

Inhaltsverzeichnis

1	Einführung	1
1.1	Ausgangslage und Problemstellung	1
1.2	Stand der Forschung	3
1.3	Forschungslücke	6
1.3.1	Theoretische Lücke	6
1.3.2	Praktische Lücke	7
1.4	Forschungsfrage und Abgrenzung der Arbeit	8
1.4.1	Erkenntnis- und Forschungsobjekt	8
1.4.2	Zielsetzung und forschungsleitende Fragestellung	8
1.4.3	Theoretische und empirische Beobachtungsgrenzen	9
1.5	Forschungsvorgehen und Struktur der Arbeit	10
1.5.1	Wissenschaftstheoretische Ausrichtung	10
1.5.2	Methodisches Vorgehen	12
1.5.3	Forschungsprozess und Aufbau der Arbeit	14
1.6	Zusammenfassung	16
2	Theoretisch-konzeptionelle Grundlagen	17
2.1	Begriffsabgrenzung	17
2.1.1	Dienstleistungsqualität und -marke	18
2.1.2	Massnahmen zur Kundensteuerung	19
2.1.3	Dienstleistungszwischenfall	24
2.1.4	Verhaltensabsichten	26
2.2	Straftheorien im Rechtssystem	30
2.2.1	Notwendigkeit, Sinn und Funktion des Strafrechts	30
2.2.2	Voraussetzungen für Bestrafung gemäss materiellem Strafrecht	31
2.2.3	Funktion der Strafe	31
2.2.4	Privatrecht und Strafe	34
2.2.5	Zusammenfassung	35
2.3	Wahrnehmungs- und Entscheidungsprozesse von Konsumenten	36
2.3.1	Basismodell zur Wahrnehmung	36
2.3.2	Fairness-Beurteilung	40
2.3.3	Attributionstheorie	43
2.3.4	Prospect Theory	44
2.3.5	Zusammenfassung	46
2.4	Strafen im Kontext zwischen Individuen und Organisationen	47
2.4.1	Theorie der Abschreckung und Sättigung	47
2.4.2	Individuen und Organisationen	48

2.4.3	Individuen in der Gruppe	50
2.4.4	Zusammenfassung	51
2.5	Verwandte Konstrukte	51
2.5.1	Erwartungs-Diskonfirmation	51
2.5.2	Kundenzufriedenheit	52
2.5.3	Emotionen bei der Dienstleistungsbegegnung	53
2.6	Provisorisches Wirkungsmodell	54
3	Bestrafung im Airline-Bereich	57
3.1	Grundzüge der Airline-Branche	57
3.1.1	Airline-Geschäftsmodelle	57
3.1.2	Airline-Servicekette	59
3.1.3	Marktsegmentierung nach Flugreisen	62
3.1.4	Kundensteuerung bei einer Flugreise	63
3.1.5	Kundenzufriedenheit und negative Verhaltensabsichten	66
3.1.6	Dienstleistungszwischenfälle auf Flugreisen	67
3.1.7	Wiedergutmachung nach Dienstleistungszwischenfall	68
3.2	Untersuchungsfokus der qualitativen Empirie	69
3.2.1	Untersuchungskontext	69
3.2.2	Erkenntnis- und Forschungsobjekt	70
3.2.3	Forschungsziel	70
3.2.4	Methodenauswahl	70
3.3	E-Mail-Umfrage bei Vielfliegern	71
3.3.1	Erkenntnis- und Forschungsobjekt	71
3.3.2	Forschungsziel	72
3.3.3	Datenerhebung und -auswertung	72
3.3.4	Forschungsergebnisse	72
3.4	Leitfadeninterview mit Experten	73
3.4.1	Erkenntnis- und Forschungsobjekt	73
3.4.2	Forschungsziel	74
3.4.3	Analytisches Raster zur Datenauswertung	74
3.4.4	Datenerhebung	74
3.4.5	Forschungsergebnisse	75
3.5	Beobachtung am Check-In	76
3.5.1	Erkenntnis- und Forschungsobjekt	77
3.5.2	Forschungsziel	77
3.5.3	Analytisches Raster zur Datenauswertung	77
3.5.4	Datenerhebung	78

3.5.5	Forschungsergebnisse	79
3.6	Inhaltsanalyse Airline-Buchungsprozess	80
3.6.1	Erkenntnis- und Forschungsobjekt	80
3.6.2	Forschungsziel	81
3.6.3	Analytisches Raster zur Datenauswertung	81
3.6.4	Datenerhebung	81
3.6.5	Forschungsergebnisse	81
3.7	Empirische Grenzen	82
3.8	Folgerung	83
4	Forschungsmodell und Untersuchungsfokus	85
4.1	Grundzüge der Modell- und Hypothesenbildung	85
4.1.1	Kausalität und Korrelation	85
4.1.2	Moderatorvariablen	86
4.1.3	Experimentelle Hypothesen	86
4.2	Forschungsmodell und Hypothesen	88
4.2.1	Variablenselektion	89
4.2.2	Inhaltlich-theoretische Hypothesen	89
4.3	Untersuchungsfokus der quantitativen Empirie	94
4.3.1	Untersuchungskontext	94
4.3.2	Methodenwahl	95
4.3.3	Erkenntnis- und Forschungsobjekt	96
4.3.4	Forschungsziel	97
4.4	Zusammenfassung	98
5	Empirisch-konzeptionelle Grundlagen	99
5.1	Grundzüge der Experimentalforschung	99
5.1.1	Validitätskriterien für Experimente	99
5.1.2	Web-unterstütztes Experiment	101
5.1.3	Experimentelle Versuchspläne	102
5.1.4	Reaktive Messeffekte	104
5.1.5	Exploration	104
5.1.6	Optimale Stichprobengrösse	105
5.2	Fragebogenentwicklung	108
5.2.1	Einführung	108
5.2.2	Operationalisierung der unabhängigen Variablen	109
5.2.3	Skalenkonfiguration	115
5.2.4	Fragebogenstruktur	119
5.2.5	Pretests	122

5.3	Datenerhebung	123
5.3.1	Flughafen-Umfrage	123
5.3.2	Online-Umfrage	125
5.4	Programme zur statistischen Auswertung	127
5.4.1	Flughafen-Umfrage	127
5.4.2	Online-Umfrage	127
5.5	Zusammenfassung	128
6	Forschungsergebnisse	129
6.1	Deskriptive Datenanalyse	129
6.1.1	Flughafen-Experiment	129
6.1.2	Online-Experiment	131
6.2	Vorgehen und Methoden der statistischen Datenanalyse	132
6.3	Hypothesentest Experiment I	135
6.3.1	Kundensteuerung und Fairness-Beurteilung (h1)	136
6.3.2	Kommunikation und Fairness-Beurteilung (h2)	138
6.3.3	Ticketpreis und Fairness-Beurteilung (h3)	139
6.3.4	Ex ante Image und Fairness-Beurteilung (h4)	141
6.3.5	Fairness-Beurteilung und affektive Reaktion (h5)	143
6.3.6	Emotionale Reaktion und Akzeptanzniveau (h6)	144
6.3.7	Akzeptanzniveau und negative Verhaltensabsichten (h7)	145
6.3.8	Demografische und abhängige Variablen (h_d)	148
6.4	Prüfung Forschungsmodell Experiment I	151
6.4.1	Korrelationen im Kundensteuerungskonzept	151
6.4.2	Interaktions-Hypothesen (h_i)	153
6.4.3	Adaption des Modells für Experiment II	154
6.4.4	Anpassung des Fragebogens für Online-Experiment	155
6.5	Hypothesentest Experiment II	156
6.5.1	Replizierte Hypothesen (h1, h2 und h7)	157
6.5.2	Geschäftsmodell und Fairness-Beurteilung (h8)	158
6.5.3	Akzeptanzniveau und ex post Image (h9)	159
6.5.4	Fairness-Beurteilung und Akzeptanzniveau (h10)	161
6.6	Empirische Grenzen	163
6.6.1	Empirisch bedingte Grenzen	163
6.6.2	Methodisch bedingte Grenzen	164
6.7	Überprüftes Forschungsmodell	166
7	Implikationen für Forschung und Praxis	169
7.1	Implikationen aus dem theoretischen Teil	170

7.1.1	Wahrnehmung der Bestrafungssituation	170
7.1.2	Verhaltensabsichten	172
7.2	Implikationen aus dem empirischen Teil	172
7.2.1	Einflussfaktoren auf Wahrnehmung und Verhaltensabsichten	173
7.2.2	Kundensteuerung in der Airline-Branche	174
7.2.3	Leistungskonformes Verhalten ohne Strafzwang	175
7.3	Implikationen für das Dienstleistungs- und Airline-Management	176
7.3.1	Dienstleistungsmanagement	176
7.3.2	Airline-Management	178
7.4	Kritische Würdigung der Untersuchungsergebnisse	186
7.4.1	Forschungsmodell	186
7.4.2	Methoden-Kombination	186
7.5	Weiterer Forschungsbedarf	187
A	Anhang	189
A.1	Theoretisch-konzeptionelle Grundlagen	189
A.2	Grundzüge der Empirie	190
A.2.1	Beobachtung	190
A.2.2	Experiment	191
A.2.3	Nebenhypothesen	191
A.3	Grundzüge der statistischen Datenanalyse	192
A.3.1	Korrelationen	192
A.3.2	Entscheidungsstatistische Verfahren	194
A.3.3	Varianzanalytische Verfahren in Wirkungsmodellen	197
A.3.4	Effektgrösse	199
A.4	Fragebogen	201
A.4.1	Fragebogen E-Mail-Umfrage	201
A.4.2	Fragebogen Experiment I	202
A.4.3	Fragebogen Experiment II	207
A.5	Forschungsergebnisse	208
A.5.1	Beobachtung am Check-In Flughafen Zürich	208
A.5.2	Inhaltsanalyse des Online-Buchungsprozesses von Airlines	209
A.5.3	Forschungsergebnisse Experiment I	210
A.5.4	Forschungsergebnisse Experiment II	212
A.6	Verzeichnis der Gesprächspartner	219
B	Literaturverzeichnis	221