentwicklung der Kunden	145
4.7.2.4	Moderierende Wirkung der Kontakthäufigkeit.....	147
4.7.2.5	Moderierende Wirkung der Dauer der Geschäftsbeziehung	149
4.7.2.6	Moderierende Wirkung der Beraterkontinuität.....	151
4.7.2.7	Zusammenfassung der moderierenden Effekte.....	153
4.8	Kritische Würdigung der Ergebnisse	156
5.	Managementimplikationen zur Gestaltung und Steuerung einer beziehungsorientierten Kommunikation	159
5.1	Ausgestaltung einer beziehungsorientierten Kommunikation.....	159
5.2	Entwicklung eines unternehmensspezifischen Wirkungsmodells der Kommunikationsqualität.....	161
5.2.1	Spezifizierung des Wirkungsmodells.....	161
5.2.2	Messergebnisse des Wirkungsmodells.....	165
5.3	Bildung von Kommunikationstypen einer beziehungsorientierten Kommunikation	169
5.3.1	Vorgehensweise der Typenbildung.....	169
5.3.2	Ergebnisse der Kommunikationstypenbildung	172
5.3.2.1	Zufriedenheitstypen der Kommunikation.....	172
5.3.2.2	Anspruchstypen der Kommunikation	176

5.4	Festlegung von Zielen der beziehungsorientierten Kommunikation	180
5.5	Entwicklung von typenspezifischen Kommunikationsstrategien....	183
5.6	Maßnahmenplanung einer beziehungsorientierten Kommunikation	187
5.6.1	Priorisierung des kommunikationsspezifischen Handlungsbedarfs	187
5.6.2	Ableitung von kommunikationsspezifischen Maßnahmen ...	189
5.6.3	Unterstützende beziehungsorientierte Kommunikationsmaßnahmen	196
5.7	Implementierung einer beziehungsorientierten Kommunikation	199
5.8	Erfolgskontrolle einer beziehungsorientierten Kommunikation	203
5.8.1	Implementierung eines Tracking-Systems	204
5.8.2	Return on Communication Quality	206
6.	Implikationen für die Wissenschaft.....	211
6.1	Theoretische Forschungsfelder	211
6.2	Empirische Forschungsfelder.....	213
	Literaturverzeichnis	219
	Anhang	249