

Dienstleistungserlebnisse als Erfolgsfaktor in Kino- und Unterhaltungszentren

Bearbeitet von
Dr. Elisabeth Laas

1. Auflage 2013 2012. Taschenbuch. xxii, 277 S. Paperback
ISBN 978 3 8349 4489 4
Format (B x L): 14,8 x 21 cm
Gewicht: 390 g

[Wirtschaft > Medien-, Informations und Kommunikationswirtschaft > Filmindustrie](#)

schnell und portofrei erhältlich bei

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	XV
Tabellenverzeichnis.....	XVII
Abkürzungsverzeichnis	XXI
1 Einführung in die Problemstellung.....	1
1.1 Erlebnisorientierte Gestaltung des Dienstleistungsumfeldes als Basis für den Unternehmenserfolg.....	2
1.2 Zielsetzung und Forschungsfragen	8
1.3 Gang der Untersuchung	9
2 Grundlagen der Untersuchung.....	11
2.1 Begriffliche Grundlagen der Untersuchung.....	11
2.1.1 Zum Verständnis des Erlebnisbegriffes.....	11
2.1.2 Dienstleistungstheoretische Grundlagen	14
2.1.2.1 Charakteristika von Dienstleistungen	14
2.1.2.2 Die Erweiterung des Marketing-Mix.....	17
2.1.2.3 Charakteristika von Kino- und Unterhaltungcenter	19
2.1.3 Zum Begriffsverständnis des Servicescapes	19
2.2 Bestandsaufnahme von Arbeiten zur Erklärung der Wirkung der räumlichen Umgebung auf das Konsumentenverhalten	23
2.2.1 Auswahl der relevanten Forschungsarbeiten.....	25
2.2.1.1 Studien zum Einfluss der räumlichen Umgebung von Kaufprozessen	25
2.2.1.2 Studien zum Einfluss von Einzelaspekten der Umwelt.....	40
2.2.2 Analyse und Bewertung der Forschungsarbeiten	50
2.3 Theoretische Grundlagen der Untersuchung	54
2.3.1 Umweltpsychologische Ansätze.....	55
2.3.1.1 Kognitiver Ansatz der Umweltpsychologie.....	56
2.3.1.2 Emotionspsychologischer Ansatz der Umweltpsychologie	57
2.3.2 Sozialpsychologische Ansätze.....	62
2.3.2.1 Social Facilitation Theorie.....	63
2.3.2.2 Soziale Austauschtheorie.....	64

2.3.2.3 Theorie des Symbolischen Interaktionismus	65
3 Entwicklung des Untersuchungsmodells	67
3.1 Modellierung der Konstrukte des Untersuchungsmodells.....	67
3.1.1 Modellierung des Dienstleistungsumfeldes	68
3.1.2 Modellierung der kognitiven und emotionalen Prozesse	72
3.1.3 Modellierung der Sozialen Interaktion	77
3.1.4 Modellierung der Reaktionsvariable	79
3.2 Das Untersuchungsmodell im Überblick	81
3.3 Darstellung der Hypothesen im Untersuchungsmodell	83
3.3.1 Hypothesen zu den Haupteffekten.....	85
3.3.2 Hypothesen zu den moderierenden Effekten.....	88
4 Methodische Konzeption der empirischen Untersuchung.....	94
4.1 Vorüberlegungen zur Operationalisierung.....	94
4.1.1 Latente und manifeste Variablen	94
4.1.2 Spezifikation von Konstrukten	95
4.1.2.1 Formative Messmodelle.....	95
4.1.2.2 Reflektive Messmodelle	96
4.2 Operationalisierung der Konstrukte.....	98
4.2.1 Operationalisierung der latenten exogenen Variablen	101
4.2.2 Operationalisierung der latenten endogenen Variablen	105
4.2.3 Operationalisierung der moderierenden Variablen	108
4.3 Datenerhebung und Datengrundlage.....	110
4.3.1 Pretests zur Validierung der Operationalisierungen.....	110
4.3.1.1 Qualitatives Pretesting	110
4.3.1.2 Quantitatives Pretesting	111
4.3.2 Hauptuntersuchung	111
4.3.2.1 Design der empirischen Hauptuntersuchung	111
4.3.2.2 Typ und Größe der Stichprobe.....	113
4.3.2.3 Datenerhebung	115
4.3.2.4 Angaben zur Stichprobe.....	117
4.4 Zur Methodik der Strukturgleichungsanalyse.....	119

4.4.1	Methoden zur Prüfung der Reliabilität und Validität.....	122
4.4.1.1	Gütekriterien der ersten Generation.....	123
4.4.1.2	Gütekriterien der zweiten Generation.....	128
4.4.2	Methode der Strukturgleichungsmodellierung	137
4.4.2.1	Die Kausalanalyse zur Schätzung kovarianzbasierter Strukturgleichungsmodelle.....	137
4.4.2.2	Die Mehrgruppen-Kausalanalyse zur Untersuchung von moderierenden Effekten	144
5	Ergebnisse der empirischen Untersuchung.....	154
5.1	Aufbereitung und Überprüfung des Datensatzes	154
5.1.1	Analyse und Behandlung fehlender Werte	155
5.1.2	Analyse von Ausreißern	155
5.1.3	Prüfung auf Multinormalverteilung des Datensatzes	156
5.2	Gütebeurteilung der Konstruktmeßungen.....	159
5.2.1	Beurteilung der Messinstrumente der latenten exogenen Variablen.....	160
5.2.2	Beurteilung der Messinstrumente der Moderatorvariablen.....	170
5.2.3	Beurteilung der Messinstrumente der latenten endogenen Variablen.....	172
5.3	Ergebnisse der Hypothesenprüfung zu den direkten und indirekten Effekten.....	180
5.3.1	Gütebeurteilung der Parameter mittels statistischer Kriterien.....	182
5.3.2	Schätzung der Parameter und Interpretation	184
5.4	Ergebnisse der Hypothesenprüfung zu den moderierenden Effekten.....	192
5.4.1	Prüfung von gruppenübergreifender Messäquivalenz.....	194
5.4.2	Prüfung der Kausalmodelle und Interpretation	197
6	Zusammenfassende Bewertung der Arbeit	205
6.1	Wissenschaftliche Bewertung und Forschungsausblick	206
6.2	Implikationen für die Unternehmenspraxis	209
7	Anhang	221
8	Literaturverzeichnis	247