

Vorwort

Der Kundenkontakt, also die persönliche Interaktion zwischen Kunden und Mitarbeitern, beeinflusst maßgeblich die Entstehung von Kundenzufriedenheit. In diesem Zusammenhang wird die Verantwortung für die Zufriedenheit von Kunden vor allem beim Kundenkontaktmitarbeiter gesehen. Da sich Kunden gegenüber Kundenkontaktmitarbeitern jedoch nicht nur positiv, sondern ebenfalls äußerst negativ verhalten können, stellt sich vor dem Hintergrund der Reziprozität des Kundenkontakts die Frage, welche Verantwortung Kunden selbst bei der Entstehung von Kundenzufriedenheit tragen. Das Ziel dieser Arbeit ist es deshalb, den Einfluss des Kundenverhaltens auf die Kundenzufriedenheit in der persönlichen Interaktion mit Kundenkontaktmitarbeitern zu untersuchen.

Die vorliegende Dissertationsschrift ist das Ergebnis meiner dreijährigen Forschung am Fachgebiet Marketing & Personalmanagement des Fachbereichs Rechts- und Wirtschaftswissenschaften der Technischen Universität Darmstadt. Sie wäre nicht entstanden, hätten mich nicht kluge Köpfe dabei unterstützt.

Für die Betreuung meiner Dissertation gilt deshalb ein besonderer Dank meiner Doktormutter Professor Dr. Ruth Stock-Homburg. Unser Austausch zu Themen rund um den Kundenkontakt hat mich stets inspiriert und in meiner Begeisterung bestärkt. Ebenso möchte ich Professor Dr. Christian Dormann für inspirierende Gespräche und vor allem die Erstellung des Zweitgutachtens danken. Mein Dank gilt außerdem meinen Kolleginnen und Kollegen am Fachgebiet. Die interdisziplinären Diskussionen haben mir geholfen, Zusammenhänge aus unterschiedlichen Perspektiven zu betrachten.

Auch für die emotionale Unterstützung, die ich in den letzten drei Jahren von geliebten Menschen erhalten habe, möchte ich mich bedanken. Ines, Melanie und Patricia haben mit Muffins und Tee für „Good Vibrations“ gesorgt. Maxi und René danke ich unendlich für ihre Geduld, die aufbauenden Worte und die vielen schönen Momente.

Mein letzter Dank gilt meiner Mama, meinem Papa und Annette. Für alles!

Der Einfluss des Kundenverhaltens auf die
Kundenzufriedenheit

Eine Untersuchung des Kundenkontakts aus der
Anforderungen-Ressourcen Perspektive

Bednarek, M.

2014, XXIV, 221 S. 25 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-06578-2