

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XIII
Tabellenverzeichnis	XV
Abkürzungsverzeichnis	XVII
1 Einleitung	1
1.1 Problemstellung	1
1.2 Gang der Untersuchung	2
2 Yield-Management – Ein Instrument zur ertragsorientierten Preis- und Kapazitätssteuerung	5
2.1 Begriffsabgrenzung	5
2.2 Die historische Entwicklung des Yield-Managements	6
2.3 Anwendungsvoraussetzungen des Yield-Managements.....	8
2.4 Die elementare Struktur des Yield-Management-Planungsprozesses	11
2.5 Ansatzpunkte quantitativer Planungsmethoden des Yield-Managements	15
2.5.1 Differenzierte Bepreisung beschränkter Kapazitäten als Grundlage der Anwendung des Yield-Managements	15
2.5.2 Die Kontingentierung beschränkter Kapazitäten	18
2.5.3 Überbuchung beschränkter Kapazitäten als Erweiterung der Kontingentierung	21
2.6 Modelle des Yield-Managements	25
2.6.1 Typographie von Modellen des Yield-Managements.....	25
2.6.2 Wesentliche Annahmen in Yield-Management-Modellen	28
2.6.3 Beispiele quantitativer Planungsmodelle	31
3 Stand der Forschung und ausstehender Forschungsbedarf	39
3.1 Stand der Forschung auf dem Gebiet des Yield-Managements	39
3.1.1 Kontingentierung mit statischen Planungsansätzen.....	40
3.1.2 Kontingentierung mit dynamischen Planungsansätzen	43
3.1.3 Kontingentierungsansätze zur Berücksichtigung einer vernetzten Leistungserstellung	45
3.1.4 Überbuchung mit statischen Planungsansätzen	47
3.1.5 Überbuchung mit dynamischen Planungsansätzen.....	49
3.1.6 Planungsansätze der Preissteuerung	51
3.1.7 Sektorspezifische Anwendung des Yield-Managements.....	56
3.1.8 Arbeiten in sonstigen Bereichen	68
3.2 Bestehende Forschungsdefizite und verbleibender Forschungsbedarf	71

4	Die Bedeutung der Kundenzufriedenheit für die Unternehmensführung	77
4.1	Grundlegende Problemstellung: Yield-Management und Kundenzufriedenheit.....	77
4.2	Konzeptionelle Betrachtung der Kundenzufriedenheit.....	78
4.2.1	Begriffsabgrenzung.....	78
4.2.2	Das Diskonfirmations-Paradigma als integrativer Modellrahmen der Kundenzufriedenheit.....	80
4.2.3	Attributionstheoretische Fundierung von Zufriedenheitsurteilen.....	89
4.2.3	Gerechtigkeitstheoretische Fundierung von Zufriedenheitsurteilen.....	91
4.2.4	Die emotionale Komponente von Zufriedenheitsurteilen.....	94
4.3	Gegenstandsbereich der Kundenzufriedenheit	96
4.3.1	Sachliche Ebene des Gegenstandsbereichs: Merkmalsorientierte Betrachtung	96
4.3.2	Zeitliche Ebene des Gegenstandsbereichs: Prozessuale Betrachtung.....	98
4.3.3	Zwischen sachlicher und zeitlicher Ebene: Die Bedeutung von Servicedefekten und Wiedergewinnungsstrategien	101
4.4	Konsequenzen der Kundenzufriedenheit	103
4.4.1	Die Bedeutung des Beschwerdeverhaltens im Zusammenhang mit der Kundenzufriedenheit.....	104
4.4.2	Kundenzufriedenheit, Kundenloyalität und Ertragskraft von Unternehmen	106
5	Zufriedenheitsrelevante Effekte des Yield-Managements und Ableitung forschungsleitender Fragestellungen.....	111
5.1	Überblick über das im Bereich der kundenbeziehungsrelevanten Wirkung des Yield-Managements vorhandene Schrifttum.....	111
5.2	Darstellung des Gegenstandsbereichs der Kundenzufriedenheit im Kontext des Yield-Managements.....	113
5.3	Verhaltenswissenschaftlich fundierter Zugang zu den zufriedenheitsrelevanten Effekten des Yield-Managements	120
5.4	Yield-Management in der Service-Profit-Chain.....	124
5.5	Darstellung forschungsleitender Hypothesen	125
6	Studiendesign und -ergebnisse.....	133
6.1	Studiendesign.....	133
6.2	Reliabilitäts- und Validitätsprüfung.....	138
6.3	Zufriedenheitsrelevante Effekte der Kontingentierung unter Berücksichtigung interpersoneller Preisunterschiede	140
6.4	Zufriedenheitsrelevante Effekte der Kontingentierung und Überbuchung beschränkter Kapazitäten	148

6.4.1	Analyse kundenzufriedenheitsrelevanter Effekte unter Berücksichtigung aller Experimentalgruppen.....	148
6.4.2	Analyse kundenzufriedenheitsrelevanter Effekte unter ausschließlicher Berücksichtigung unfreiwillig abgewiesener Probanden.....	155
7	Abschlussbetrachtungen.....	159
7.1	Zusammenfassung der Studienergebnisse	159
7.2	Empfehlungen für die Unternehmenspraxis	161
7.3	Zukünftiger Forschungsbedarf.....	162
	Anhang: Inhalt des Fragebogens.....	165
	Literaturverzeichnis	171