

Literaturverzeichnis

Amasaka, K.:

New JIT, a New Principle for Management Technology, in: Machuca, J.A.D., Mandakovic, T. (eds.): POM Facing the New Millenium, Sevilla 2000.

Anderson, E. W.; Fornell, C.; Lehmann, D. R.:

Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability. Findings from Sweden, in: Journal of Marketing, Vol. 58, 1994, S. 53-66.

Anderson, E. W.; Fornell, C.; Rust, R. T.:

Customer Satisfaction, Productivity and Profitability. Differences between Goods and Services, in: Marketing Science, Vol. 16, No. 2, 1997, S. 129-145.

Anupindi, R.; Deshmukh, S. D.; Chopra, S.; Van Mieghem, J. A.; Zemel, E.:

Managing Business Process Flows. Prentice-Hall Inc., New Jersey u.a. 1999.

Anupindi, R.; Smythe, B. T.:

Call Centers and Rapid Technological Change. Kellogg Graduate School of Management, Northwestern University 1997.

ASQC:

American Customer Satisfaction Index, Hrsg. ASQC, University of Michigan School of Business Administration, Milwaukee 1994.

Backhaus, K.; Erichson, B.; Plinke, W.; Weiber, R.:

Multivariate Analysemethoden, 8. Auflage, Springer Verlag, Heidelberg / New York 1996.

Bamberg, G.; Bauer, F.:

Statistik, 11. Auflage, Oldenbourg Verlag, München 2001.

Bliemel, F. W.; Phillip, S.:

Gestaltung der Produktqualität aus Kundensicht, in: Wildemann, H. (Hrsg.): Controlling im TQM, Berlin u.a. 1996, S. 65-98.

Bock, D. B.; Patterson, J. H.:

A Comparison of Due Date Setting, Ressource Assignment, and Job Preemption Heuristics for the Multiproject Scheduling Problem, in: Decision Science, Vol. 21, No. 2, 1990, S. 387-402.

Breyer, M.:

Analyse des Nachkaufverhaltens als Folge der Zufriedenheit mit Finanzdienstleistungen, Lang Verlag, Frankfurt am Main u.a. 1998.

Bruhn, M.:

Qualitätsmanagement für Dienstleistungen, Springer Verlag, Berlin u.a. 1997.

Bruhn, M.:

Messung von Kundenzufriedenheit im Rahmen Nationaler Kundenbarometer, in: Töpfer, A. (Hrsg.): Kundenzufriedenheit messen und steigern, 2. Auflage, Luchterhand Verlag, Neuwied 1999, S. 385-407.

Bruhn, M.; Georgi, D.; Treyer, M.; Leumann, S.:

Wertorientiertes Relationship Marketing: Vom Kundenwert zum Customer Lifetime Value, in: Die Unternehmung, 54. Jg., Heft 3, 2000, S. 167-187.

Bruhn, M.; Murmann, B.:

Nationale Kundenbarometer: Messung von Qualität und Zufriedenheit, Wiesbaden 1998.

Call Center-Benchmarking-Studie:

Call Center - Markt Deutschland 98 im internationalen Vergleich. <http://www.rrz.uni-hamburg.de/fb03-ibl/ccbms.htm>, Stand vom 26.09.2000.

Chakrapani, C.:

How to Measure Service Quality & Customer Satisfaction, American Marketing Association, Chicago 1998.

Davenport, T. H.:

Process Innovation – Reengineering Work Through Information Technology, Harvard Business School Press, Boston, Massachusetts 1993.

Dichtl, E.; Müller, S.:

Anspruchsinflation und Nivellierungstendenz als messtechnische Probleme in der Absatzforschung, in: Marketing ZFP, Nr. 4, 1986, S. 233-236.

Dornach, F.; Meyer, A.:

Das Deutsche Kundenbarometer - Aktuelle Benchmarks für Qualität und Zufriedenheit - Teil 1: Grundlagen, in: Qualität und Zuverlässigkeit (QZ) 40, H. 12, 1995, S. 1385-1390.

Dornach, F.; Meyer, A.:

Das Deutsche Kundenbarometer - Ein objektives Meßinstrument für kundenorientiertes Qualitätsmanagement, in: Qualität und Zuverlässigkeit (QZ) 42, H. 1, 1997, S. 49-56.

Dornach, F.; Meyer, A.:

Das Deutsche Kundenbarometer - Strategischen Wettbewerbsvorteil durch nachhaltige Kundenorientierung erzielen, in: Qualität und Zuverlässigkeit (QZ) 43, H. 4, 1998, S. 389-396.

Dornach, F.; Meyer, A.:

Hochdruckgebiet Kundenzufriedenheit - Deutsches Kundenbarometer 1998 liefert Branchenvergleiche, in: Qualität und Zuverlässigkeit (QZ) 44, H. 4, 1999, S. 426-434.

Enns, S. T.:

Analysis of a process improvement path using rapid modelling. in: Total Quality Management. Vol. 7, No. 3, 1996, S. 283-291.

Finkeisen, A.:

Softwareunterstützung im Prozeßmanagement, in: Horváth & Partner (Hrsg.). Qualitätscontrolling: Ein Leitfaden zur betrieblichen Navigation auf dem Weg zum Total Quality Management, Schäffer-Poeschel, Stuttgart 1997, S. 221-246.

Fisher, M.L.:

What is the Right Supply Chain for your Product?, Harvard Business Review, March-April 1997, S. 105-116.

Fornell, C.:

A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience, in: Journal of Marketing, Vol. 56, January 1992, S. 6-21.

Fornell, C.; Johnson, M. D.; Anderson, E. W.; Cha, J.; Bryant, B. E.:
The American Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose, and Findings, in: Journal of Marketing, Vol. 60, October 1996, S. 7-18.

Fromm, H.:
Management von Zeit und Variabilität in Geschäftsprozessen, in: CIM Management, Heft 5, 1992, S. 7-14.

Gaitanides, M.; Scholz, R.; Vrohling, A.; Raster, M.:
Prozessmanagement: Konzepte, Umsetzungen und Erfahrungen des Reengineering, Carl Hanser Verlag, München u.a. 1994.

Gale, B. T.:
Managing customer value: creating quality and service that customers can see, Free Press, New York u.a. 1994.

Gelders, L.; Mannaerts, P.; Maes, J.:
Manufacturing strategy, performance indicators and improvement programs, in: International Journal of Production Research, Vol. 32, No. 4, 1994, S. 797-805.

Ghalayini, A.M.; Noble, J.S.; Crowe, T.J.:
An integrated dynamic performance measurement system for improving manufacturing competitiveness. In: International Journal of Production Economics 48, 1997, S. 207-225.

Glymour, C.; Spirtes, P.; Scheines, R.:
In Place of Regression, in: Patrick Suppes, Scientific Philosopher, Vol. 1, P. Humphries (ed.), S. 339-365.

Hammann, P.; Erichson, B.:
Einstellungsmessung und Präferenzforschung, in: Marktforschung, 3. Auflage, 1994.

Haupt, R.:
Industriebetriebslehre, Gabler Verlag, Wiesbaden 2000.

Hill, T.:
Manufacturing Strategy, Second Ed., MacMillan, Basingstoke 1993.

Hinterhuber, H. H.; Handlbauer, G.; Matzler, K.:

Kundenzufriedenheit durch Kernkompetenzen, München, Wien 1997.

Homburg, C.:

Ein Messsystem für Kundenzufriedenheit, in: Absatzwirtschaft, Nr. 11, 1996, S. 92-100.

Homburg, C.; Rudolph, B.:

Theoretische Perspektiven zur Kundenzufriedenheit, in: Simon, H.; Homburg, C. (Hrsg.): Kundenzufriedenheit, Gabler Verlag, Wiesbaden 1995a, S. 31-49.

Homburg, C.; Rudolph, B.:

Wie zufrieden sind Ihre Kunden tatsächlich?, in: Harvard Business Manager, Nr. 1, 1995b, S. 43-50.

Homburg, C.; Rudolph, B.; Werner, H.:

Messung und Management von Kundenzufriedenheit in Industriegüterunternehmen; in: Simon, H.; Homburg, C. (Hrsg.): Kundenzufriedenheit, Gabler Verlag, Wiesbaden 1995, S. 313-340.

Homburg, C.; Werner, H.:

Kundenorientierung mit System, Campus Verlag, Frankfurt, New York 1998.

Hopp, W. J.; Spearman, M. L.:

Factory Physics - Foundations of Manufacturing Management, Irwin Inc., Chicago u.a. 1996.

Imai, M.:

Kaizen: the key to Japan's competitive success, Random House, New York 1986.

Ittner, C.D.:

An Examination of the Indirect Productivity Gains from Quality Improvements, Production and Operations Management 3, 1994, S. 153-170.

Ittner, C. D.; Larcker, D. F.:

Measuring the Impact of Quality Initiatives on Firm Financial Performance, in: Fedor, D. B.; Ghosh, S. (Hrsg.): Advances in the Management of Organizational Quality, Volume 1, JAI Press, Greenwich 1996, S. 1-37.

Jammernegg, W.; Kischka, P.:

Supply Chain Contracting and Customer Satisfaction: a Conceptual Framework, Proceedings of POM 2000, Sevilla 2000.

Jammernegg, W.; Reiner, G.:

Customer satisfaction-oriented Evaluation of Quality (Process) Improvements, Total Quality Management 8, 1997, S. 191–194.

Jammernegg, W.; Reiner, G.:

Evaluation of Continuous Business Process Improvements by using Performance Measurement Models. in: Boer, H., Gieskes, J. (Hrsg.). Proceedings of the 2nd European Conference on Continuous Improvement - from idea to reality. Enschede 1998, S. 188-197.

Jammernegg, W., Kischka, P., Reiner, G., Boettcher, A.:

Customer Satisfaction and Business Process Evaluation, in: Bartezzaghi et al. (Hrsg.): Managing Operations Networks, EUROMA Conference, Venedig 1999, S. 813-820.

Johnson, M. D.:

Achieving Customer Satisfaction, Loyalty, and Retention Through Strategic Alignment, in: Johnson, M. D. et al. (Hrsg.): Customer Retention in the Automotive Industry - Quality, Satisfaction and Loyalty, Wiesbaden 1997, S. 117-140.

Jung, H.:

Grundlagen zur Messung der Kundenzufriedenheit, in: Simon, H.; Homburg Ch. (Hrsg.): Kundenzufriedenheit: Konzepte - Methoden - Erfahrungen, Wiesbaden 1995, S. 139-159.

Kaplan, R. S.; Norton, D. P.:

Balanced Scorecard, Übersetzung aus dem Englischen: Horváth, P. et al., Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart 1997.

Kelton, W. D., Sadowski, R. P., Sadowski, D. A.:

Simulation with Arena, McGraw-Hill, Boston u.a. 1998.

Kischka, P.:

Graphentheoretische Modelle in der Statistik, in: Voß, W. (Hrsg.): Taschenbuch der Statistik, Leipzig 2000.

Krafft, M.:

Der Kunde im Fokus: Kundennähe, Kundenzufriedenheit, Kundenbindung – und Kundenwert?, in: Die Betriebswirtschaft, Bd. 59, Nr. 4, 1999, S. 511-530.

Kreuz, W.:

Transforming the Enterprise, in: Nippa, M., Picot A. (Hrsg.): Prozeßmanagement und Reengineering, Campus Verlag, Frankfurt/Main 1995, S. 93 -107.

Lowenstein, M. W.:

Customer Retention – An Integrated Process for Keeping Your Best Customers, Quality Press, Milwaukee 1995.

Magidson, J.:

SPSS for Windows CHAID Release 6.0, SPSS Inc. 1993.

Meyer, A.; Dornach, F.:

Das deutsche Kundenbarometer - Qualität und Zufriedenheit, in: Simon, H.; Homburg, Ch. (Hrsg.): Kundenzufriedenheit: Konzepte - Methoden - Erfahrungen, Wiesbaden 1995, S. 161-178.

Meyr, H.; Rohde, J.; Stadler, H.; Sürrie, Ch.:

Supply Chain Analysis, in: Stadler, H., Kilger, C. (eds.). Supply Chain Management and Advanced Planning, Springer, Berlin 2000, S. 29-56.

Müller, S.:

Kundenbefragung: ein Mittel zur Selbsttäuschung?, in: Bank und Markt, Nr. 12, 1995, S. 16-20.

Müller, W.; Riesenbeck, H.-J.:

Wie aus zufriedenen auch anhängliche Kunden werden, in: Harvard Manager, 13. Jg., Nr. 3, 1991, S. 67-79.

Naumann, E.:

Creating customer value: the path to sustainable competitive advantage, Thomson Executive Press, Boise 1994.

Nowak, L.I.; Washburn, J.H.:

Antecedents to client satisfaction in business services, in: The Journal of Services Marketing, 12. Jg., Nr. 6, 1998, S. 441-452.

Oliver, R. L.:

Satisfaction. A behavioral perspective on the consumer, Boston u.a. 1996.

Porter, M. E.:

Wettbewerbsstrategie: Methoden und Analysen von Branchen u. Konkurrenten = (Competitive strategy), Übersetzung aus dem Englischen: Brandt, V.; Schwoerer, T. C., Frankfurt u.a. 1992.

Reichwald, R.; Höfer, C.; Weichselbaumer, J.:

Erfolg von Reorganisationsprozessen, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart 1996.

Rittersberger, P.:

Kundenzufriedenheitsmanagement bei Federal Express, in: Töpfer, A. (Hrsg.): Kundenzufriedenheit messen und steigern, 2. Auflage, Luchterhand Verlag, Neuwied 1999, S. 181-196.

Schütze, R.:

Kundenzufriedenheit: After-Sales Marketing auf industriellen Märkten, Wiesbaden 1992.

Sebastian, K.-H.; Paffrath, R.; Lauszus, D.; Runneboom, T.:

Messung von Kundenzufriedenheit bei industriellen Dienstleistungen, in: Simon, H.; Homburg, C. (Hrsg.): Kundenzufriedenheit, Gabler Verlag, Wiesbaden 1995, S. 341-365.

Siefke, A.:

Zufriedenheit mit Dienstleistungen, Lang Verlag, Frankfurt am Main 1998.

Silver, E.A.; Pyke, D.F.; Peterson, R.:

Inventory Management and Production Planning and Scheduling, Third Ed., Wiley, New York 1998.

Singhal, V.; Hendricks, K.; Schnauber, P.:

Mit Geduld zum Erfolg: US-Studie untersucht wirtschaftliche Entwicklung TQM-geführter Unternehmen, in: Qualität und Zuverlässigkeit 45/12, 2000, S. 1537-1540.

- Spirtes, P.; Glymour, C.; Scheines, R.:*
Causation, Prediction and Search, Springer Lecture Notes in Statistics, 1993.
- Stauss, B.:*
Kundenzufriedenheit, in: Marketing ZFP, Nr. 1, 1999, S. 5-24.
- Stauss, B.; Seidel W.:*
Beschwerdemanagement, München u.a. 1996.
- Tempelmeier, H.:*
Simulation mit SIMAN - Ein praktischer Leitfaden zur Modellentwicklung und Programmierung, Physica-Verlag, Heidelberg 1991.
- Tempelmeier, H.; Kuhn, H.:*
Flexible Fertigungssysteme: Entscheidungsunterstützung für Konfiguration und Betrieb, Berlin 1991.
- Töpfer, A.; Mann, A.:*
Kundenzufriedenheit als Meßlatte für den Erfolg, in: Töpfer, A. (Hrsg.): Kundenzufriedenheit messen und steigern, Neuwied, Kriftel 1999, S. 59-110.
- Völkner, P.; Werners, B.:*
Theory and Methodology - A decision support system for business process planning. in: European Journal of Operational Research, 125, 2000, S. 633-647.
- Weber, J.; Dehler, M.:*
Wunsch und Wirklichkeit, in: Logistik Heute 12/99, 1999, S. 34-41.
- Westbrook, Robert A.:*
A Rating Scale for Measuring Product/Service Satisfaction, in: Journal of Marketing, Vol. 44, 1980, S. 68-72.
- Winkler, M.; Wolf, R.:*
Prozessmanagement Stufe 1: Prozesse identifizieren und dokumentieren, in: Horváth & Partner (Hrsg.): Qualitätscontrolling: Ein Leitfaden zur betrieblichen Navigation auf dem Weg zum Total Quality Management, Schäffer-Poeschel, Stuttgart 1997, S. 152-172.

WK:

Statistisches Jahrbuch 1995, Hrsg. Wirtschaftskammer Österreich (WK), Abt. für Statistik, Wien 1996.

Wolter, O.:

Prozessmanagement Stufe 3: Prozesse verbessern, in: Horvath & Partner (Hrsg.): Qualitätscontrolling, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart 1997, S. 198-220.

Zacharias, R.:

Was ist dem Kunden wichtig?; in: Absatzwirtschaft, Nr.6, 1998, S. 102-105.

Zäpfel, G.:

Strategisches Produktionsmanagement, 2. Auflage, Oldenbourg, München 2000.

Zimmermann, J.:

Investitionsbewertung mit Real Options - Ein mehrstufiges Verfahren für flexible automatisierte Fertigungssysteme, Servicefachverlag, Wien 1998.

Autorenverzeichnis

Dr. Simone **Dahnke**

Friedrich-Schiller-Universität Jena
Lehrstuhl für Wirtschafts- und Sozialstatistik
email: S.Dahnke@wiwi.uni-jena.de

Dipl.-Kfm. Sebastian **Hufnagl**

Friedrich-Schiller-Universität Jena
Lehrstuhl für Wirtschafts- und Sozialstatistik
email: S.Hufnagl@wiwi.uni-jena.de

Prof. Dr. Werner **Jammernegg**

Wirtschaftsuniversität Wien
Abt. für Produktionsmanagement
Pappenheimgasse 35/5
A - 1200 Wien
email: Werner.Jammernegg@wu-wien.ac.at

Prof. Dr. Peter **Kischka**

Friedrich-Schiller-Universität Jena
Lehrstuhl für Wirtschafts- und Sozialstatistik
Carl-Zeiß-Str. 3
D - 07743 Jena
email: P.Kischka@wiwi.uni-jena.de

Dipl.-Kfm. Thomas **Lehmann**

Friedrich-Schiller-Universität Jena
Lehrstuhl für Wirtschafts- und Sozialstatistik
email: T.Lehmann@wiwi.uni-jena.de

Mag. Michael **Novak**

Wirtschaftsuniversität Wien
Abt. für Produktionsmanagement
email: Michael.Novak@wu-wien.ac.at

Mag. Gerald **Reiner**

Wirtschaftsuniversität Wien
Abt. für Produktionsmanagement
email: Gerald.Reiner@wu-wien.ac.at

Stichwortverzeichnis

- Abhängigkeitsanalyse 28
 - graphische Modellierung 87
 - theoretische Aspekte 88
 - Umsetzung 163
- Absolutgewichtung 72, 74
- Ankerpunktverfahren 74ff., 144, 234f.
- Anspruchsinflation 24, 27, 54, 72, 233ff.
- ARENA-Software 118, 245

- Balanced Scorecard 19, 92
- Bedeutung der Geschäftsprozesse 12, 24, 27
- Befragung 55, 57, 59, 128, 154, 216
- Befragungsergebnis 189
- Beschwerdemanagement 52
- Business Process Reengineering 67, 69

- Call Center 190
 - Aufgaben 190
 - Auslastung 197
 - Benchmarking 190
- CHAID-Analyse
 - Algorithmus 77
 - Umsetzung 161
- Confirmation/Disconfirmation-Paradigma 10, 35
- Conjoint-Analyse 12, 58

- Datenerhebung 50, 55, 57
- Designvalidierung 198
- Durchlaufzeit 29, 102, 115, 197, 244
 - Bestandteile 168
 - Reduzierung 173, 205
 - Variabilität 115, 117, 244

- Entscheidungsbaum 78, 161
- Erhebungen, Verfahrensvergleich 233

- Finanzkennzahlen 99
- Fragebogen 24, 127, 148f., 216
 - Konzeption 181

- Gesamtzufriedenheit 38, 55, 57, 70
 - deskriptive Auswertung 131, 154f.
 - Zusammenfassung von Einzelurteilen 228

- Geschäftsprozess 15, 59, 126
 - Definition 64
 - Verbesserung 85, 167
- Gesetz von Little 20, 102

- Hebelwirkungsprozesse 64
- Herstellungskosten 101

- Internetlösung 206
- Intervall-Skala 76

- Kano Modell 36
- Kennzahlenhierarchie 107
- Kennzahlensystem 91f., 106, 116
- Kennzahlenvergleich 198
- Konstantsummenverfahren 24, 57, 59, 72, 80, 131, 181, 233f.
- kontinuierlicher Verbesserungsprozess (KVP) 67
- Kundenanforderungen 23f., 38, 57, 67, 138, 184f.
 - Einfluss auf Kundenzufriedenheit 224
 - endogene Ermittlung 58, 76
 - exogene Ermittlung 72
- Kundenbarometer 40
 - Amerikanisches (ACSI) 42
 - Schwedisches (SCSB) 40
- Kundenerwartungen 35, 38
- Kundenloyalität 40, 44
- Kundennutzen
 - Erhöhung 200
- Kundenstamm 200
- Kundenwert 13
- Kundenwünsche 196
- Kundenzufriedenheit 11, 23, 34, 38, 105, 127, 182, 185
- Kundenzufriedenheitsindex 40
- Kundenzufriedenheitsmessung 11, 23, 50, 70, 148
 - Ereignisorientierte Methode 53
 - objektive Verfahren 50
 - Qualitative Methoden 51
 - Quantitative Methoden 52
 - subjektive Verfahren 50

Leistungskennzahlen 19, 105

Marktanteil 46

Median 26

Verwendung 80

Messansatz

kundenorientiert 50

unternehmensorientiert 50

Motivationsrückgang 199

MPX-Software 118, 168ff., 245

Normstrategien 185

Opportunistische Prozesse 64

Order Winner 17, 105, 239

PDCA-Zyklus 68

Plausibilitätsprüfungen 205

ProcessModel-Software 119

Produktivität 199

Prozesse

zu verbessernde 187

Prozessmanagement 16, 29

Prozessmodellierung 109

Prozessportfolio 66

Prozessstrategie 18

Prozessverbesserung 20, 29

Prozessverbesserungsmatrix 26, 71, 132,
135, 157ff., 185, 221, 240

Auswertung 186

Idealbereich 86

Integration von Kundenanforderungen
80

Strategische Aspekte 84

Qualifying Criteria 17, 106, 239

Quartil 26

Verwendung 80

Rating-Skala 12, 52, 55, 72f., 83, 234

Reengineering 28

Regelkreis 22, 124

Regressionsanalyse 57, 90

Relativgewichtung 72f., 234f.

Ressourcen 67, 85

Ressourcenallokation

optimale 186

Return On Investment (ROI) 48, 100

Rücklaufquote 129

Schlüsselprozess 25, 239

Bewertung 91

Definition 64

Identifizierung 85, 87, 132, 158

Schwachstellenanalyse 70, 156, 187,
221, 242

SCOR-Modell 8, 19

Simulation 168, 197

Simulationsmodell 109, 112

Skalentransformation 72, 74, 131

Stoßzeiten 196

Supply Chain Management 99, 247

Teilprozess 103

Tetrad 87f., 90

Total Quality Management 8, 17, 64,
99f.

t-Test 229

Umlaufvermögen 100

Umschlagshäufigkeit 101

Umskalierungsverfahren 73, 131

Unabhängigkeit der Antworten 180

Unterstützende Prozesse 65

Ursachen-Wirkungsanalyse 116, 245

Validierung 197

Varianzanalyse 225

Verbesserungsmaßnahmen 135, 168

Verbesserungspotentiale 70, 208

Vorgangsmo­dell 21, 108

Wichtigkeit von Geschäftsprozessen 72

direkte Bestimmung 57, 72

indirekte Bestimmung 58, 76, 163

Vergleich von indirekter und direkter
Ermittlung 230

Wiederholungsbefragung 180

Zentralitätseffekt 155