
Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|----------|
| Abbildungsverzeichnis | XVII |
| Abkürzungsverzeichnis | XXIII |
| 1 Einleitung | 1 |
| 1.1 Problemstellung und Zielsetzung der Arbeit | 1 |
| 1.2 Gang der Arbeit..... | 4 |
| 2 Dienstleistungsspezifischer Bezugsrahmen | 7 |
| 2.1 Dienstleistungskontakt als Interaktion zwischen Dienstleister und Kunde | 7 |
| 2.1.1 Rolle des Dienstleistungskontakts für die Beziehung zwischen Unternehmen und Kunde..... | 7 |
| 2.1.2 Interaktionspartner im Dienstleistungskontakt..... | 9 |
| 2.1.2.1 Mitarbeiter als Dienstleister | 9 |
| 2.1.2.2 Kunde als Bedienter und Bewertender | 10 |
| 2.2 Relevanz des Dienstleisterverhaltens für die Kunden-Unternehmensbeziehung | 11 |
| 2.2.1 Personenbezogene Dienstleistung..... | 11 |
| 2.2.2 Dienstleistung als vom Kunden bewertbare Service Performance..... | 13 |
| 2.2.3 Zusammenhang zwischen Dienstleisterverhalten und Unternehmenserfolg | 15 |
| 2.2.3.1 Dienstleisterverhalten und Kundenzufriedenheit | 16 |
| 2.2.3.2 Kundenzufriedenheit und Kundenbindung..... | 18 |
| 2.2.3.3 Kundenbindung und Unternehmenserfolg | 20 |

| | | |
|-----------|--|-----------|
| 2.3 | Interaktionszufriedenheit im Dienstleistungskontakt | 21 |
| 2.3.1 | Allgemeine Überlegungen zum Konstrukt der Kundenzufriedenheit | 21 |
| 2.3.1.1 | Erwartungsdiskonfirmation als Grundlage der Kundenzufriedenheit..... | 21 |
| 2.3.1.2 | Verhältnis zwischen Kundenzufriedenheit und Dienstleistungsqualität..... | 23 |
| 2.3.1.3 | Definition der Interaktionszufriedenheit | 26 |
| 2.3.2 | Komponenten eines integrativen Modells der Interaktionszufriedenheit im Dienstleistungskontakt..... | 29 |
| 2.3.2.1 | Kundenseitige Erwartungsebenen..... | 30 |
| 2.3.2.1.1 | Anforderungsgeprägte Erwartungsebene der Interaktion..... | 32 |
| 2.3.2.1.2 | Bedürfnisgeprägte Erwartungsebene der Interaktion..... | 33 |
| 2.3.2.2 | Attribution | 40 |
| 2.3.2.3 | Emotion | 44 |
| 2.3.3 | Zusammenfassung und Vorstellung des integrativen Gesamtmodells der Interaktionszufriedenheit | 45 |
| 3 | Organisationspsychologischer Bezugsrahmen | 49 |
| 3.1 | Verhalten in der Organisation | 49 |
| 3.1.1 | Organisationspsychologische Begriffsdefinition | 50 |
| 3.1.2 | Relevante Betrachtungsgegenstände der Organisationspsychologie | 50 |
| 3.1.2.1 | Mitarbeiter..... | 52 |
| 3.1.2.2 | Führung | 54 |
| 3.1.2.3 | Organisation | 58 |
| 3.1.2.4 | Aufgabe | 62 |

| | | |
|-----------|--|-----|
| 3.2 | Prosoziales Organisationales Verhalten | 63 |
| 3.2.1 | Grundlegende Betrachtungen zum Prosozialem Organisationalen Verhalten | 64 |
| 3.2.1.1 | Prosoziales Verhalten als psychologisches Forschungsfeld | 65 |
| 3.2.1.2 | Prosoziales Organisationales Verhalten als organisationspsychologisches Forschungsfeld..... | 70 |
| 3.2.1.3 | Verwandte Begriffe und deren Abgrenzung..... | 73 |
| 3.2.1.3.1 | Organizational Citizenship Behavior | 74 |
| 3.2.1.3.2 | Umfeldbezogene Leistung | 75 |
| 3.2.1.3.3 | Begriffsabgrenzungen mit Bezug auf Prosoziales Organisationales Verhalten | 77 |
| 3.2.2 | Verhaltensdimensionen des Prosozialem Organisationalen Verhaltens | 80 |
| 3.2.2.1 | Vorstellung ausgewählter Verhaltensdimensionen | 80 |
| 3.2.2.2 | Verhaltensdimensionen des integrativen Ansatzes nach Coleman und Borman | 84 |
| 3.2.2.2.1 | Individuelle Unterstützung | 86 |
| 3.2.2.2.2 | Organisationale Unterstützung | 88 |
| 3.2.2.2.3 | Gewissenhafter Einsatz | 89 |
| 3.2.3 | Einflussgrößen auf Prosoziales Organisationales Verhalten | 91 |
| 3.2.3.1 | Mitarbeiterbezogene Einflussgrößen | 92 |
| 3.2.3.1.1 | Indirekte dispositionale Einflussgrößen | 93 |
| 3.2.3.1.2 | Direkte situativ-attitudinale Einflussgrößen.... | 96 |
| 3.2.3.2 | Führungsbezogene Einflussgrößen | 101 |
| 3.2.3.3 | Organisationsbezogene Einflussgrößen | 105 |
| 3.2.3.4 | Aufgabenbezogene Einflussgrößen | 108 |
| 3.2.3.5 | Zusammenfassung der Einflussgrößen | 110 |
| 3.2.4 | Folgen des Prosozialem Organisationalen Verhaltens..... | 112 |
| 3.2.4.1 | Folgen für die organisationale Effektivität | 113 |
| 3.2.4.2 | Folgen für die Leistungsbeurteilungen..... | 115 |

| | | |
|-----------|---|------------|
| 3.2.5 | Messung von Prosozialem Organisationalen Verhalten | 119 |
| 3.2.5.1 | Merkmalsorientierte Messmethoden des Prosozialem Organisationalen Verhaltens..... | 120 |
| 3.2.5.1.1 | Messung anhand von Fremdbeurteilung | 120 |
| 3.2.5.1.2 | Messung anhand von Selbstbeurteilung | 123 |
| 3.2.5.2 | Würdigung der bisherigen Messmethoden | 125 |
| 3.2.5.2.1 | Würdigung bezüglich der Beurteilungsquelle | 125 |
| 3.2.5.2.2 | Würdigung bezüglich der Beurteilungsebene..... | 128 |
| 3.2.5.2.3 | Würdigung bezüglich weiterer Beurteilungsfaktoren..... | 130 |
| 3.2.6 | Zusammenfassung der Erkenntnisse | 131 |
| 4 | Konzeptionalisierung von Prosozialem Dienstleisterverhalten im Kundenkontakt | 135 |
| 4.1 | Vorgehen im Überblick..... | 135 |
| 4.2 | Bisherige Forschung zum Prosozialem Organisationalen Verhalten von Kundenkontakt-Mitarbeitern..... | 136 |
| 4.2.1 | Gruppen bisheriger Forschung zum Prosozialem Organisationalen Verhalten von Kundenkontakt-Mitarbeitern | 138 |
| 4.2.1.1 | Forschung zum kundenspezifischen Prosozialem Organisationalen Verhalten..... | 138 |
| 4.2.1.2 | Forschung zum Prosozialem Organisationalen Verhalten und zum Effekt für den Kunden..... | 141 |
| 4.2.1.3 | Forschung zum kundenspezifischen Prosozialem Organisationalen Verhalten und zum Effekt für den Kunden | 143 |
| 4.2.2 | Zusammenfassung und Würdigung bisheriger Forschung | 146 |
| 4.2.2.1 | Zusammenfassung bisheriger Forschung..... | 146 |
| 4.2.2.2 | Kritische Würdigung bisheriger Forschung | 148 |

| | | |
|-----------|--|-----|
| 4.3 | Prosoziales Dienstleisterverhalten | 151 |
| 4.3.1 | Grundlagen zum Prosozialem Dienstleisterverhalten..... | 152 |
| 4.3.1.1 | Herleitung einer Arbeitsdefinition des Prosozialem Dienstleisterverhaltens | 152 |
| 4.3.1.2 | Abgrenzung zwischen Prosozialem Organisationalen Verhalten und Prosozialem Dienstleisterverhalten | 155 |
| 4.3.1.2.1 | Gemeinsamkeiten zwischen Prosozialem Organisationalen Verhalten und Prosozialem Dienstleisterverhalten..... | 155 |
| 4.3.1.2.2 | Unterschiede zwischen Prosozialem Organisationalen Verhalten und Prosozialem Dienstleisterverhalten..... | 157 |
| 4.3.2 | Übertragbarkeit von Verhaltensweisen des Prosozialem Organisationalen Verhaltens auf Prosoziales Dienstleisterverhalten..... | 160 |
| 4.3.2.1 | Übertragbarkeit der Dimension Individuelle Unterstützung | 161 |
| 4.3.2.2 | Übertragbarkeit der Dimension Organisationale Unterstützung | 162 |
| 4.3.2.3 | Übertragbarkeit der Dimension Gewissenhafter Einsatz | 163 |
| 4.3.3 | Relevanz des Prosozialem Dienstleisterverhaltens für die Interaktionszufriedenheit | 165 |
| 4.3.3.1 | Allgemeine Überlegungen zur Relevanz des Prosozialem Dienstleisterverhaltens für die Interaktionszufriedenheit..... | 165 |
| 4.3.3.2 | Relevanz des Prosozialem Dienstleisterverhaltens für das Leistungsergebnis..... | 170 |
| 4.3.3.3 | Relevanz des Prosozialem Dienstleisterverhaltens für die Bedürfnisbefriedigung..... | 171 |
| 4.3.3.4 | Attributions- und Emotionsbezogene Überlegungen zur Relevanz des Prosozialem Dienstleisterverhaltens . | 173 |

| | | |
|-----------|--|------------|
| 4.4 | Gesamtmodell des Prosozialen Dienstleisterverhaltens im Kundenkontakt | 176 |
| 4.4.1 | Vorstellung des Modells | 176 |
| 4.4.2 | Kritische Würdigung des Modells | 181 |
| 5 | Entwicklung eines Messansatzes und Empirische Untersuchung von Prosozialem Dienstleisterverhalten im Kundenkontakt..... | 187 |
| 5.1 | Vorgehen im Überblick..... | 187 |
| 5.2 | Anforderungen zur Bestimmung von Prosozialem Dienstleisterverhalten im Kundenkontakt..... | 189 |
| 5.2.1 | Anforderung 1: Beobachtbarkeit..... | 189 |
| 5.2.2 | Anforderung 2: Kundenperspektive | 190 |
| 5.2.3 | Anforderung 3: Ereignisbezug | 192 |
| 5.2.4 | Anforderung 4: Dienstleisterbezug | 193 |
| 5.2.5 | Anforderung 5: Zufriedenheitsgenerierung..... | 194 |
| 5.2.6 | Zusammenfassung der Anforderungen zur Bestimmung von Prosozialem Dienstleisterverhalten im Kundenkontakt..... | 195 |
| 5.3 | Entwicklung eines anforderungsbezogenen Ansatzes zur Messung von Prosozialem Dienstleisterverhalten im Kundenkontakt | 196 |
| 5.3.1 | Relevante Ansatzpunkte zur Entwicklung einer Messmethodik... 197 | |
| 5.3.1.1 | Kritische Ereignisse als Datengrundlage bei der Erhebung | 197 |
| 5.3.1.1.1 | Kritische Ereignisse als Primärquelle..... | 197 |
| 5.3.1.1.2 | Kundeninitiiertes Feedback als Sekundärquelle | 201 |
| 5.3.1.1.3 | Ereignisorientierte Mundkommunikation im Internet..... | 203 |
| 5.3.1.2 | Kategorisierende qualitative Inhaltsanalyse als Auswertungsansatz..... | 207 |

| | | |
|---------|--|-----|
| 5.3.2 | Critical Internet Feedback Technique (CIFT) als methodischer Ansatz | 209 |
| 5.3.2.1 | Vorstellung der Critical Internet Feedback Technique .. | 210 |
| 5.3.2.2 | Vergleich zwischen Critical Incident Technique und Critical Internet Feedback Technique | 213 |
| 5.3.2.3 | Kritische Würdigung der Critical Internet Feedback Technique im Hinblick auf die Erfassung Prosozialen Dienstleisterverhaltens | 215 |
| 5.4 | Empirische Untersuchung zur Messung des Prosozialen Dienstleisterverhaltens mit Hilfe der Critical Internet Feedback Technique | 218 |
| 5.4.1 | Untersuchungsziele und Branchenauswahl..... | 219 |
| 5.4.2 | Untersuchungsdesign..... | 220 |
| 5.4.2.1 | Erhebung der Daten | 220 |
| 5.4.2.2 | Stichprobenbeschreibung | 222 |
| 5.4.3 | Kategorisierende Analyse des Prosozialen Dienstleisterverhaltens..... | 224 |
| 5.4.4 | Vorstellung der Kategorisierung von Prosozialem Dienstleisterverhalten im Kundenkontakt | 227 |
| 5.4.4.1 | Hilfe durch Vertrautheit | 228 |
| 5.4.4.2 | Hilfe durch Entgegenkommen | 232 |
| 5.4.4.3 | Hilfe durch Verantwortung | 235 |
| 5.5 | Diskussion der gewonnenen Erkenntnisse mit Bezug auf die Untersuchungsziele | 238 |
| 5.5.1 | Erkenntnisse in Bezug auf die ermittelten Prosozialen Verhaltensweisen des Dienstleisters | 239 |
| 5.5.2 | Erkenntnisse in Bezug auf die Relevanz des Prosozialen Dienstleisterverhaltens für den Kunden..... | 244 |
| 5.5.2.1 | Relevanz für die Interaktionszufriedenheit des Kunden | 244 |
| 5.5.2.2 | Relevanz für das loyale Verhalten des Kunden | 247 |

| | | |
|----------|--|------------|
| 5.6 | Zusammenfassung der Erkenntnisse..... | 250 |
| 6 | Beeinflussung von Prosozialem Dienstleisterverhalten im Kundenkontakt..... | 252 |
| 6.1 | Vorgehen im Überblick..... | 252 |
| 6.2 | Diskussion zur Standardisierung von Prosozialem Dienstleisterverhalten | 253 |
| 6.3 | Motivationale Voraussetzungen für Prosoziales Dienstleisterverhalten im Kundenkontakt | 256 |
| 6.3.1 | Persönlicher Wunsch des Dienstleisters | 257 |
| 6.3.2 | Wahrgenommener Freiraum des Dienstleisters | 260 |
| 6.3.3 | Innere Verpflichtung des Dienstleisters | 261 |
| 6.4 | Maßnahmenfelder zur Prosozialen Kontextbildung in der Organisation..... | 263 |
| 6.4.1 | Maßnahmenfeld 1: Außenauftritt..... | 265 |
| 6.4.2 | Maßnahmenfeld 2: Rekrutierung | 267 |
| 6.4.3 | Maßnahmenfeld 3: Sozialisation | 273 |
| 6.4.4 | Maßnahmenfeld 4: Führung | 278 |
| 6.4.5 | Maßnahmenfeld 5: Training..... | 286 |
| 6.5 | Grenzen der Beeinflussung von Prosozialem Dienstleisterverhalten..... | 290 |
| 6.6 | Zusammenfassung der Erkenntnisse..... | 292 |
| 7 | Zusammenfassende Thesen | 295 |
| | Anhang..... | 305 |
| | Literaturverzeichnis..... | 315 |