

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

„Service Recovery Experiences and the Reformulation of Buyer-Seller Relationships:
An Empirical Investigation“

Verfasserin

Barbara Bichler

Angestrebter akademischer Grad

Magistra der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften
(Mag. rer. soc. oec.)

Wien, im Juni 2011

Studienkennzahl lt. Studienblatt:
Studienrichtung lt. Studienblatt:
Betreuer:

157
Internationale Betriebswirtschaft
Univ.-Prof. DDr. Adamantios Diamantopoulos

Für meine Eltern

Acknowledgments

There are several people that I would like to thank for their support in order to prepare and complete this thesis. First of all, I would like to thank Univ.-Prof. DDr. Adamantios Diamantopoulos for allowing me to write this thesis at the Chair of International Marketing, for drawing my attention to this topic and for his patient support.

Special thanks go to Prof. Klaus Schöfer who always supported me during writing this thesis by providing valuable comments and who reviewed this thesis with great patience.

I would also like to thank the employees of the various companies for granting me to conduct the interviews with them although their time is limited and their work life is demanding and busy.

Finally, I would especially like to thank my parents for supporting me in every respect both financially and emotionally, not only with regard to this thesis but also in terms of the course of my studies over the years.

Ich versichere,

1. dass ich die Diplomarbeit selbstständig verfasst, andere als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel nicht benutzt und mich auch sonst keiner unerlaubten Hilfe bedient habe,
2. dass ich diese Diplomarbeit bisher weder im In- oder Ausland in irgendeiner Form als Prüfungsarbeit vorgelegt habe,
3. dass diese Diplomarbeit mit der vom Begutachter beurteilten Arbeit übereinstimmt.

Datum

Unterschrift

Table of Contents

1	Introduction.....	1
1.1	Research Background	3
1.2	Definition of Key Terms.....	7
1.2.1	Service Failure.....	7
1.2.2	Service Recovery.....	7
1.2.3	Complaint/Complaint Handling.....	7
1.2.4	Relationship Reformulation	8
1.3	The Service Encounter	8
1.4	Social Psychology Background.....	10
2	Literature Review	16
2.1	Literature on Emotions	16
2.2	Literature on Service Failure and Recovery Experiences.....	25
2.3	Rationale for the Present Study and Research Gaps.....	40
2.4	Research Objectives and Research Questions.....	45
3	Study 1	47
3.1	Methodology	47
3.1.1	The Critical Incident Technique (CIT).....	49
3.1.2	The Role of Phenomenology	51
3.2	The Interview Schedule.....	52
3.3	Sampling.....	54
3.4	Data Analysis.....	59
3.5	Discussion	61
3.5.1	Strengthening of Relationship.....	62
3.5.2	Neutral/Unchanged Relationship Outcome	66
3.5.3	Weakening of Relationship.....	70
3.5.4	Breakup of Relationship.....	73
4	Study 2	77
4.1	Methodology	77
4.2	Measurement.....	78
4.3	Sampling.....	79
4.4	Results.....	79
4.5	Discussion	86
5	General Discussion/Summary.....	91

6	Conclusion.....	95
6.1	Theoretical and Managerial Implications.....	95
6.2	Limitations of the Study	101
6.3	Further Research	103
	References	105
	Appendix	121
	Appendix A: Abstract.....	121
	Appendix B: Zusammenfassung	124
	Appendix C: Interview Schedule	127
	Appendix D: Classification of Enterprises.....	129
	Appendix E: Transcripts	130
	Appendix F: Data Analysis Output	328
	Appendix F 1: Results of Crosstabulations.....	328
	Appendix F 2: Results of Multivariate Analysis of Variance or MANOVA (Multivariate Tests).	339
	Appendix F 3: Results of Univariate Analysis of Variance or ANOVA.....	339
	Appendix F 4: Results of Multiple Discriminant Analysis (Summary of Canonical Discriminant Functions).	366
	Curriculum Vitae	370

Index of Figures

Figure 1: Link between Marketing and Social Psychology.....	10
Figure 2: Watson and Tellegen's Two-Factor Structure of Affect.....	18
Figure 3: A Service Recovery Framework.	27
Figure 4: Postcomplaint Customer Behavior Responses Model.	39
Figure 5: Customer Satisfaction in Austria 2009.....	40
Figure 6: Complaint Rates in Austria 2009.	41
Figure 7: Gender of Respondents.	56
Figure 8: Age of Respondents.	57
Figure 9: Education of Respondents.....	57
Figure 10: Respondents' Position in the Company Including the Factor Size of Enterprise.	59

Index of Tables

Table 1: Empirically Calculated Frequencies of Different Customer Responses to Dissatisfaction.	42
Table 2: Empirically Calculated Frequencies of Different Customer Responses to Complaint Handling.	43
Table 3: Number of Observations for Relationship Outcome by Emotion.....	80
Table 4: Emotion Means by Relationship Outcome and Univariate ANOVAs.....	82
Table 5: Key Emotions Associated with Relational Outcomes.	84
Table 6: Multiple Discriminant Analysis Results: Relational Outcomes in Service Recovery as a Function of Emotions.....	85
Table 7: Classification Accuracy of Relational Outcomes in Service Recovery.....	85
Table 8: Summary of Findings from Study 1 and Study 2.....	91

Index of Appendix Figures

Appendix Figure 1: Combined-groups Plot..... 368

Index of Appendix Tables

Appendix Table 1: The Classification of Enterprises Used by the EU Including Threshold Values of SMEs (since 1 st January 2005).	129
Appendix Table 2: Crosstab (Joyful)	328
Appendix Table 3: Chi-Square Tests (Joyful).....	328
Appendix Table 4: Crosstab (Happy).....	328
Appendix Table 5: Chi-Square Tests (Happy)	329
Appendix Table 6: Crosstab (Proud).....	329
Appendix Table 7: Chi-Square Tests (Proud)	330
Appendix Table 8: Crosstab (Warm Feelings).....	330
Appendix Table 9: Chi-Square Tests (Warm Feelings)	330
Appendix Table 10: Crosstab (Being Valued)	331
Appendix Table 11: Chi-Square Tests (Being Valued)	331
Appendix Table 12: Crosstab (Attentive)	331
Appendix Table 13: Chi-Square Tests (Attentive).....	332
Appendix Table 14: Crosstab (Active).....	332
Appendix Table 15: Chi-Square Tests (Active).....	332
Appendix Table 16: Crosstab (Interested)	333
Appendix Table 17: Chi-Square Tests (Interested).....	333
Appendix Table 18: Crosstab (Upset).....	333
Appendix Table 19: Chi-Square Tests (Upset)	334
Appendix Table 20: Crosstab (Angry).....	334
Appendix Table 21: Chi-Square Tests (Angry)	335
Appendix Table 22: Crosstab (Sad)	335
Appendix Table 23: Chi-Square Tests (Sad).....	335
Appendix Table 24: Crosstab (in a Bad Mood)	336
Appendix Table 25: Chi-Square Tests (in a Bad Mood).....	336
Appendix Table 26: Crosstab (Annoyed).....	336
Appendix Table 27: Chi-Square Tests (Annoyed).....	337
Appendix Table 28: Crosstab (Nervous).....	337
Appendix Table 29: Chi-Square Tests (Nervous)	337
Appendix Table 30: Crosstab (Afraid).....	338

Appendix Table 31: Chi-Square Tests (Afraid).....	338
Appendix Table 32: Multivariate Tests	339
Appendix Table 33: Descriptive Statistics (All Emotions)	339
Appendix Table 34: Tests of Between-Subjects Effects (All Emotions)	339
Appendix Table 35: Post Hoc Tests: Multiple Comparisons (All Emotions)	340
Appendix Table 36: Descriptive Statistics (Positive Emotions).....	341
Appendix Table 37: Tests of Between-Subjects Effects (Positive Emotions).....	341
Appendix Table 38: Post Hoc Tests: Multiple Comparisons (Positive Emotions).....	341
Appendix Table 39: Descriptive Statistics (Negative Emotions)	342
Appendix Table 40: Tests of Between-Subjects Effects (Negative Emotions)	342
Appendix Table 41: Post Hoc Tests: Multiple Comparisons (Negative Emotions)	343
Appendix Table 42: Descriptive Statistics (Joyful)	344
Appendix Table 43: Tests of Between-Subjects Effects (Joyful).....	344
Appendix Table 44: Post Hoc Tests: Multiple Comparisons (Joyful).....	344
Appendix Table 45: Descriptive Statistics (Happy)	345
Appendix Table 46: Tests of Between-Subjects Effects (Happy)	345
Appendix Table 47: Post Hoc Tests: Multiple Comparisons (Happy)	346
Appendix Table 48: Descriptive Statistics (Proud)	347
Appendix Table 49: Tests of Between-Subjects Effects (Proud)	347
Appendix Table 50: Post Hoc Tests: Multiple Comparisons (Proud)	347
Appendix Table 51: Descriptive Statistics (Warm Feelings)	348
Appendix Table 52: Tests of Between-Subjects Effects (Warm Feelings)	348
Appendix Table 53: Post Hoc Tests: Multiple Comparisons (Warm Feelings)	349
Appendix Table 54: Descriptive Statistics (Being Valued).....	350
Appendix Table 55: Tests of Between-Subjects Effects (Being Valued).....	350
Appendix Table 56: Post Hoc Tests: Multiple Comparisons (Being Valued).....	350
Appendix Table 57: Descriptive Statistics (Attentive)	351
Appendix Table 58: Tests of Between-Subjects Effects (Attentive).....	351
Appendix Table 59: Post Hoc Tests: Multiple Comparisons (Attentive).....	352
Appendix Table 60: Descriptive Statistics (Active)	353
Appendix Table 61: Tests of Between-Subjects Effects (Active)	353
Appendix Table 62: Post Hoc Tests: Multiple Comparisons (Active)	353
Appendix Table 63: Descriptive Statistics (Interested)	354
Appendix Table 64: Tests of Between-Subjects Effects (Interested)	354

Appendix Table 65: Post Hoc Tests: Multiple Comparisons (Interested)	355
Appendix Table 66: Descriptive Statistics (Upset)	356
Appendix Table 67: Tests of Between-Subjects Effects (Upset)	356
Appendix Table 68: Post Hoc Tests: Multiple Comparisons (Upset)	356
Appendix Table 69: Descriptive Statistics (Angry)	357
Appendix Table 70: Tests of Between-Subjects Effects (Angry)	357
Appendix Table 71: Post Hoc Tests: Multiple Comparisons (Angry)	358
Appendix Table 72: Descriptive Statistics (Sad)	359
Appendix Table 73: Tests of Between-Subjects Effects (Sad)	359
Appendix Table 74: Post Hoc Tests: Multiple Comparisons (Sad)	359
Appendix Table 75: Descriptive Statistics (in a Bad Mood)	360
Appendix Table 76: Tests of Between-Subjects Effects (in a Bad Mood)	360
Appendix Table 77: Post Hoc Tests: Multiple Comparisons (in a Bad Mood)	361
Appendix Table 78: Descriptive Statistics (Annoyed)	362
Appendix Table 79: Tests of Between-Subjects Effects (Annoyed)	362
Appendix Table 80: Post Hoc Tests: Multiple Comparisons (Annoyed)	362
Appendix Table 81: Descriptive Statistics (Nervous)	363
Appendix Table 82: Tests of Between-Subjects Effects (Nervous)	363
Appendix Table 83: Post Hoc Tests: Multiple Comparisons (Nervous)	364
Appendix Table 84: Descriptive Statistics (Afraid)	365
Appendix Table 85: Tests of Between-Subjects Effects (Afraid)	365
Appendix Table 86: Post Hoc Tests: Multiple Comparisons (Afraid)	365
Appendix Table 87: Eigenvalues	366
Appendix Table 88: Wilks' Lambda	366
Appendix Table 89: Standardized Canonical Discriminant Function Coefficients	366
Appendix Table 90: Structure Matrix	367
Appendix Table 91: Canonical Discriminant Function Coefficients	367
Appendix Table 92: Functions at Group Centroids	368
Appendix Table 93: Classification Results	369

1 Introduction

Although service providers strive to provide 100 % flawless performance (Bitner, Booms and Mohr 1994) in order to attain the goal of “zero defects” (i.e. 100 % defect-free service) it is hardly feasible (Hart, Heskett and Sasser Jr. 1990) since the nature of services themselves as for example their heterogeneity (Parasuraman, Zeithaml and Berry 1985) does not enable a standardization of services resulting in customers experiencing service encounters in different ways (Kelley and Davis 1994). Due to this fact, mistakes or service failures occur which may lead to dissatisfied customers causing them to look for alternatives. It is much costlier for companies to replace a customer than to retain a customer (Hart, Heskett and Sasser Jr. 1990). Therefore, service providers are well advised to recover from a service failure accordingly in order to retain their customers. A service failure consequently represents an opportunity for the firm to learn, to show its competence and to compete in the marketplace (Reichheld 1996). Good service recoveries can satisfy the customer to such an extent that the level of satisfaction is higher than before the failure happened (Hart, Heskett and Sasser Jr. 1990; McCollough, Berry and Yadav 2000; Tax, Brown and Chandrashekar 1998) differentiating the service provider from competing companies (Kelley and Davis 1994). Thus, successful service recoveries are able to increase customer satisfaction, form customer relationships and anticipate customer defections (Fornell and Wernerfelt 1987).

Due to the aforementioned nature of services, buyers’ experiences in terms of service failures and recoveries are distinct, too. Although companies begin to recognize the importance of service recovery after a service failure it is fundamental to firms and their employees to understand how customers experience service recoveries. Prior research has focused primarily on service failure and recovery experiences and how they impact on factors such as customer satisfaction, retention, repatronage intentions, word-of-mouth and loyalty (Davidow 2003; Miller, Craighead and Karwan 2000). Bagozzi (1992) observes that products and services represent vehicles that explain relationships. Hence, it is essential to know how these service recovery experiences affect perceptions of the relationship between buyer and seller. It is even argued that relationships can buffer the negative effects of service failures (Hess Jr., Ganesan and Klein 2003). In gift giving, two articles exist (Ruth, Brunel and Otnes 2004; Ruth, Otnes and Brunel 1999) that identified relational outcomes that are caused by gift-receipt experiences. In a service recovery context, however, this research area is widely neglected. Moreover, al-

though previous research investigated the aspects (i.e. experiential themes) that contribute to the relational effects (as for example empathy, burden or insult) in a gift giving context (Ruth, Otnes and Brunel 1999) no study has examined these aspects in a service recovery setting. The seller needs to be aware of such experiential themes in order to know on which to focus or which ones should be avoided. Furthermore, firms should appreciate the role of emotions during service recovery encounters in order to cope effectively with them. It is clear that emotions pervade marketing exchanges and relationships (Bagozzi, Gopinath and Nyer 1999; Erevelles 1998). Despite the fact that emotions also emerge during the consumption of services and during service recovery episodes (Andreassen 1999; McColl-Kennedy and Sparks 2003) there is still a need to learn more about the emotions experienced during service recovery attempts and how they shape the buyer-seller relationship. With few exceptions (e.g., Schoefer and Diamantopoulos 2009) empirically based research is scarce with regard to emotional responses to service recovery encounters and their influence on buyer-seller relationships. As indicated by the existing literature (see, for instance, Ruth, Brunel and Otnes 2004; Ruth, Otnes and Brunel 1999; Williams and Aaker 2002) both positive and negative emotions are evoked by service recovery experiences since the experiences themselves can be positive or negative. So positive and negative emotions can co-exist and ally to form patterns of emotions (see also Erevelles 1998). Thus, often not a single emotion is provoked by an event and impacts on the relationship; it is rather a pattern or combination of emotions that can be associated with relational outcomes. In this context, the term multiple emotions is frequently used (see, for instance, Ruth, Brunel and Otnes 2004; Schoefer and Diamantopoulos 2009). However, companies need to understand their complainants' experienced emotions in order to deal with these complex recovery situations accordingly. Therefore, to the best of my knowledge, no study has as yet investigated the impact of lived service recovery experiences during service recovery encounters on perceptions of relationship quality between buyer and seller from the buyer's perspective in a business-to-business context incorporating the experiential themes as well as the emotions experienced that can be associated with the relational outcomes.

In line with these gaps, the present study is aimed at (a) identifying the relational outcomes that are initiated by the buyers' service recovery experiences; (b) examining the experiential themes that are generated by the buyers' service recovery experiences and that contribute to the relational outcomes; and (c) clarifying the role of the emotions that

are elicited by the service recovery experiences and that affect the relational outcomes, in particular, investigating the pattern or combination of emotions that can be associated with the relational outcomes. Through exploring these topics our understanding is extended with respect to the influence of service recovery experiences on buyer-seller relationships. Further on, the impact of service recovery experiences on experiential themes and emotions is investigated and how these mediate between the service recovery encounter and the relationship outcome.

In the **first chapter**, the background of this research is described which links the concept of gift giving to service recovery encounters. Then, the key terms of this study are defined to get an impression of the topic under investigation. This is followed by an explanation of the service encounter which represents the starting point of a service failure and recovery situation. Subsequently, the social psychology background is described due to the fact that the topic under investigation originates from this discipline. In the **second chapter**, the existing literature on emotions and service failure and recovery experiences is reviewed followed by a description of the rationale for the present study, the research gaps, the research objectives as well as the research questions. The **third and fourth chapter** (Study 1 and Study 2) presents the main part of this work. Since this research contains both a qualitative and a quantitative component the present work is split in two studies whereupon study 1 includes the qualitative part and study 2 involves the quantitative part. Each of them encompasses explanations of the methodology, sampling, analysis, findings and a discussion of the results. Study 1 also comprises a description of the interview schedule used whereas in study 2 the section measurement is included additionally. In the **fifth chapter**, a general discussion or summary is added in order to summarize the findings of study 1 and study 2. The **sixth and last chapter** concludes the work by presenting theoretical and managerial implications for researchers and practitioners, depicting limitations of the current study and proposing areas for further research.

1.1 Research Background

Now, I will refer to a topic that is very important for the study at hand and builds the background for this research. As the buyer-seller relationship resembles that of a giver-recipient relationship (see, for instance, Ruth, Brunel and Otnes 2004), the concept of gift giving is closely linked to the topic at hand and is of considerable importance. In his

paper, Sherry (1983) presents a model of the gift exchange process with the three stages Gestation (gift search and purchase), Prestation (actual exchange) and Reformulation. For the present study, the last stage – the Reformulation stage – is relevant. During this stage, the relationship between donor and recipient is realigned through the disposition of the gift resulting in the relationship being strengthened, affirmed, attenuated or severed depending on giver's and recipient's perception of mutual balance regarding the process of gift giving. The same holds true for buyer-seller relationships in the case of service recovery experiences. When a service failure and a recovery occur, the relationship between buyer and seller is reformulated leading to a relational outcome that is strengthened, neutral or unchanged, weakened or broken up depending on how the service recovery is experienced.

The articles of Ruth, Otnes and Brunel (1999) and Ruth, Brunel and Otnes (2004) are very near the work at hand because they examine the concept of gift receipt from the recipient's perspective and the reformulation of the giver-recipient relationship also taking into account the power of emotions in this context. The articles are also very similar to the topic under investigation in terms of methods and analyses used. While Ruth, Otnes and Brunel (1999) distinguish between six basic relational outcomes (strengthening, affirming, negligible effect, negatively confirming, weakening and severing), Ruth, Brunel and Otnes (2004) only differentiate between five relational outcomes due to the fact that no cases of severing could be detected. Whereas in 1999, the authors concentrate more on the development of relationship outcomes and experiential themes which further divide the outcomes into sections, in 2004, they focus on exploring the emotions in relationship realignment.

In the former paper, the authors reveal that the relational effect strengthening is characterized by the experiential theme epiphany where mixed emotions can occur in the same incident. Affirming includes the experiential themes empathy, adherence, affirming farewell and recognition where positive emotions predominate (with the exception of farewell gifts where mixed emotions occur). Negligible effect consists of the experiential themes superfluity, error, charity and overkill where mixed emotions across gift experiences appear. The relational effect negative confirmation is characterized by the experiential themes absentee and control, while weakening contains the themes burden and insult and severing includes the themes threat and non-affirming farewell. In all three relational outcomes the recipients' emotions are negative ones. Therefore, both positive and negative emotions can prevail in the same incident. Further on, the ritual

conditions and the perceived focus of the gift are explored in this article but they are not covered here in detail because they are not relevant in this context. The authors also make a distinction between short and long term experiences what is also not applicable for the present study.

Roughly speaking, the later article from 2004 extends the previous one by examining positive and negative emotions and how they conform to the recipients' point of view of relational outcomes. The ten emotions love, happiness, pride, gratitude, fear, anger, sadness, guilt, uneasiness and embarrassment are included in the study. The authors reveal that the experienced emotions differ in relationship outcome. A systematic pattern of emotions is also identified what does not mean that there exists an easy linkage between one emotion and one relational outcome. Again, some emotions occur in each relational outcome. High levels of positive emotions are detected in strengthening and affirming contexts, modest levels of positive emotions in negligible effect outcomes and low levels of positive emotions in negatively confirming and weakening contexts. Relatively high levels of negative emotions are discovered in negatively confirming and weakening cases, moderate levels of negative emotions in negligible effect outcomes and low levels of negative emotions in affirming and strengthening contexts. Uneasiness occurs in each relational outcome. Love and gratitude predominate in affirming outcomes, whereas the emotions embarrassment, gratitude and happiness are prominent in negligible effect cases. Sadness appears in negatively confirming contexts while embarrassment and anger predominate in weakening outcomes. Another result of the article is that a linear combination of the emotions happiness, love and pride as well as a second linear combination of uneasiness and embarrassment accounts for relationship outcomes in the short term. One linear combination of happiness, love and gratitude exists that distinguishes between relational outcomes in the long term. Overall, the recipients' perceptions concerning relationship realignment are consistent with the felt emotions.

The concept of gift giving and the articles described above are dealt with in such great detail because it can be said that the work at hand is a combination of both articles investigating the relational outcomes, the experiential themes as well as the power of emotions in relationship realignment between buyer and seller but in this case in the context of service recovery experiences.

After having shed light on the research background and after being able to classify the topic into the field of research affected, I will now continue with the actual subject of this work which examines the experiences made by buyers during service encounters after a product or service failure has occurred which has led to a complaint and a subsequent service recovery. Furthermore, an empirical investigation takes place on how these experiences impact on the reformulation of the relationship between buyer and seller and the role of emotions is explored, too.

Some authors were already engaged in topics comprising service encounters (see, for instance, Bitner, Booms and Mohr 1994; Smith, Bolton and Wagner 1999), service failure and/or service recovery (see, for instance, Andreassen 2000; Bell and Zemke 1987; Hart, Heskett and Sasser 1990; Hess, Ganesan and Klein 2003; Kelley and Davis 1994; Maxham and Netemeyer 2002; McColl-Kennedy and Sparks 2003; Tax, Brown and Chandrashekar 1998), buyer-seller relationships (see, for instance, Andersen and Kumar 2006; Dwyer, Schurr and Oh 1987). Here, only a few authors are named because these articles and others will be treated in more detail in the subsequent chapters and the literature review.

The role of emotions which also makes up a considerable part in the present study is also given attention in various contexts in the existing literature (see, for instance, Andersen and Kumar 2006; Bagozzi, Gopinath and Nyer 1999; Holbrook and Batra 1987; Johnson, Ford and Kaufman 2000; McColl-Kennedy and Sparks 2003; Menon and Dubé 2004; Mikulincer and Shaver 2005; Planalp 2003; Schoefer and Diamantopoulos 2009; Segrin 2004; Simpson, Collins, Tran and Haydon 2007; Sutton and Rafaeli 1988; Williams and Aaker 2002). The concept of emotions will be treated in more detail in the literature review.

Although the topic under investigation has attracted more and more attention in the last decades there is still some need for research especially in the case of how service recovery experiences shape buyer-seller relationships and what impact do emotions have on them.

1.2 Definition of Key Terms

To be introduced to the topic under investigation and to gain an insight into what the work at hand is about, I will start with some definitions of the key terms that repeatedly appear in the present study.

1.2.1 Service Failure

According to Hess Jr., Ganesan and Klein (2003, p. 129) and Hoffman and Bateson (1997) a service failure can be defined as “service performance that falls below a customer’s expectations”. McColl-Kennedy and Sparks (2003, p. 254) view a service failure as “negative state or event that harms the customer”.

1.2.2 Service Recovery

In contrast, “service recovery is the process of dealing with a situation whereby a customer has experienced a failure in the firm’s offering” (Sparks and McColl-Kennedy 2001, p. 210). Moreover, “service recovery includes the actions and activities that the service organization and its employees perform to “rectify, amend, and restore the loss experienced” by customers from deficiencies in service performance” (Hess Jr., Ganesan and Klein 2003, p. 129; Bell and Zemke 1987; Grönroos 1988; Miller, Craighead and Karwan 2000). In the end, service recovery tries to keep hold of a firm’s customers.

1.2.3 Complaint/Complaint Handling

As explained by Tax, Brown and Chandrashekar (1998, p. 61) “a complaint is viewed as a conflict between the customer and the organization in which the fairness of (1) the resolution procedures, (2) the interpersonal communications and behaviors, and (3) the outcome are the principal evaluative criteria of the customer”.

As a consequence, “complaint handling refers to the strategies firms use to resolve and learn from service failures in order to (re)establish the organization’s reliability in the eyes of the customer” (Tax, Brown and Chandrashekar 1998, p. 61; Hart, Heskett and Sasser 1990). The term complaint handling is often equated with service recovery although Smith, Bolton and Wagner (1999) suggest that service recovery in comparison

to complaint handling should be considered in a broader sense because it also captures events where no complaint has been made by the customer.

1.2.4 Relationship Reformulation

The notation relationship reformulation originates from the literature of gift giving with Sherry's model of gift-giving behavior which incorporates the three stages of Gestation, Prestation and Reformulation (Sherry 1983). He states that in the Reformulation stage a realignment of the donor-recipient relationship takes place. Therefore, reformulation means realignment of the relationship. For the purpose of this study, relationship reformulation refers to the realignment of the buyer-seller relationship.

1.3 The Service Encounter

A service encounter can be defined as "the interaction that occurs between customer-contact employees and customers" (Gremler, Bitner and Evans 1994, p. 35) or as Solomon, Surprenant, Czepiel and Gutman (1985, pp. 99-100) put it "the person-to-person interaction between buyer and seller". The last named authors highlight the interdependence of both service provider and customer in a service encounter meaning that the participants in the interaction perform learned patterns of behavior (according to role theory) so that the transaction takes place without any difficulty. Thus, its dyadic nature (see also Gardner 1985; Surprenant and Solomon 1987) should not be ignored and the service experience represents the actual output of the service encounter. The service encounter can also be seen as a "moment of truth" (Bitner, Booms and Mohr 1994; Fisk, Brown and Bitner 1993; Grönroos 1988; Smith and Bolton 2002; Tax, Brown and Chandrashekar 1998) where the service provider is able to present the quality of his or her services to the customer and to set the course for the future relationship to the customer whether it is sustained or resolved. Therefore, a service encounter may include the possibility that a service failure occurs which in turn may involve the possibility to recover from the failure (for more details see the Literature Review on Service Failure and Recovery Experiences).

However, the interaction between employees and customers is critical but employees are often undertrained to provide customers with correct services leading in the end to dissatisfied customers (Bitner, Booms and Tetreault 1990). The authors differentiate

between very satisfactory service encounters and very dissatisfactory ones in three service industries, namely hotels, restaurants and airlines. They also state that when a service delivery system failure occurs and when it is treated in an accurate way, the incident can be recalled as highly satisfactory (see also Bitner 1990). On the other hand, very dissatisfactory service encounters are often caused by the inappropriate behavior or response of employees to the failure. This corresponds to a statement in the article of Solomon, Surprenant, Czepiel and Gutman (1985) who point out that satisfaction with a service encounter is achieved when expected behavior is in accordance with perceived behavior of the participants in a service encounter.

Bitner (1990) demonstrates that consumer attributions, physical surroundings and employee responses (explanations and compensation) impact on satisfaction with the service encounter. Also the moods of both service provider and customer influence the service encounter and the encounter's result to a greater or lesser extent (Gardner 1985). For example, the good moods of consumers are responsible for customers being helpful and glad and not being able to intend negative consequences. The concept of service quality encompasses several criteria – tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy (Parasuraman, Zeithaml and Berry 1988) – and it seems to be an integral part of the service encounter and customer satisfaction (Grönroos 1988; Kelley and Davis 1994). Later, Grönroos (1988) includes a sixth dimension which is recovery signifying that customers can be sure that the service provider intervenes when a service failure arises. Service quality compares the expectations of a customer with the actual performance of the service (Parasuraman, Zeithaml and Berry 1985). Obviously, time is another factor that plays a role as Smith and Bolton (1998) suggest, claiming that recent service encounter experiences were consulted when evaluating an organization.

Another study examines the employee's viewpoint with regard to critical service encounters in the same three service industries as in the article mentioned above (Bitner, Booms and Mohr 1994). The results of this work are very similar to the results of the paper from Bitner, Booms and Tetreault (1990) with the exception that also (problem) customers are responsible for satisfactory and dissatisfactory service encounters.

In the study at hand, the buyer's point of view is of interest, it is the customer's perspective that is investigated but in a business-to-business context what means between two firms. The interaction between an industrial salesperson and an industrial buyer is as

important as it is for a personal service encounter (Solomon, Surprenant, Czepiel and Gutman 1985).

1.4 Social Psychology Background

The topic under investigation is rooted in the discipline of social psychology (for a better comprehension see Figure 1 which is an illustration of my own interpretation of the link between marketing and social psychology and does not originate from the literature) where conflicts often arise in interpersonal relationships (see, for instance, Simpson, Rholes and Phillips 1996). These conflicts then need to be resolved by some means or other and this impacts on the interpersonal relationship. In the marketing context, this means that when a product or service failure occurs, the result is often a complaint which stands for the conflict. Then, a service recovery takes place which should be the resolution of the conflict and this in turn has an impact on the buyer-seller relationship like the conflict resolution has on the interpersonal relationship. Emotions have an influence at all these stages of the process.

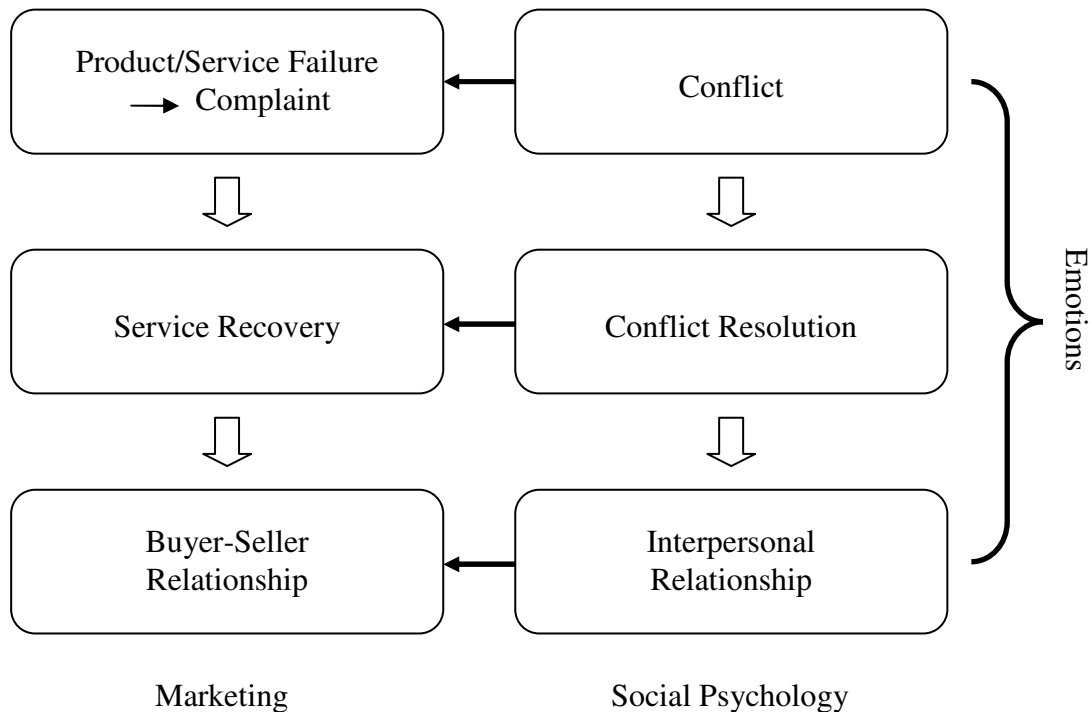


Figure 1: Link between Marketing and Social Psychology.

Since the topic is very much related to the discipline of social psychology it is treated here as well. A conflict can be defined as “the process which begins when one party

perceives that another has frustrated, or is about to frustrate, some concern of his” (Thomas 1976, p. 891). Deutsch (1991) suggests that some kind of incompatibility exists between two parties when a conflict arises (see also Avruch 1998) and that one party or both of them participate in the conflict for utility reasons. He further quotes that not only the content but also some characteristics of a conflict are critical as for example the size, rigidity and centrality of the conflict.

Conflicts are often seen as having a bitter aftertaste and being destructive but they also represent constructive opportunities to detect problems and resolve them (Deutsch 1991). The author also maintains that the relative strength or power of the conflicting parties plays a role for the course and the outcome of the conflict (whether it is constructive or destructive). Deutsch (2000) states that conflict is related to justice to a great extent. His work is also concerned with the types of justice (as for example distributive justice, procedural justice and so on) which are also used in a service context (see, for instance, Chandrashekar, Rotte, Tax and Grewal 2007; Goodwin and Ross 1990; Smith, Bolton and Wagner 1999; Sparks and McColl-Kennedy 2001; Tax, Brown and Chandrashekar 1998).

Another concept that is closely linked to all kinds of relationships is trust which often transforms into loyalty (see, for instance, Andersen and Kumar 2006; Doney and Cannon 1997; Ganesan 1994; McKnight, Cummings and Chervaney 1998; Rauyruen, Miller and Groth 2009; Rotte, Chandrashekar, Tax and Grewal 2006; Schurr and Ozanne 1985; Sirdeshmukh, Singh and Sabol 2002; Tax, Brown and Chandrashekar 1998). This is not very surprising as relationships are strongly influenced by mutual trust so that the partner can be relied on.

Several articles are concerned with the topic of conflict in different contexts. Jehn (1997) investigates in her article conflict types and dimensions in organizational groups and reveals that relationship conflict harms performance and satisfaction. A process conflict has a damaging effect on performance and a task conflict is dependent on some dimensions. Therefore, organizational groups that come to terms with task instead of relationship conflicts are most successful. Rosenberg and Stern (1971) and Gaski (1984) studied conflicts in distribution channels. The nature of the channel system, the duration of the relationship (the membership) and the level of dissatisfaction affect a conflict (Rosenberg and Stern 1971). In their study, Bradford, Stringfellow and Weitz (2004)

found out that inter-personal and task conflict negatively affect network member satisfaction and desire for network membership. They also discovered that the style with which conflicts are managed influences these factors. Thus, a collaborative conflict management style positively impacts on satisfaction and continuity of membership whereas the level of inter-personal and task conflict determines the effects of accommodative and confrontational styles.

Avruch (1998, p. 25) describes conflict resolution as “any strategy that brings a socially visible or public episode of conflict (a dispute) to an end”. The conflicting parties should exhibit an attitude that shows that both parties are willing to resolve the conflict and cooperate in conflict resolution (Deutsch 1991). Furthermore, the parties should be aware of the nature of the conflict and the possible alternatives so that solutions can be found. It is advisable for conflicting parties to take up a third-person perspective. Otherwise they get too involved in the conflict. In his article, Thomas (1992) suggest five conflict handling modes which are competing, collaborating, compromising, avoiding and accommodating. These modes represent approaches available to parties to cope with a conflict.

In order to provoke a conflict, interaction has to occur between the parties (Deutsch 1991). That brings us to the relationship between two parties which should also be examined in more detail in this study. Relationships can take different forms ranging from interpersonal relationships (as for example romantic relationships), employer-employee relationships to buyer-seller relationships. As already mentioned conflicts often arise in interpersonal relationships. These conflicts then need to be resolved by some means or other and this impacts on the interpersonal relationship as is explained for example by the article of Fincham, Beach and Davila (2007). The authors collected data from married couples on the three dimensions marital quality, ineffective arguing and forgiveness and they discovered that gender-specific differences exist. For wives, their forgiveness or benevolence has a substantial impact on husbands’ reports of conflict resolution, long-term relationship outcomes and short-term interaction whereas for husbands, the initial level of conflict resolution is important for the wives’ reports of later conflict resolution. For both wives and husbands, the marital quality or satisfaction does not seem to play a role for the resolution of conflicts.

Another example of a relationship is reported by Yi-Feng and Tjosvold (2007) who discovered that relationships between foreign managers and Chinese employees are developed and strengthened when a co-operative management approach is used instead of a competitive or avoidance approach. This also enhances trust and job commitment.

Another kind of relationship that is explored by Aaker, Fournier and Brasel (2004) in a longitudinal field experiment is the consumer-brand relationship. The authors investigated the effects of brand personality and transgression acts on the strength of consumer-brand relationships. They found out that relationships with sincere brands get stronger whereas relationships with exciting brands are quite transient. But when a transgression occurs relationships with sincere brands are damaged with recovery being ineffective. Since brands represent partners in this context partner quality is harmed considerably in the case of sincere brands. Relationships with exciting brands, on the other hand, are revitalized after a transgression.

Dwyer, Schurr and Oh (1987) compare the development of a buyer-seller relationship with the evolution of an interpersonal relationship between husbands and wives. They designed a framework for developing buyer-seller relationships which contains the phases awareness, exploration, expansion, commitment and dissolution. In the awareness phase, one party gives consideration to potential exchange partners. The exploration phase includes search and trial and the parties balance prospective responsibilities, benefits and burdens. During this phase, the subprocesses of attraction, communication and bargaining, power and justice, norm and expectations development and trust play a major role. Interaction between the parties takes place and interdependence grows step-wise. In the expansion phase, interdependence is increased further by the augmented benefits received by and the satisfaction with the exchange partner. The subprocesses mentioned above are still in force. The commitment phase is determined by high levels of inputs (economic, communication and emotional), expected durability and consistency with which inputs are sacrificed so that the relationship is sustained. In this phase, parties try to overcome conflicts and to adjust to the partner. The dissolution phase is described parsimonious because it is said to be initiated unilaterally and the article concentrates on a relationship with bilateral perspectives. This stage is normally associated with dissatisfaction with the exchange partner or with the appearance of increased costs in order to maintain the relationship.

Since the study at hand can be located in a business-to-business context the buyer-seller relationship concerning industrial buyers and sellers should also be illuminated. What is an integral part of a business relationship is the personal interaction between individuals representing the buying and the selling firm (Andersen and Kumar 2006). These authors also state that this kind of interaction is dependent upon the parties' behavior (cooperative or non-cooperative), the participants' perceptions of the other's trustworthiness and the dynamics that arise out of their behavior and perceptions.

Clopton (1984) examined the seller and buying firm factors that influence the industrial buyers' negotiation behavior and the outcomes. The buyers' results in negotiations are affected by the sellers' behavior and the information the sellers make available to them. The interaction of seller information and buying firm monitoring the buyer's negotiating task impacts on the buyer's behavior with regard to negotiation.

Hansen, Swan and Powers (1996) identify four factors that influence industrial buyer-seller relationships: expertise, jurisdictional disagreement, vendor-buyer communications and dependency encouraging high vendor expertise, low jurisdictional disagreement, good communication with the buyer and mutual dependence to lower dissatisfaction which in turn diminishes loss of customers and reputation. The selection of a supplier by a buying firm is basically influenced by delivery performance and relative price/cost and not by trust (Doney and Cannon 1997). Nevertheless, trust of the supplier firm and of the salesperson has an impact on the buyer's probability to deal or interact with the supplier firm in the future and to maintain the relationship. Ganesan (1994) also claims that the long-term orientation of buyer-seller relationships between retail buyers and vendors is determined by mutual dependence and trust.

When relationship problems in a business-to-business context arise there are alternatives to exiting these relationships which involve loyalty, voice and neglect (Ping Jr. 1993). Especially voice (effort of a party to alter undesirable relationship conditions) seems to play an important role in relationship cultivation due to the fact that it signifies the willingness to cooperate, to solve a problem and to emphasize the importance of the relationship (Ping Jr. 1997).

Those are only some examples of relationships. There are several articles on what influence them and on the different contexts in which they are situated (see, for example, Dwyer 1984; Schurr and Ozanne 1985; Spiro and Perreault Jr. 1979).

As Avruch (1998) and Deutsch (1991) suggest also the context of the conflict, past experiences and the culture and personal traits and emotions of the parties play an important role when dealing with conflicts. Johnson, Ford and Kaufman (2000) investigated emotional reactions to conflict. They found out that workers' emotional responses to conflict are dependent on their relative power in the organization. So workers show the highest levels of anger and resentment when they are least dependent and the lowest levels in a highly and equally dependent position. Subordinates exhibit more excitement and less worry when they are less dependent. Further on, workers are less likely to express negative emotions toward their superior when they are highly dependent.

Therefore, emotions have an influence at all these stages of the process depicted above as is also supported by the article of Planalp (2003) stating that emotion affects close relationships and guides their formation, continuity and break-up. The concept of emotions will be treated in more detail in the literature review (in the chapter literature on emotions).

Although there is a lot of literature on conflicts, conflict resolution in general and relationships in diverse contexts, the literature on relationship outcomes after conflict resolution is rather scarce.

2 Literature Review

In the next sections, the existing literature on emotions as well as the existing literature on service failure and recovery experiences is reviewed. According to this review, the rationale for the present study and the research gaps are presented followed by a description of the research objectives and the research questions.

2.1 *Literature on Emotions*

Emotions are omnipresent in marketing (Bagozzi, Gopinath and Nyer 1999). Concerning the notion emotion opinions and definitions are widespread (Bagozzi, Gopinath and Nyer 1999; Frijda 2008; Planalp 2003; Plutchik 2001; Solomon 2008). There exists the umbrella term affect which consists of emotions, moods and attitudes (Andreassen 2000; Bagozzi, Gopinath and Nyer 1999). Bagozzi, Gopinath and Nyer (1999, p. 184) define the term emotion as “a mental state of readiness that arises from cognitive appraisals of events or thoughts; has a phenomenological tone; is accompanied by physiological processes; is often expressed physically (e.g., in gesture, posture, facial features); and may result in specific actions to affirm or cope with the emotion, depending on its nature and meaning for the person having it.” For Lazarus (1982, p. 1023-1024), emotions are the “result of an anticipated, experienced, or imagined outcome of an adaptationally relevant transaction between organism and environment”. Emotions are a type of judgment but the appraisal process works in a rather unconscious and automatic manner (Bagozzi, Gopinath and Nyer 1999; Frijda 2008). Hochschild (1979) holds that individuals often display emotions that are appropriate to the situation. Andersen and Kumar (2006) state that emotions are distinct with regard to frequency, duration and intensity and that evaluation (good, neutral or bad), potency (strong versus weak) and activity (active versus passive) represent dimensions of an emotion as well. Therefore, different emotions provoke different behaviors. Planalp (2003) holds that emotions connect interpretation with action tendencies.

Bagozzi, Gopinath and Nyer (1999) state that moods are distinct from emotions insofar as moods seem to be longer lasting and less intense than the perception of emotions. They also argue that emotions are intentional and directly linked to explicit actions in comparison with moods. This distinction is also supported by an article of Erevelles

(1998). When differentiating emotions from moods it should be said that emotions have a specific referent so for example a customer gets angry when the service in a restaurant is poor (Bagozzi, Gopinath and Nyer 1999). There seems to be little consistency when using the term attitude which represents an example of affect including the two dimensions affect and cognition (Bagozzi, Gopinath and Nyer 1999). It is often said that feeling (as for example of pleasure or pain) makes up the basics of emotions and that emotions are valenced reactions including acceptance and rejection and pursuit and avoidance (Frijda 2008). As authors define emotions quite different, an emotion that is included in one work about emotions is not considered to be an emotion in another article (see, for instance, Arnold 1960; Fehr and Russell 1984; Izard 1977; Plutchik 1962; Shaver, Schwartz, Kirson and O'Connor 1987). For example, Izard (1977) states that ten fundamental emotions exist which are interest, joy, surprise, distress, anger, disgust, contempt, fear, shame and guilt. In the present study, the definition of emotions described by Bagozzi, Gopinath and Nyer (1999) is used.

From a psychological perspective, emotions function as a means to comprehend why different people respond differently to the same situation and why the same situation evokes different reactions from the same person depending on the occasion (Bagozzi, Gopinath and Nyer 1999; Frijda 2008). This author also claims that emotions can proceed in sequence producing so-called emotion episodes consisting of several emotions which arise when a person has to remember an occasion of an emotion.

Emotions do not have to appear sequentially they can also emerge all at once so that positive emotions and negative emotions coexist so for instance, people can simultaneously feel happy and sad (see, for example, Larsen, McGraw and Cacioppo 2001; Williams and Aaker 2002). Izard (1977) claims that emotions unite to build patterns of emotions. In two experiments, Lau-Gesk (2005) studied consumer evaluations of mixed affective experiences with regard to the different flavor of jelly beans and aromatherapy. Experiment 1 indicates that people favor to experience positive and negative affect in close proximity when the jelly beans are not very similar. If they are similar close proximity between positive and negative affect results in adverse consumer evaluations. Experiment 2 further supports these findings adding the dimension of novelty. Thus, the effects of close proximity only play a role when the experience is not new for consumers.

To measure emotions, Bagozzi, Gopinath and Nyer (1999) suggest a so-called circumplex model (see Figure 2) established by Watson and Tellegen (1985). This model is a two-factor model that places emotions in a consecutive order around two orthogonal axes which are high positive affect-low positive affect and high negative affect-low negative affect. If the axes are rotated 45 degrees from their primary axes, two more axes can be added (pleasantness-unpleasantness and strong engagement-disengagement). This facilitates the classification of emotions into bipolar categories. Furthermore, the model assists with the identification of similar and dissimilar emotions. Another approach that is also used for the study at hand is the ESRE scale (Schoefer and Diamantopoulos 2008) that measures experienced emotions during service recovery encounters. The ESRE scale incorporates 15 items divided into four subscales which are Pleasure, Involvement, Discontent and Concern. The scale will be explained in more detail in the chapter study 2 in the measurement section.

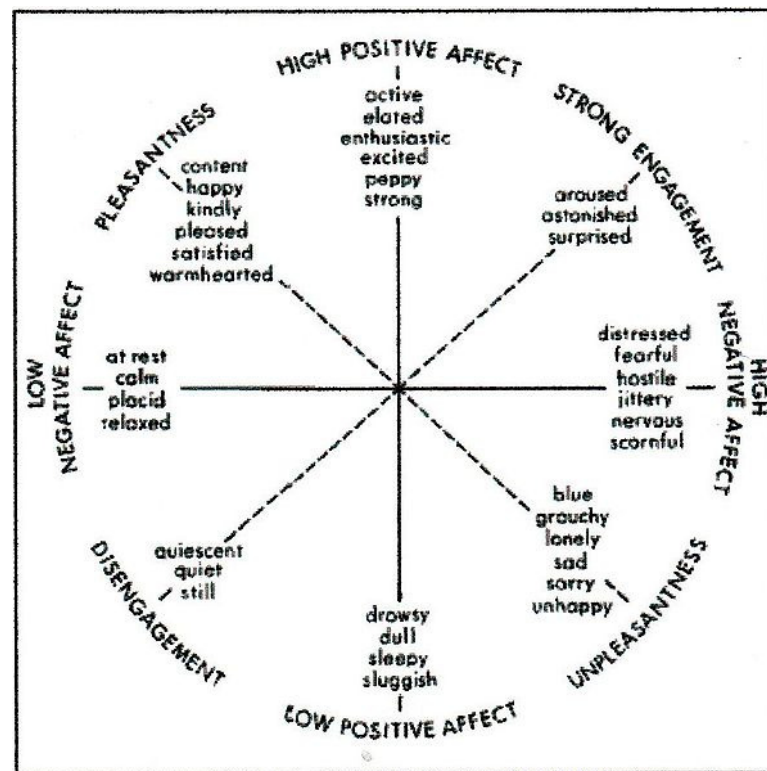


Figure 2: Watson and Tellegen's Two-Factor Structure of Affect.
(Watson and Tellegen 1985, p. 225)

In their sociological analysis of emotions, Stets and Turner (2008) identify several factors that influence emotional arousal which are culture, social structure, cognitive appraisal and interaction. These factors partly affect each other and emotions, in turn, im-

impact on some of the factors. Planalp (2003) maintains that emotions are caused by failure to comply with expectations. Andersen and Kumar (2006) further suggest that positive emotions are felt when goals are reached whereas negative emotions are experienced when goals are not attained.

Emotions impact on various concepts as for example information processing, memory, evaluation, goal-setting, goal-directed behavior and decisions to help (Bagozzi, Gopinath and Nyer 1999; Cosmides and Tooby 2000). They also have a great influence on justice and fairness (McColl-Kennedy and Sparks 2003; Planalp 2003). Emotional events (positive or negative in nature) are responsible for causing emotions which affect behavior directly (Weiss and Cropanzano 1996). Bagozzi (1992) claims that emotional reactions act as intermediary between appraisal processes and coping responses. Emotions also have an impact on motivation (Brown, Cron and Slocum Jr. 1997; Weiner 1985). For example, Brown, Cron and Slocum Jr. (1997) investigated the influence of emotions on sales force motivation and revealed that emotions are related to volitions, goal-directed behavior and goal attainment of salespersons.

After having discussed the concept of emotions in general, I will address the role of emotions in various fields. It has been discussed in varied forms in several scientific areas like psychology or social studies (see, for instance, Mikulincer and Shaver 2005; Planalp 2003; Segrin 2004; Simpson, Collins, Tran and Haydon 2007). In these articles, Bowlby's (1969) attachment theory is often applied claiming that when a potential or actual threat arises or whenever required, individuals engage in seeking support by attachment figures – people significant to the individual – what originates from the attachment behavioral system representing a psychobiological system. Accordingly, different strategies are then applied. In their work, Mikulincer and Shaver (2005) state that emotional reactions to different kinds of relational events in close relationships ranging from the partner's negative or positive behavior to the partner's (relationship relevant or relationship irrelevant) distress or happiness, depend on the attachment-related variations in the individual's emotional states varying from attachment security to attachment avoidance and attachment anxiety. For example, securely attached people show a wider range of emotions than insecurely attached individuals do, including for instance happiness, gratitude, pride, guilt and anger.

Also based on attachment theory, the article of Simpson, Collins, Tran and Haydon (2007) supports the view that the behavior and the expression of positive versus negative emotions in romantic relationships by people in their 20s are linked to their interpersonal experiences during infancy and early childhood. There is also a dependence on the attachment experienced during the early years of life differentiating between securely and insecurely attached people. This attachment is critical for shaping an individual's social competence and emotional experience in the future.

In the case of dating couples and roommates, a concordance on negative emotions in these relationships can be observed originating from assortative mating which means that interpersonal partners are selected in accordance with own attitudes, beliefs or emotional states rather than from the transmission of emotion (Segrin 2004).

When studying conflict types and dimensions in organizational groups, Jehn (1997) found out that (negative) emotionality in a relationship conflict diminishes effectiveness and she identified the following negative emotions during a conflict: frustration, uneasiness, discomfort, tenseness, resentment, annoyance, irritation, fury, rage, reproach, scorn, remorse and hatred. Thus, only negative emotions are exhibited when confronted with a conflict.

With regard to consumer research, Holbrook and Batra (1987) studied the role of emotions when looking at consumer responses to advertising. They discovered that pleasure, arousal and domination are mediators of the effects of ad content on attitude toward the ad and that the three dimensions of emotions as well as attitude toward the ad are mediators of the effects of ad content on attitude toward the brand to some extent. Another consumer study (Sutton and Rafaeli 1988) concentrates on the relationship between sales and emotions exhibited by employees in convenience stores. But the authors detected a negative relationship between positive emotions displayed by employees and store sales. Though, store sales seem to reflect store pace (the magnitude of time pressure on employees and customers) which in turn triggers displayed emotions. Therefore, the possibility that positive emotions are expressed by employees in slow-paced stores is much higher than in busy settings.

Naturally, emotions occur in the formation, maturity and break-up of a relationship. Planalp (2003) argues that emotions are drivers of progress amongst the stages in rela-

tionships and that not a single dimension of emotions can interpret relationship stages. Also Andersen and Kumar (2006) emphasize the important role of emotions in the different phases of a relationship. For instance, if negative emotions arise very early in a buyer-seller relationship the accomplishment of a transaction is questionable. Further on, they claim that emotions evoke the formation of trust in buyer-seller relationships which in turn impacts on the following interaction. But emotions also affect behavioral interaction directly. Emotions arise at the individual, the intergroup and the top management level of an organization and emerge in accordance with the development of the business relationship. Findings suggest that in the initiation stage of the relationship members are rather anxious and while this encourages boundary spanners (individuals from the buying and selling firm that directly interact) to build up trust, it assists in the development of negative emotions among peers being anxious of the change. In the development stage of the buyer-seller relationship boundary spanners experience positive emotions which supports trust building. If the relationship is terminated voluntarily trust is relatively unaffected by emotions. If termination was forced the reduction of trust or even the creation of distrust is initiated by negative emotions of members of the organization. When the relationship is reestablished after a voluntary termination trust may be reconstructed stepwise.

After having discussed the role of emotions in several other contexts I will now treat the role of emotions in a service context which meets more the essence of the topic under investigation. As Küpers states (1998) emotions have an influence on the productivity of the service process and on both service provider and customer satisfaction often generated by the interaction of service provider and customer. In contrast, for example, in one study, Andreassen (2000) found no evidence that initial negative affect initiated by a service failure has a negative influence on satisfaction with service recovery whereas in another study (Andreassen 1999), he discovered that negative affect triggered by a service failure negatively impacts on satisfaction with complaint resolution and also customer loyalty. Bell and Zemke (1987) differentiate between two levels of service breakdowns where in level one customers experience annoyance which is defined by the authors as a feeling of irritation arising when one's experiences do not meet the expectations. In the second level of a service breakdown customers feel victimized which is a feeling of ire, frustration or pain. Service recovery is then tailored to the different levels of service breakdowns. Service recovery requires an apology and an urgent rein-

statement for annoyed customers demonstrating that the customer's interests are crucial. More effort is necessary for "victims". In addition to the already mentioned components for annoyed customers three other ingredients are necessary which are empathy or compassion, symbolic atonement (a symbol or gesture) and a follow-up for closure and feedback.

Andreassen (1999) analyzed the antecedents to customer loyalty for complainers. The findings suggest that satisfaction with complaint resolution has a considerable influence on customer loyalty and that satisfaction with complaint resolution and customer loyalty are adversely affected by negative affect which results from a service failure. Also Smith and Bolton (2002) explored the effect of customers' emotional responses to service failures on their recovery effort evaluations and on satisfaction in a hotel and a restaurant setting. Their study yielded that the customers' emotional responses impact on their assessment of the recovery effort and satisfaction depending on the situation and service setting. While no effect of emotion could be detected in the restaurant setting a significant effect is observed in the hotel setting. Moreover, customers who experience (negative) emotions after service failures show lower levels of satisfaction with the service recovery than customers who react with less or no emotion. Furthermore, for customers who respond with (negative) emotions to service failures, distributive justice plays a much greater role than interactional justice so customers are more concerned about service recovery outcomes when experiencing negative emotions after a service failure. The dimensions of justice will be explained in more detail in the chapter literature on service failure and recovery experiences.

In their article, Oliver, Rust and Varki (1997) concentrate on the antecedents and consequences of customer delight in a service setting. Unexpected high levels of satisfaction cause the following order: first of all it starts with arousal which activates pleasure and this in turn produces delight in the customer. The argument that delight is a combination of pleasure and arousal is partially approved. But support can be found for the hypothesis that satisfaction impacts on behavioral intention and is linked to pleasure and disconfirmation. Whether delight influences behavioral intention depends on the service context.

Menon and Dubé (2004) concentrate in their work on two specific emotions that are experienced during service consumption in an airline setting. The authors examine the evaluations of service providers' reactions when customers are anxious or angry. When looking at both types of (negative) emotions, the strength of emotions experienced could not be linked to customer satisfaction with the service encounter. What seems to impact on customer satisfaction is the judgment of the service providers' response. When the emotions are considered separately anxious customers apparently obtain more support from service providers than angry customers. Therefore, anxious customers evaluate service providers' responses much better and are more satisfied than angry customers.

Based on fairness theory, McColl-Kennedy and Sparks (2003) conducted research with five focus groups to investigate consumer's emotions during service recovery efforts and they found out that a service failure provokes emotional reactions in a consumer and this in turn prompts the consumer to evaluate the situation regarding procedural justice, interactional justice and distributive justice. Fairness theory incorporates the concepts of accountability and counterfactual thinking. Accountability means that someone is responsible for any problem or injustice and counterfactual thinking compares perceptions of the actual situation with perceptions of the situation that might have been. Customers assess the service provider's level of effort so that an inappropriate performance on the side of the service provider results in negative emotions experienced by the customer. So if the service provider is perceived to could have done more to recover the customer feels negative emotions such as anger and frustration resulting in dissatisfaction with the service recovery. On the other hand, if the service provider is perceived to have done everything that is possible and more the customer experiences positive emotions such as delight leading to satisfaction with the service recovery. Therefore, situational effort is strongly connected to accountability and emotional responses and service providers can influence the emotions experienced by their customers when taking specific actions.

How customers respond to service failures also depends on the type of relationship and the emotional bonds (Hedrick, Beverland and Minahan 2007). These authors explored the customers' response to service failure in the Australian Opera. The three relationship types satisfaction-as-love (SaL), satisfaction-as-trust (SaT) and satisfaction-as-

control (SaC) are detected. For SaL customers, the opera experience is connected with love so a service failure is not really detrimental to their emotional bonds because they admire the product itself. In contrast, for SaT customers, service recovery is inappropriate and the relationship is dissolved due to the fact that their expectations are not met and trust is lost. SaC customers feel responsible for the situation and try to stand up for the brand. Therefore, the service provider should adapt the service recovery actions to the types of relationships and care more about customers who exhibit greater levels of emotional bonds with the service provider and not with the product or service.

Concentrating on consumers' emotional response styles during service recovery encounters, Schoefer and Diamantopoulos (2009) identified four different emotional response styles (Unemotional, Negatives, Positives and Concerned) corresponding to distinct perceptions of satisfaction, commitment and trust. The four emotional response styles are arranged along four dimensions which are Pleasure, Involvement, Discontent and Concern which were already mentioned above (Schoefer and Diamantopoulos 2008). Unemotional response styles include rather low levels of positive (i.e. Pleasure) and negative (i.e. Discontent and Concern) emotions. The only emotions that are above average are those of the Involvement dimension. On the other hand, Negatives contain rather high levels of Discontent emotions and rather low levels of Pleasure, Involvement and Concern emotions. In Positives, positive emotions (i.e. Pleasure and Involvement) predominate whereas negative emotions (i.e. Discontent and Concern) are absent. Concern emotional response styles are characterized by high levels of Concern emotions, moderate Discontent emotions and medium levels of Pleasure and Involvement. Moreover, the results suggest that the Positives emotional response style group is linked to a beneficial perception of relationship quality resulting in a strengthening of the buyer-seller relationship. Contrarily, the Negatives group is associated with the most unfavorable perceptions of relationship quality, therefore leading to a breakup of the buyer-seller relationship. The Concerned group exhibits rather low levels of relationship quality, often causing the weakening of the buyer-seller relationship. The Unemotional group shows average perceptions of relationship quality meaning that only a little effect on buyer-seller relationships can be observed, leaving the relationship unchanged.

After having reconsidered the concept of emotions in greater detail in this subsection I will proceed with a literature review of service failure and recovery experiences.

2.2 Literature on Service Failure and Recovery Experiences

First of all, it is to say that the role of emotions in service failure and recovery encounters will not be treated here in great detail again because this topic is already discussed in the chapter literature on emotions. Nevertheless, the concept of emotions cannot be strictly separated from this literature review when speaking about topics like service failures and recoveries since, for instance, satisfaction is a concept that is closely related to and often dealt with in combination with service failures and recoveries (Hart, Heskett and Sasser Jr. 1990) and at the same time is built up by positive and negative emotions (Bagozzi, Gopinath and Nyer 1999). Furthermore, emotion or affect influences the formation of opinions, impacts on behavior as well as affecting the perception of fairness which often comes into play when service failures and recoveries are to be examined (Goodwin and Ross 1990).

In the last decades, the literature on service failure and recovery has strongly extended since academics as well as practitioners have been attracted by this subject area (Fisk, Brown and Bitner 1993).

Basically, service failures can range from failures associated with the service itself (unavailable or unreasonably slow service), failures with the service provider (unprompted and unsolicited employee actions), failures that are beyond the service provider's control (as for example the weather) to failures that are related to the customer as for instance the customer falls ill (McColl-Kennedy and Sparks 2003). Bitner, Booms and Tetreault (1990) identified similar events in three service industries (hotels, restaurants and airlines) that generate satisfactory or dissatisfactory service encounters for customers. They distinguish among the three groups employee response to service delivery system failures (group 1), employee response to customer needs and requests (group 2) and unprompted and unsolicited employee actions (group 3) that cause service encounters to be either satisfactory or dissatisfactory. Group 1 includes response to unavailable service, response to unreasonably slow service and response to other core service failures (as for example a cold restaurant meal). In group 2, the following subcategories can be identified: response to "special needs" customers (for instance an airsick child), response to customer preferences, response to admitted customer error (for example in the case of a missed reservation) and response to potentially disruptive others. Group 3 contains attention paid to customer, truly out-of-the-ordinary employee behavior, employee

behavior in the context of cultural norms (as for instance treating everyone respectfully), gestalt evaluation (i.e. dis/satisfaction cannot be assigned to a specific attribute of the service encounter; rather the encounter is assessed altogether) and performance under adverse circumstances (for instance when employees work under extreme stress). The majority of the satisfactory encounters are located in group 3, followed by group 2 and group 1. This result suggests that events where customers obtain special treatment are more memorable to them in a positive sense than when employees respond to service delivery system failures or customer needs and requests. On the other hand, dissatisfactory service encounters have their sources in most of the incidents in group 1 and group 3. The lowest proportion of dissatisfactory encounters is located in group 2. Therefore, customers seem to remember those incidents stronger and more negatively where employees are unable or unwilling to respond to service delivery system failures and where customers respond negatively to unprompted and unsolicited employee actions. In a later study, Bitner, Booms and Mohr (1994) use this classification scheme for investigating service encounters from the employee's point of view in the same three service industries. They identified the same three groups as Bitner, Booms and Tetreault (1990) but further adding another group which is problematic customer behavior. This group contains the categories drunkenness, verbal and physical abuse, breaking company policies or laws and uncooperative customer (Bitner, Booms and Mohr 1994). Thus, the customer herself or himself is the cause for satisfaction or dissatisfaction as Bitner, Booms and Mohr (1994) found out. In their study and from the viewpoint of employees, satisfactory incidents are primarily caused by employee response to customer needs and requests, followed by employee response to service delivery system failures, unprompted and unsolicited employee actions and problematic customer behavior. In contrast, dissatisfactory incidents are mainly initiated by employee response to service delivery system failures, followed by problematic customer behavior, employee response to customer needs and requests and unprompted and unsolicited employee actions. When comparing both studies (Bitner, Booms and Mohr 1994; Bitner, Booms and Tetreault 1990), the major difference between the customer's and the employee's point of view regarding dissatisfactory incidents resides in group 3 (unprompted and unsolicited employee actions) and group 4 (problematic customer behavior). Therefore, customer incidents predominate in group 3 whereas in group 4 employee incidents naturally prevail. With reference to satisfactory incidents, the main differences are in group 2 (employee response to customer needs and requests) and

group 3 (unprompted and unsolicited employee actions). While group 2 is dominated by employee incidents, in group 3 customer incidents are prominent. When studying an internal service encounter (i.e. the interaction between an internal customer or employee and an internal service provider) Gremler, Bitner and Evans (1994) identified the same three groups as Bitner, Booms and Tetreault (1990) did. But in group 1, the former authors found another subcategory which is employee response to company errors and they further discovered that for an internal service encounter fewer categories would be necessary. Most of the incidents could be assigned to the subcategories employee response to company errors, employee response to internal customer preferences and attention paid to the internal customer.

To gain insight into the service recovery process, the following figure (Figure 3) depicts a framework for service recovery.

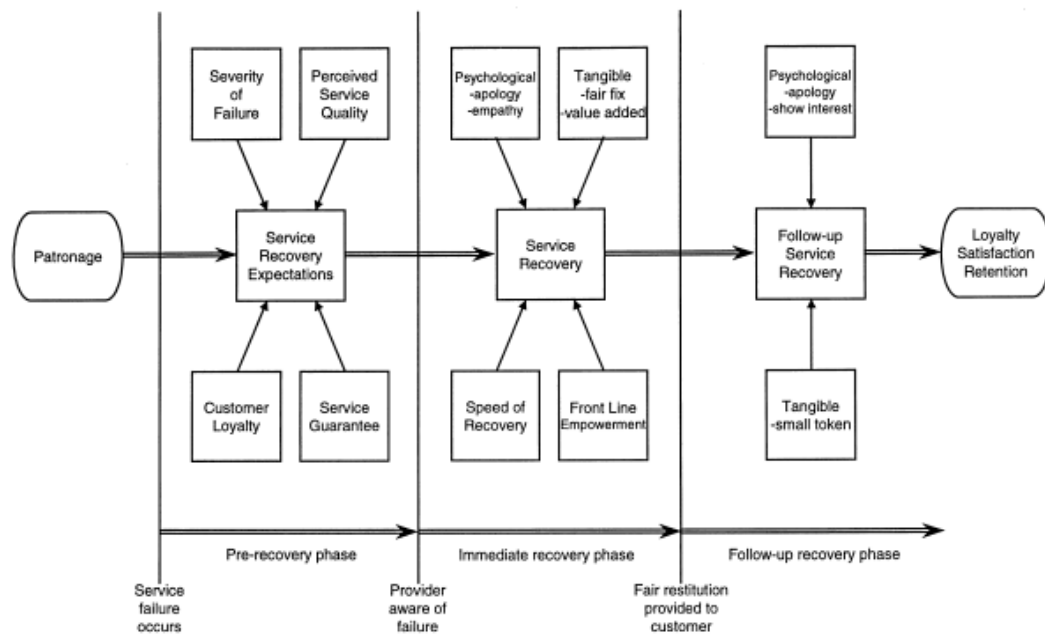


Figure 3: A Service Recovery Framework.
(Miller, Craighead and Karwan 2000, p. 388)

In a first step, the customer forms service recovery expectations when a service failure occurs depending on factors such as severity of the failure, perceived service quality, customer commitment or loyalty and service guarantee (Miller, Craighead and Karwan 2000). This is the pre-recovery phase. Then, when the service provider notices that a failure happened service recovery is ideally initiated including psychological and tangi-

ble recovery efforts and recovery delivery aspects such as speed of recovery and empowerment of employees (immediate recovery phase). After reparation (follow-up recovery phase), the follow-up recovery takes place accompanied again by psychological and tangible activities. Service recovery outcome measures are represented by satisfaction, loyalty and retention. In the next paragraphs, the phases of the recovery process will be treated in more detail. Further on, it is to say that this figure should only give a review of the process of service recovery because it shows an illustration of one study and not a generalization of the whole field of service recovery since other authors view the service recovery process in a different way consisting of other antecedents and relationships than suggested by this framework. Therefore, the literature reviewed in the following passages will deviate to some degree from the presented service recovery process.

With respect to service recovery in general, Hart, Heskett and Sasser Jr. (1990) suggest that several aspects should be taken into account when service recovery ought to be successful. Therefore, companies should measure the costs that are associated with an effective service recovery and they should try to take over the costs that the service failure produced or at least show a kind of sorrow. An apology seems to be a fundamental ingredient when trying to recover from a service failure (Bell and Zemke 1987; McColl-Kennedy and Sparks 2003; Tax, Brown and Chandrashekar 1998). But an apology sometimes does not represent a means sufficient for service recovery; instead a tangible outcome to compensate for the loss suffered is more appropriate (Goodwin and Ross 1990; Miller, Craighead and Karwan 2000). Hart, Heskett and Sasser Jr. (1990) indicate that other factors important for service recovery are to break the silence or identify the problem, listen carefully to complaining customers and facilitate lodging complaints in general (see also Spreng, Harrell and Mackoy 1995) as for example asking customers about the encounter or using customer suggestion boxes. Thus, providing an explanation, taking responsibility and showing care are advisable (Andreassen 2000; Bitner 1990; McColl-Kennedy and Sparks 2003; Miller, Craighead and Karwan 2000; Sparks and McColl-Kennedy 2001). Moreover, Hart, Heskett and Sasser Jr. (1990) suggest that companies should anticipate the needs for recovery what means that organizations should be able to detect areas of potential problems as for instance areas where new services are offered or where workers are unacquainted. Further on, when a service failure occurs the company should act and respond as fast as possible to solve the problem.

Also Bell and Zemke (1987), Grönroos (1988) and Miller, Craighead and Karwan (2000) suggest an urgent reinstatement. Another aspect that should be taken into account is that front-line employees should be trained and empowered to respond to the customers' needs and problems and get the responsibility required to resolve problems on their own (Hart, Heskett and Sasser Jr. 1990). This argument is supported by several other studies (see, for instance, Andreassen 2000; Bell and Zemke 1987; Bitner 1990; Bitner, Booms and Mohr 1994; Bitner, Booms and Tetreault 1990; Goodwin and Ross 1990; McColl-Kennedy and Sparks 2003; Miller, Craighead and Karwan 2000; Spreng, Harrell and Mackoy 1995; Tax, Brown and Chandrashekar 1998). A concluding factor that should be considered is the closing of the customer feedback loop meaning that customers are asked for feedback and that they are informed how their complaints or suggestions are incorporated in the whole process (Bell and Zemke 1987; Hart, Heskett and Sasser Jr. 1990; Miller, Craighead and Karwan 2000). Often, a customization of the service recovery strategy seems to be adequate so that customers feel that their specific situations and circumstances are taken seriously (Hedrick, Beverland and Minahan 2007; McColl-Kennedy and Sparks 2003). Davidow (2003) mentions that six dimensions of organizational responses to customers' complaints after service failures exist (timeliness, facilitation, redress, apology, credibility and attentiveness) what underpins the above described aspects of successful recoveries.

As already mentioned above one concept that is closely linked to service failures and recoveries is the concept of satisfaction (Hart, Heskett and Sasser Jr. 1990; Hedrick, Beverland and Minahan 2007). Satisfaction can be defined as "the point at which experience exactly matches expectation" (Bell and Zemke 1987, p. 32). Therefore, if the experience falls short of customers' expectations the customer is dissatisfied and angry whereas when the experience exceeds expectations the customer is likely to be very satisfied and delighted (Bell and Zemke 1987). In general, customer satisfaction declines when an incident is experienced as a service failure by the customer and the lower the failure acceptability is (Michel 2001). Miller, Craighead and Karwan (2000) and Smith and Bolton (1998) found out that a successful service recovery can basically affect (overall) satisfaction in a positive way. Spreng, Harrell and Mackoy (1995) hold that overall satisfaction depends on satisfaction with several elements of the service itself and on satisfaction with the service recovery process which is represented by satisfaction with the claims personnel in this case. In two service settings (restaurants and

hotels), Smith and Bolton (1998) discovered that also repatronage intentions are positively influenced by satisfaction with the service recovery and by cumulative satisfaction (i.e. satisfaction updated throughout previous encounters). Also Spreng, Harrell and Mackoy (1995) maintain that overall satisfaction positively impacts on repurchase intentions and positive word-of-mouth intentions. Chandrashekar, Rotte, Tax and Grewal (2007) state that satisfaction consists of the two dimensions level of satisfaction and satisfaction strength. In two studies, they found out that the level of satisfaction strength has a great importance on the transformation of satisfaction into loyalty. This depends on the degree with which satisfaction is held (low or high uncertainty). This means that when satisfaction uncertainty is lowest satisfaction turns into loyalty to the greatest degree. Otherwise, when satisfaction uncertainty is high, satisfaction translates into loyalty to a lesser extent meaning that customers are more likely to defect. Also Andreassen (1999) explored that satisfaction with complaint resolution positively affects customer loyalty. He further demonstrates that the service providers' corporate image influences customer loyalty positively. Chandrashekar, Rotte, Tax and Grewal (2007) also discovered that other factors such as duration of relationship, sales volume and prior experience impact on satisfaction uncertainty which in turn influences satisfaction and consequently also loyalty. Thus, when the duration of the relationship advances or when volume of business ascends or when prior experiences are more favorable the damaging effect of satisfaction uncertainty increases. Miller, Craighead and Karwan (2000) suggest that a successful service recovery can generally influence loyalty as well as retention in a positive way.

Another determinant of loyalty is trust which includes the two dimensions trust magnitude and trust uncertainty as claimed by Rotte, Chandrashekar, Tax and Grewal (2006). They found support for the assumption that trust magnitude declines when dissatisfaction with the complaint handling or service recovery increases. In this case, positive past experiences can lessen the harmful influence of dissatisfaction on trust magnitude. Furthermore, these authors maintain that trust uncertainty rises when dissatisfaction with the complaint handling increases. Here, consumers with prior favorable experiences but dissatisfied with the complaint handling show a greater degree of trust uncertainty. Therefore, the results suggest that the paradox of defection-despite-trust exists and that the vulnerability of consumers who exhibit high levels of trust uncertainty is increased resulting in a decrease of the impact of trust on loyalty. Also Tax, Brown and Chandrashekar (1998) state that satisfaction with complaint handling

positively impacts on trust in general. These authors also found out that prior positive experiences can mitigate the negative effect of dissatisfaction with complaint handling on commitment but not on trust.

Customer satisfaction can also act as an antecedent to customer service recovery expectations as claimed by Kelley and Davis (1994) who investigated the antecedents to customer service recovery expectations and who discovered that service quality and customer organizational commitment affect service recovery expectations directly while customer satisfaction influences customer expectations indirectly. This means that customers who experience high levels of service quality have higher expectations for service recovery. This finding is supported by a study of Miller, Craighead and Karwan (2000). Furthermore, service quality positively influences customer satisfaction as well as customer organizational commitment (Kelley and Davis 1994). Grönroos (1988) describes service quality as what the customer perceives as quality and the comparison between expected and experienced quality which depend on quality dimensions (technical or outcome dimension and functional or process-related dimension), image of the service provider, market communication, word-of-mouth and customer needs. He identifies six criteria that determine good perceived service quality: professionalism and skills, attitudes and behavior, accessibility and flexibility, reliability and trustworthiness, recovery and reputation and credibility. Getting back to the study of Kelley and Davis (1994), higher levels of customer satisfaction also signify higher levels of customer organizational commitment. This is also supported by the study of Tax, Brown and Chandrashekar (1998). Moreover, customers who are more committed to a service organization also have higher service recovery expectations after a service failure occurred (Kelley and Davis 1994). Therefore, service quality and customer organizational commitment act as antecedents and directly impact on service recovery expectations whereas customer satisfaction indirectly influences customer service recovery expectations. In general, it can be said that relationships are dependent on commitment and satisfaction (Aaker, Fournier and Brasel 2004; Dwyer, Schurr and Oh 1987). In contrast, Andreassen (2000) studied the antecedents of customer satisfaction with service recovery and partly supports the findings of Kelley and Davis (1994). Thus, perceived service quality positively influences disconfirmation and satisfaction with service recovery (Andreassen 2000). But in his study, expectations of service recovery positively impact on disconfirmation and satisfaction with service recovery and not vice

versa. Also service performance positively influences disconfirmation (McCollough, Berry and Yadav 2000). Furthermore, Andreassen (2000) found out that quality of service recovery strongly affects equity which represents the perceived fairness of the service recovery outcome. In turn, equity has a significant influence on satisfaction with service recovery. These findings support the view that for customers the outcome comes first, followed by the recovery process and that fairness plays an important role when recovering from a service failure. On the other hand, Spreng, Harrell and Mackoy (1995) state that in the case of a service failure the service recovery process has the largest effect on customers' behavioral intentions. Bell and Zemke (1987) and Miller, Craighead and Karwan (2000) demonstrate that the management of both the process and the outcome is of importance. Hence, opinions differ in large part.

But recovery expectations can work as antecedents to customer satisfaction (Hess Jr., Ganesan and Klein 2003) what is the reverse of the results from the study of Kelley and Davis (1994). Hess Jr., Ganesan and Klein (2003) explored the impact of relationship factors on customer satisfaction in the context of service failure and recovery and how customer-organization relationships influence customers' responses when a service failure and a recovery take place. They found out that when customers have higher expectations that the relationship will continue, their expectations towards service recovery are lower when a service failure occurs and a less stable cause is thought to be responsible for the failure in this case. Hence, satisfaction with the service performance after the recovery is increased when recovery expectations and stability attributions are lower (Hess Jr., Ganesan and Klein 2003; McCollough, Berry and Yadav 2000). Also Bitner (1990) and Smith and Bolton (1998) found out that a stable cause regarding service failures results in customers being dissatisfied. When the failure is supposed to be stable also repatronage intentions are lower as investigated by Smith and Bolton (1998) in a restaurant context. Further on, past experiences seem to play an important role in forming expectations (Hess Jr., Ganesan and Klein 2003). The authors explored that the number of past encounters with the service organization and the quality of past service performance positively affect the customers' expectations of continuing the relationship. Also the severity of the failure should not be underestimated because the results show that the more severe the failure the higher the customers' service recovery expectations. This finding is supported by a study of Miller, Craighead and Karwan (2000), too. Service recovery expectations are also strengthened when customers perceive that the failure is controllable by the organization (Hess Jr., Ganesan and Klein 2003). This

controllability of the cause of the service failure is responsible for greater dissatisfaction of the customers (Bitner 1990). Moreover, the quality of service recovery performance influences customers' satisfaction with the service performance stronger when customers hold higher recovery expectations than when customers hold lower recovery expectations (Hess Jr., Ganesan and Klein 2003). These authors also found out that the decline in customers' satisfaction with the service performance for average to poor quality of recovery performance is larger than when the quality goes down from excellent to average. The variables gender, typicality of the failure and importance of the service performance also impact on expectations and attributions. The findings support the view that relationships buffer the negative effect that service failures have on customer satisfaction. Also physical surroundings such as an organized and professional service environment can affect customers' attributions of stability in such a way as to enable customers to attribute the failure to a less stable cause which in turn influences customer satisfaction more positively (Bitner 1990).

Adding justice dimensions to the investigation of satisfaction with service recovery is an approach that is often applied as well in service recovery contexts. The fairness or equity with which a customer is treated builds the background of these justice theories (Blodgett, Hill and Tax 1997; Goodwin and Ross 1990; McColl-Kennedy and Sparks 2003). Three forms of justice can be identified: distributive justice, procedural justice and interactional justice. Distributive justice concentrates on the fairness of the outcome of the service recovery process that the customer obtains whereas procedural justice involves centering on the fairness of the process to recover from a service failure and to arrive at the outcome and interactional justice is focused on the interaction between service provider and customer or the interpersonal treatment that customers receive during the procedure of service recovery (Blodgett, Hill and Tax 1997; Goodwin and Ross 1990; McColl-Kennedy and Sparks 2003; McCollough, Berry and Yadav 2000; Sparks and McColl-Kennedy 2001; Tax, Brown and Chandrashekar 1998). Outcomes may include refunds, replacements, repairs, credits, correction plus, apologies or even no resolution while procedures are examined in terms of responsibility, timing or speed, convenience, follow-up, controllability, flexibility and knowledge of the process whereas interaction is evaluated by aspects such as politeness, empathy, effort, giving explanations, honesty and attitude (Tax, Brown and Chandrashekar 1998). Generally speaking, customer satisfaction is increased when customers hold positive perceptions

of distributive, procedural and interactional justice (McCollough, Berry and Yadav 2000; Smith, Bolton and Wagner 1999). Tax, Brown and Chandrashekar (1998) also demonstrate in their study that the three justice dimensions positively affect satisfaction with complaint handling. McColl-Kennedy and Sparks (2003), for instance, state that customers engage in thinking about and evaluating a negative event (service failure or poor service recovery), the conduct of the service provider and the moral principles employed by the service provider with regard to distributive, procedural and interactional principles. But the effect of each justice dimension varies from study to study. For example, Tax, Brown and Chandrashekar (1998) explored that high levels of all three justice dimensions are necessary to satisfy customers at least moderately when handling complaints what supports the view that interactions between the justice components exist (McCollough, Berry and Yadav 2000; Sparks and McColl-Kennedy 2001). Blodgett, Hill and Tax (1997) reveal an interaction between distributive and interactional justice. Most of the incidents reported in the study of Tax, Brown and Chandrashekar (1998) are related to the interactional justice dimension signifying that the interaction between employee and customer should be drawn considerable attention to by the service provider when facing a service failure. Smith, Bolton and Wagner (1999) discovered that in two service settings (restaurants and hotels) customers exhibit higher levels of dissatisfaction when they experience process failures than when they experience outcome failures and high magnitude failures (or failures of great severity) provoke customers to be more dissatisfied than in the case of low magnitude failures. On the other hand, Smith and Bolton (1998) maintain that dis/satisfaction is higher when outcome failures occur than when process failures occur but they agree on the previously mentioned statement that recoveries from failures of high magnitude are more difficult. Sparks and McColl-Kennedy (2001) found a significant interaction between type of compensation (distributive justice) and adherence to policy (procedural justice). Particularly, a moderate compensation (50 % refund) results in higher levels of customer satisfaction when the service provider adheres to company policies whereas a low compensation (two drink vouchers) causes higher levels of customer satisfaction when the service provider grants a special concession to the customer than simply adhering to company policies. Basically, customers perceive that they are treated more fairly when the service provider complies with company procedures (Goodwin and Ross 1990; Miller, Craighead and Karwan 2000). Moreover, the level of concern expressed by the service provider also plays an important role with respect to customer satisfaction

as high concern entails more positive levels of satisfaction and re-use of the service (Sparks and McColl-Kennedy 2001). Also disconfirmation positively impacts on satisfaction. This is supported by articles from Andreassen (2000), Hess Jr., Ganesan and Klein (2003), McCollough, Berry and Yadav (2000) and Smith, Bolton and Wagner (1999). In this context, disconfirmation refers to the customer drawing comparisons between perceived performance and expectations (McCollough, Berry and Yadav 2000). Therefore, a positive disconfirmation occurs when performance outweighs expectations, a negative disconfirmation arises when performance lags behind expectations and confirmation relates to the case when performance equals expectations. Moreover, Smith, Bolton and Wagner (1999) found out that compensation positively influences perceptions of distributive justice whereas when service recovery takes place quickly the perceptions of procedural justice are more positive. Further on, the perceptions of interactional justice are positively affected by a recovery that involves an apology and that is induced by the service organization itself. Compensation has a greater impact on distributive justice in the case of an outcome failure than in the case of a process failure. When an outcome failure occurs, a recovery that is speedy affects procedural justice much stronger but only in a hotel setting. An apology and an organization-initiated recovery positively influence the perceptions of interactional justice in the case of a process failure, again only in a hotel context. In addition, compensation positively affects distributive justice in the case of a low failure magnitude, especially in the hotel context. But a moderate level of compensation has a greater effect on distributive justice when failure magnitude is low than when the level of compensation is high. In the restaurant setting, compensation influences perceptions of distributive justice stronger when the failure is more severe. In both contexts, a speedy recovery positively affects procedural justice in the case of low failure magnitude. But the effects of an apology and an organization-initiated recovery on perceived interactional justice do not distinguish as a result of the failure magnitude in both the restaurant and the hotel context. Not only satisfaction is affected by justice dimensions but also customers' repatronage intentions as well as negative word-of-mouth (Blodgett, Hill and Tax 1997). According to these authors, distributive and interactional justice positively impact on repatronage intentions and negatively influence negative word-of-mouth intentions while procedural justice has no effect on both repatronage and word-of-mouth. The study also indicates that interactional justice is the parameter which affects repatronage and negative word-of-mouth intentions most strongly. When both distributive and inter-

actional justice levels are high repatronage intentions are strengthened and negative word-of-mouth intentions are attenuated. In contrast, the combinations of medium distributive/high interactional justice and low distributive/high interactional justice produce higher repatronage intentions and lower negative word-of-mouth intentions than when high distributive and low interactional justice emerge meaning that a courteous treatment of customers outweighs the refund received producing intentions to repatronize a firm and avoiding intentions to engage in negative word-of-mouth. Thus, the amount of the refund is of little importance.

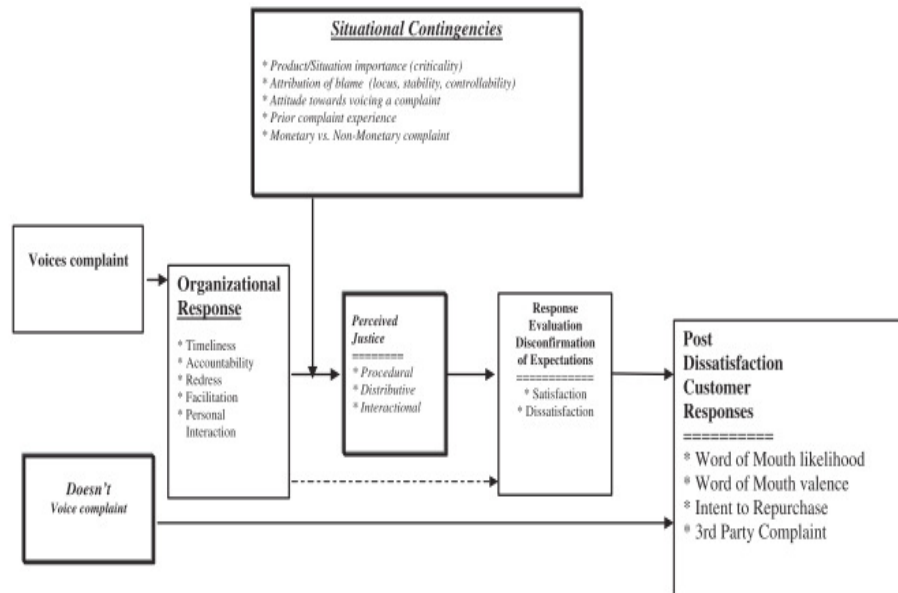
Two effects that are worth mentioning when dealing with topics such as service failures and recoveries are the effects of “service recovery paradox” and “double deviation”. When a service failure occurs and the service organization is able to recover successfully from the failure, the customer sometimes exhibits higher levels of satisfaction after the service failure than before the failure or when no failure had occurred creating a so-called “service recovery paradox” (Hart, Heskett and Sasser Jr. 1990; Maxham III and Netemeyer 2002; McCollough, Berry and Yadav 2000; Tax, Brown and Chandrashekar 1998) whereas a “double deviation” effect arises when a poor service recovery following a service failure results in the already low customer satisfaction or evaluations being intensified so that satisfaction or evaluations are even lower in the end (Bitner, Booms and Tetreault 1990; Hart, Heskett and Sasser Jr. 1990; Hess Jr., Ganesan and Klein 2003; Maxham III and Netemeyer 2002; McCollough, Berry and Yadav 2000; Tax, Brown and Chandrashekar 1998). Indeed, the existence of the “service recovery paradox” is proven by some studies but neglected by others. For example, McCollough, Berry and Yadav (2000) discovered in two experimental studies that even a superior service recovery following a service failure is not able to fully restore or actually increase customer satisfaction than when the service failure could have been avoided implying that a “recovery paradox” effect could not be verified empirically. In contrast, Michel (2001) maintains that customers who report a service failure followed by a successful and better than expected service recovery exhibit higher levels of customer satisfaction than when no failure occurred what underpins the existence of the “service recovery paradox”. Also Smith and Bolton (1998) detect a “recovery paradox” whereby a very satisfying service recovery results in higher levels of satisfaction and repatronage intentions. Maxham III and Netemeyer (2002) investigated in a repeated measures field study customers’ perceptions of satisfaction with the service provider,

word-of-mouth recommendations and repurchase intentions when two service failures and subsequent service recoveries occurred. After one failure, they found support for the appearance of a “service recovery paradox” when the recovery is successful. In the case of a second failure, the findings do not suggest that the recovery results in such a paradox. Instead, an unsatisfactory recovery after the second failure or two sequenced unsatisfactory recoveries can produce a “double deviation” effect. In their study (Maxham III and Netemeyer 2002), the sequence of the recoveries seems to play an important role since customer ratings are higher when the second service recovery – after an unsatisfactory first recovery – is satisfactory than vice versa. Irrespective of a satisfactory or unsatisfactory first recovery, customer evaluations are affected either positively or negatively depending on the outcome of the second recovery. Furthermore, when service recovery after one failure is satisfactory the authors reveal a more drastically increased change in recovery expectations and failure severity evaluations from the first to the second failure. In contrast, attributions of blame toward the service provider are strengthened when customers experience an unsatisfactory recovery after one service failure. Moreover, failure similarity and time proximity of the two failures mitigate service recovery efforts.

Since the topic of the study at hand is about service recovery experiences, how buyers respond to service failures and recoveries and how the buyer-seller relationship is affected by them, the existing literature on customers’ responses to service failures and relationship factors should be paid attention to. From a buyer’s perspective, different responses to a complaint or service failure are possible. Singh (1988) proposes a distinction between voice responses (for instance no action, request compensation from the seller), private responses (e.g., word-of-mouth communication) and third party responses (for example take legal action) when consumers are dissatisfied. Hansen, Swan and Powers (1997) identified very similar dimensions of complaint behavior intentions of industrial buyers. The three dimensions are no action or voice dimension, private action dimension and third party dimension. Again, in industrial markets, Hansen, Swan and Powers (1996) detected different dissatisfaction response styles when organizational buyers are dissatisfied and make a complaint. The dissatisfaction response styles include the four groups complainers, wait and squawk, activists and squawkers which are predicted by four relationship variables (vendor expertise, jurisdictional disagreement, vendor-buyer communication and dependency). Therefore, the type of response

style used is dependent upon the relationship between buyer and seller. The majority of the sample belongs to the complainers who are not reluctant to lodge a complaint and who demand of the supplier to care for the problem or failure. In this case, the buyer-seller relationship is often marvelous with high levels of vendor expertise, vendor-buyer communication and dependency and a low level of jurisdictional disagreement. The wait and squawk group represents a small proportion of the sample and is characterized by either do nothing or contact third parties. The relationship consists of low levels of vendor expertise and dependency and a high level of jurisdictional disagreement as well as a moderate communication. Activists (17 % of the sample) engage in activities such as complaining to the supplier, warning co-workers and switching. The relationship between buyer and seller is characterized by the lowest levels of vendor expertise, communication, dependency and jurisdictional disagreement. Around a quarter of the sample are squawkers who are more likely to contact third parties, complain to the seller and warn purchasers from outside the firm. High levels of vendor expertise, dependency and jurisdictional disagreement and a poor communication best describe this buyer-seller relationship. In a later study, Hansen, Swan and Powers (1997) identified the same four groups with the exception that activists are renamed as word-of-mouth complainers. With respect to the buyer-seller relationship the relationship variables are also modified to a certain extent in the later study, now comprising goal incompatibility, domain dissensus (i.e. jurisdictional disagreement), vendor-buyer communication and dependency. Moreover, other variables are included namely expert power and referent power. Overall, it is advisable for the seller to offer expertise to the buyer, to arrange for an efficient communication, to prevent conflicts with buyers and to avoid that the buyer becomes too dependent on the supplier (Hansen, Swan and Powers 1996, 1997). Ping Jr. (1993) investigated in a study the retailers' responses to problems in the relationship with their primary supplier and partly agrees with the above mentioned responses of customers. For him, possible reactions range from loyalty, voice, opportunism and exit to neglect (i.e. contact is reduced). Further on, he detects that satisfaction, investment, switching cost and alternative attractiveness work as antecedents to these responses whereupon satisfaction is positively related to voice and negatively to exiting and neglect. Moreover, investment is positively associated with voice and negatively with neglect whereas switching cost is positively related to loyalty. Alternative attractiveness is positively linked to opportunism, exiting and neglect. In a later study (Ping Jr. 1997), he also discovered that satisfaction and the cost to exit the relationship strongly influence

the decision to voice in a business-to-business relationship. To conclude and to allow for an overview of the complaint process and the corresponding relationships inherent in the process which are described in the previous paragraphs, a model of postcomplaint customer behavior responses (Davidow 2003) is illustrated below (Figure 4).



NOTE: New additions to the model are highlighted by heavy borders and italicized contents. The broken arrow suggests a possible direct effect.

Figure 4: Postcomplaint Customer Behavior Responses Model.
(Davidow 2003, p. 247)

First of all, the customer decides to voice a complaint or not when a service failure occurs (Davidow 2003). If a complaint is made by the customer several organizational responses concerning timeliness, accountability, redress, facilitation and personal interaction are possible. Perceived justice (procedural, distributive and interactional) works as a mediator between organizational response and postcomplaint customer behavior and provides a basis for establishing satisfaction or dissatisfaction. In this step, the organization's response as well as the customer's expectations are evaluated by the customer. Also situational contingencies such as product or situation importance, attribution of blame, attitude towards voicing a complaint, prior complaint experience and monetary versus non-monetary complaints play a role when handling a complaint. In either case, when the customer lodges a complaint or not, the (postdissatisfaction) customer's response may be measured using word-of-mouth likelihood, word-of-mouth valence, repurchase intention and third party complaint. Again, it should be noted that

this model only presents a possible framework for customers' responses to complaints or service failures.

After having presented the existing literature on service failure and recovery experiences in greater detail in this subsection I will pass on to the research gaps and the rationale for the study at hand.

2.3 Rationale for the Present Study and Research Gaps

Customer satisfaction is measured for several branches by the so-called Kundenmonitor Österreich which analyzes the customer orientation of companies in Austria using online interviews and as the values in Figure 5 show some branches have improved (e.g., opticians and food product markets) and some not (e.g., banks and savings banks) concerning the area of customer satisfaction.

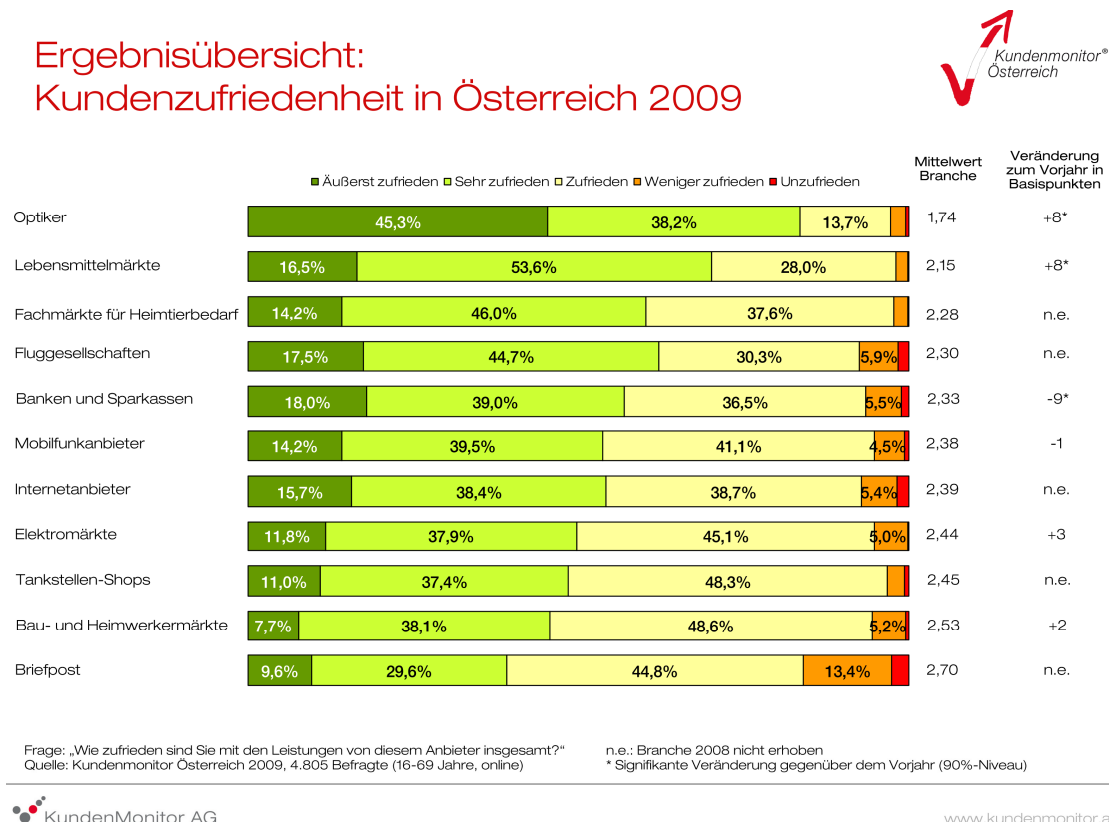
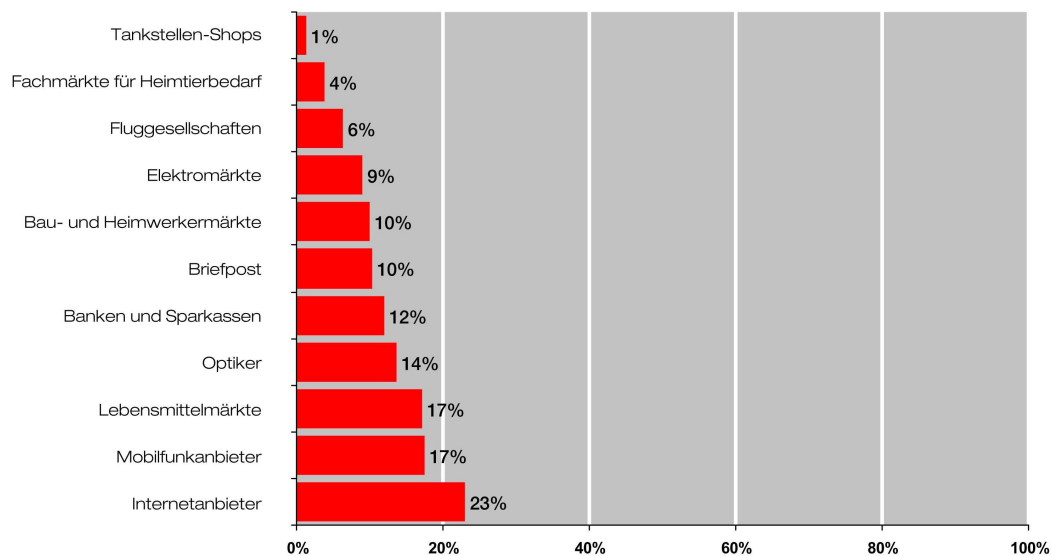


Figure 5: Customer Satisfaction in Austria 2009.

(http://www.kundenmonitor.eu/index.php/oesterreich.html?file=tl_files/downloads/kum_o_de/PM091119_KundenmonitorAT_Kurzinformation.pdf)

Although the values present a picture of relatively satisfied customers, there are customers who are less satisfied or even dissatisfied what is also illustrated in Figure 6 which depicts complaint rates for certain branches in Austria in 2009 showing that internet service providers (23 %), mobile communications providers (17 %) and food product markets (17 %) provide the subject for most of the complaints.

Beschwerderaten in Österreich 2009



Frage: „Hatten Sie in den letzten zwölf Monaten eine Reklamation oder Beschwerde bei diesem Anbieter?“ (Ausgewiesene Anteile: „ja“)
 Quelle: Kundenmonitor Österreich 2009, 4.805 Befragte (16-69 Jahre, online)

KundenMonitor AG

www.kundenmonitor.at

Figure 6: Complaint Rates in Austria 2009.

(http://www.kundenmonitor.eu/index.php/oesterreich.html?file=tl_files/downloads/kum_o_de/PM091119_KundenmonitorAT_Kurzinformation.pdf)

When a product or service failure occurs, a customer's complaint often seems to be nothing but logical in this case resulting in the increased assignment of time, money and other resources (Stauss and Seidel 1998). These authors also argue that in many cases firms make it more difficult for customers to file complaints in order to save the aforementioned resources leading to dissatisfied customers who break up business relations and choose to leave the company and switch to competitors. But this in turn often causes higher costs than when the complaint is dealt with and solved immediately. The reactions of dissatisfied customers can be diverse ranging from actual complaints (30 % – 60 %), contacting third parties (to a maximum of 20 %) which include consumer organizations, the media or boards of arbitration, customer churn (20 % – 50 %), negative

word-of-mouth (20 % – 60 % toward 5 – 11 persons on average) to simply doing nothing (20 % – 60 %) as is illustrated in Table 1 (Homburg and Fürst 2007). These responses are also reported by Sparks and McColl-Kennedy (2001). These reactions are not mutually exclusive with the exception of inactivity, they can occur parallel or sequential. The values show a relatively rough scope due to the multitude of influencing factors and differences in the studies used.

Form der Kundenreaktion auf Unzufriedenheit	Häufigkeit der jeweiligen Kundenreaktion auf Unzufriedenheit
Beschwerde bei Unternehmen	30 % – 60 %
Kontakt zu Drittpartei	≤ 20 %
Abwanderung	20 % – 50 %
Negative Mund-zu-Mund-Kommunikation	20 % – 60 % (gegenüber durchschnittlich 5 – 11 Personen)
Inaktivität	20 % – 60 %

Table 1: Empirically Calculated Frequencies of Different Customer Responses to Dissatisfaction.
(Homburg and Fürst 2007, p. 45)

In the face of the above mentioned consequences of complaints, the handling and management of complaints is of great importance and it should be used to achieve customer satisfaction and loyalty (Stauss and Seidel 1998; Tax, Brown and Chandrashekar 1998). This is supported by Table 2 which shows the reactions of customers to complaint handling (Fürst and Homburg 2007) ranging from satisfaction with complaint handling (30 % – 60 %), customer loyalty (70 % – 90 % of satisfied complainants) to word-of-mouth where the probability of negative word-of-mouth is greater than the probability of positive word-of-mouth. Furthermore, the magnitude of negative word-of-mouth (toward 10 – 19 persons on average) is greater than the magnitude of positive word-of-mouth (toward 5 – 11 persons on average). In this light, complaints should be seen as a business challenge and a chance to recover from a failure or negative situation and to keep customers rather than neglecting the occurrence of complaints.

Form der Kundenreaktion auf die Beschwerdebehandlung	Häufigkeit der jeweiligen Kundenreaktion auf die Beschwerdebehandlung
Beschwerdezufriedenheit	30 % – 60 %
Kundenbindung	70 % – 90 % (der zufriedenen Beschwerdeführer)
Mund-zu-Mund-Kommunikation (MZMK)	Wahrscheinlichkeit negativer MZMK > Wahrscheinlichkeit positiver MZMK Ausmaß negativer MZMK (gegenüber durchschnittlich 10 – 19 Personen) > Ausmaß positiver MZMK (gegenüber durchschnittlich 5 – 11 Personen)

Table 2: Empirically Calculated Frequencies of Different Customer Responses to Complaint Handling.
(Homburg and Fürst 2007, p. 52)

Therefore, an exploration of complaint handling or service recovery as well as its impact on the buyer-seller relationship and the role of emotions is very important due to the already mentioned reasons in Table 2. Complaint handling that results in satisfied complainants (70 % – 90 %) adds up to the formation of customer loyalty what is essential for efficient companies and the maintenance of the relationship between buyer and seller. Moreover, firms prefer to avoid negative word-of-mouth which is often the outcome of unresolved complaints.

Thus, studying the topic of service recovery experiences is of considerable interest for both researchers and practitioners like marketing managers. Hence, implications are not only of academic but also of managerial nature. The reasons why this study should be conducted bring us directly to the research gaps present in the existing literature regarding the topic under investigation. As these quotes indicate, the gaps in the literature are existent:

“Although service recovery is recognized by researchers and managers as a critical element of customer service strategy, there are few theoretical or empirical studies of service failure and recovery issues” (Smith, Bolton and Wagner 1999, p. 356).

“[...] little research has focused on the emotional and behavioural intentions of relationship-based customers when a service failure occurs” (Hedrick, Beverland and Minahan 2007, p. 65).

As the literature review suggests there is a respectable amount of articles concerning service failures and recoveries in general (which failures can occur and what is necessary for a successful recovery), their outcomes (customer satisfaction, loyalty, word-of-

mouth, repurchase intentions and so on), the antecedents associated with them (expectations, perceptions of fairness, stability attributions, attributions of blame, failure magnitude or severity, controllability of the failure, prior experiences and so forth). The types of complaining customers, the types of customers' responses and relationship variables as for example dependency and communication are described in the existing literature. Also the role of emotions is discussed in various disciplines as for example social psychology, consumer psychology or marketing in general. There exists a lot of literature on emotions in general, what factors influence them, what they cause and how they can be measured. The effects of emotions on relationships have also been investigated by the field of psychology. Some marketing studies have dealt with the role of emotions, too. So their impact on outcomes such as customer satisfaction and loyalty as well as on justice dimensions was already explored in service contexts. Emotional response styles to service recoveries were linked to relationship outcomes of buyer-seller relationships. Though, to date and to the best of my knowledge, no work exists that exactly identifies the relationship outcomes of a buyer-seller relationship generated by a service failure followed by a service recovery, especially in a business-to-business context. Also the reasons why these service recovery experiences result in certain relationship outcomes which in turn impact on the buyer-seller relationship are widely neglected by the literature. The same is true for the role of emotions in a service recovery context and its influence on the service recovery process, the relational outcomes and the reasons for the outcomes (experiential themes). Although a work (Schoefer and Diamantopoulos 2009) exists on consumers' emotional responses and its impact on buyer-seller relationships there is a need for extending the literature in this area especially in the case of empirically investigated results. This means in detail that the association between emotions and reformulation of the buyer-seller relationship as well as the existence of a pattern of emotions should be studied. Further on, the association between levels of emotions (positive, negative and all emotions) and relational outcomes is to be analyzed. Moreover, the combination of emotions that differentiates relationship outcomes should be explored. These gaps in the existing literature point to a demand for the research objectives and questions that are explained in the next section.

2.4 Research Objectives and Research Questions

In the face of the gaps in the established literature several objectives and questions abound that this research should address. First of all, the relational outcomes of a buyer-seller relationship after a service failure and subsequent recovery need to be explored in a business-to-business service context. Second, the experiential themes that are associated with the relational outcomes are to be identified. Third, the role of emotions in shaping these relationship outcomes is examined. Since the topic under investigation (in particular relational outcomes and experiential themes) has not been studied in detail in previous papers it is exploratory in nature. Therefore, instead of hypotheses research questions are used to investigate the topic at hand. The following research questions result from the research objectives described above. It should also be noted that they are very similar to the objectives and questions mentioned in the articles about gift giving from Ruth, Otnes and Brunel (1999) and Ruth, Brunel and Otnes (2004, p. 33). Naturally, they are adapted to the specific context of service recoveries in this study.

Research Question 1: Can service recovery experiences affect buyer-seller relationships? If yes, how do service recovery experiences affect buyer-seller relationships and what are their specific relational outcomes?

Research Question 2: Are there specific aspects of service recovery experiences that contribute to the relational outcomes? If yes, what are these aspects or these experiential themes associated with the relational outcomes?

Research Question 3: Is there a systematic association between customers' emotions and their perceptions of relationship realignment? If yes, what is the pattern of emotions associated with relationship outcomes?

Research Question 4: Is there a systematic association between levels of emotions – positive emotions, negative emotions and all emotions – and relationship realignment outcomes?

Research Question 5: Is there a combination of emotions that systematically distinguishes between relationship outcomes?

After clarification of the research objectives and research questions a description of the actual empirical study can now be effected.

3 Study 1

Study 1 investigates the qualitative part of this thesis which considers research question 1 and research question 2. In particular, the possible range of relational outcomes of a buyer-seller relationship and the experiential themes that can be associated with them during a service recovery encounter are identified.

3.1 Methodology

A mixed-method approach is chosen as the methodology appropriate to collect the relevant data and to be able to answer the research questions for study 1 and study 2. Telephone interviews are used as the data collection method most suitable for both studies. Since this work combines both quantitative and qualitative parts the telephone interview offers the possibility to employ methods that gather quantitative research data as well as qualitative research data so that deeper insights from a larger sample can be gained than as it would be possible with the mere use of quantitative methods (Craig and Douglas 2005).

The qualitative part of the study – which is study 1 – consists of open-ended questions (questions 1, 2 and 4 to 8) that identify the range of the relational outcomes and the experiential themes that are associated with them whereas the quantitative part – which is study 2 – contains a scaling question (question 3) that tries to clarify the role of emotions experienced during service recovery encounters (for more detail see the Interview Schedule in Appendix C). So the interview schedule that is described in more detail in the respective chapter involves a qualitative (study 1) and a quantitative part (study 2). Therefore, both studies are combined in one interview schedule so that data collection method and sampling are the same for study 1 and study 2. Thus, the richness of qualitative data is supplemented by the precision of quantitative data.

The method applied in the present study resembles more an individual in-depth interview over the telephone although the in-depth interview is typically much longer and more unstructured than the approach used (Craig and Douglas 2005; Wilson 2006). However, the interaction between interviewer and respondent becomes an integral part of the interview. A qualitative approach is more suitable due to the fact that behavior, attitudes and feelings of people play an important role in this study and a deeper understanding of respondents' behavior is necessary. Furthermore, the more individual aspect

enables probes to be made. Respondents can portray their narratives in their own words (Kvale 1983). This highlights the more exploratory nature of the work at hand. The behavior of organizational buyers and the reasons behind that behavior need to be understood. Insights should be gained as to how (relational outcomes) and why (experiential themes) organizational buyers realign their relationship with sellers when being confronted with a service recovery situation and if and how emotions impact on this process.

However, telephone interviews are chosen as the data collection method most suitable. Since those kinds of interviews are suitable for both business-to-business and consumer-type research (Craig and Douglas 2005; Wilson 2006) they are also an adequate means for the study at hand in which research is carried out in a business-to-business context. In this case, the interviews are conducted from my own home-based telephone instead of using a centralized call centre as is often done in practice. The interviews are not computer assisted as is often the case nowadays. Instead, they are audio taped so that interview transcripts can be produced. Potential respondents are chosen on account of personal contacts (19.4 % or nearly one third of the respondents) and by combing through an Austrian online telephone directory called Herold.

Telephone interviews have several advantages (Wilson 2006). First of all, the interviewer does not have to travel around and be situated next to the interviewee. Further on, interviewers can get hold of someone who cannot be reached in another way as for example businesspeople who are often not approachable in their office. Another advantage is the speed with which the interviews can be conducted. Moreover, nonresponse is usually low so that respondents are more likely to respond to questions (Craig and Douglas 2005).

On the other hand, telephone interviews exhibit some drawbacks (Craig and Douglas 2005; Wilson 2006). Due to the misuse of this kind of interview by non-(marketing) researchers (catalogue marketers, charities and so forth), people often show an attitude vis-à-vis researchers that is rather negative and hostile. This also happened in the present study but only in a few cases although people were advised of the fact that it is marketing research that is conducted for a diploma thesis. But the majority of respondents were rather cooperative. The persons' negative attitude also impacts on refusal rates resulting in decreasing rates of response. But, as already mentioned, people showed quite high levels of willingness to participate. Another disadvantage that is also observable in this study is that respondents lose their interest very quickly so the sched-

ule used cannot be very long and the telephone interview cannot last as long as a face-to-face interview. The shortest interview lasts 5 minutes and 47 seconds whereas the longest interview takes a time of 14 minutes and 25 seconds. So the duration varies to some extent depending on how interviewees elaborate on the answers. Whereas some are more reserved others are more open and eloquent. Moreover, no visual or tactile cues can be used so only the sense of hearing is activated leading to bored respondents in some cases. Lindlof and Taylor (2002) state that telephone interviews are rather impersonal because they cannot be conducted face-to-face. But in the study at hand this does not represent a serious problem because people were helpful anyway and such a large sample could not be approached face-to-face as this would have been very time-consuming. The aforementioned authors also argue that when respondents know that they are tape recorded they speak more formally. But respondents in this study did not seem to be very bothered by the tape recorder.

With regard to marketing ethics, respondents are instructed that the research is conducted for a marketing diploma thesis and that the interviews are tape recorded. Their consent is obtained and they are granted anonymity.

Finally, the methodology applied to the study is justifiable and it should be said that also the Critical Incident Technique and a phenomenological approach (described in more detail in the next sections) are incorporated in this work so that the methodology used is more complete and is further supported in qualitative aspects giving rise to data that is much richer.

3.1.1 The Critical Incident Technique (CIT)

The Critical Incident Technique or short CIT originates from the work of Flanagan (1954) presented to the field of social sciences where human behavior was examined. Since then, the method found its way into various disciplines as for instance service research where it has been utilized in a multitude of issues in service contexts (see, for example, the works of Bitner, Booms and Mohr 1994; Bitner, Booms and Tetreault 1990; Edvardsson 1992; Goodwin and Ross 1990; Miller, Craighead and Karwan 2000; Tax, Brown and Chandrashekaran 1998). As defined by Chell (1998, p. 56), “the Critical Incident Technique is a qualitative interview procedure which facilitates the investi-

gation of significant occurrences (events, incidents, processes, or issues) identified by the respondent, the way they are managed, and the outcomes in terms of perceived effects". What counts is the point of view of the respondent and not that of the researcher. In the case of service research, respondents usually speak about their experiences. Subsequently, the respondents' stories are content analyzed in such a way as to identify main categories and subcategories after determining a frame of reference for the characterization of the incidents (Gremler 2004).

Although the Critical Incident Technique exhibits some drawbacks (for more details see Limitations of the Study) there are several reasons for the use of this technique. First of all, the CIT method allows respondents to speak freely and in their own words (Edvardsson 1992). In the case of this study, interviewees talk about the (good or bad) incidents that come to their mind and that are of relevance to them when they have to think about a service failure and a subsequent service recovery. Specifically, interviewees are asked to remember an experience or occasion in which the handling of a complaint (or service recovery) resulted in one case in a good evaluation and in the other case in a bad assessment of the company involved. Further on, the accompanying range of relational outcomes (e.g., strengthening, weakening of the relationship) and the experiential themes associated with the relational outcomes (e.g., acceptance of mistakes, loss of reliability) can be revealed.

As the present work wants to detect the experiences the respondents underwent during service recoveries, the application of the Critical Incident Technique suits best for several reasons.

When using this method, respondents do not have to feel obliged to adapt to the researcher's language or talk about constructs predetermined by the interviewer (Gremler 2004). Second, the CIT method is not reliant on the generation of hypotheses (Gremler 2004) which is the case in the current thesis. For this work, the focus is on the discovery of patterns in the stories and experiences told so that the research questions can be answered.

Furthermore, through the retrieval of information from respondents, the specific phenomenon studied which are service recovery experiences and their impact on buyer-seller relationships may be better understood and managers can gain significant insights into the experiences made by and the behavior of customers when complaints need to be handled. Gremler (2004) also highlights the identification of details and examples con-

firming the results obtained what is impossible for example through the use of quantitative methods.

Since the topic under investigation is not treated extensively in the existing literature this method is appropriate in order to generate deeper insights into the phenomenon, to extend the already existing knowledge about it and to investigate the research objectives and questions posed.

3.1.2 The Role of Phenomenology

Van Manen (2007, p. 12) defines phenomenology as “a project of sober reflection on the lived experience of human existence – sober, in the sense that reflecting on experience must be thoughtful, and as much as possible, free from theoretical, prejudicial and suppositional intoxications”. A phenomenological approach has been applied to a number of studies in different contexts (see, for instance, Küpers 1998; Masberg and Silverman 1996; Stern, Thompson, Arnould 1998; Thompson, Locander and Pollio 1990).

Such an approach tries to gain insights into the respondent’s experiences so that a first-person view or description of the experience can be achieved while the researcher’s own knowledge or assumptions of the topic are put in brackets (Cope 2003; Durgee 1987; Fennell 1985; Giorgi 1983; Kvale 1983; Schipper 1999; Willig 2001). Usually, qualitative methods such as interviews are used to explore experiences (Lester 1999). The interviewee can freely speak about his or her lived experience (in detail) bearing in mind that he or she is the only one who has knowledge about that specific experience (Goulding 1999; Thompson, Locander and Pollio 1989). Thus, most of the talking should come from the respondent (Pollio, Henley and Thompson 1997). As this approach is not intended to approve hypotheses (Thompson, Locander and Pollio 1989) it is dedicated for the present research. Also follow-up questions and probes can be utilized to deepen the understanding of the experiences made by respondents. Open-ended questions especially qualify for such an approach and they constitute the main part of the interview schedule in the present study.

Thompson (1997) suggests an iterative process where in a first stage the text (for instance an interview transcript) is completely read so that an understanding or an overview can be obtained. In a second step, the interviews are reviewed in order to detect

patterns and differences in the interviews. This process is also supported by the article of Thompson, Locander and Pollio (1989). Interpretation of such interviews allows using the terminology of the respondents when building categories for example. However, the analysis of results produced rests with the researcher who interprets the interviewees' experiences (Willig 2001). The phenomenological approach supports and complements the Critical Incident Technique (CIT) that was already described by exploring individual incidents (Stern, Thompson and Arnould 1998). Thus, the phenomenological approach is adequate for the current study.

3.2 The Interview Schedule

In the study at hand an interview schedule (see Appendix C) is used that was slightly adapted to the topic under investigation because the original interview schedule was employed by the Chair of International Marketing at the BWZ in order to explore the topic complaint resolution (handling) experiences and the reformulation of buyer-seller relationships. Due to the similarity or equality of these topics the schedule is well suited for studying service recovery experiences and the reformulation of buyer-seller relationships.

After having executed three phases of pretests with a business-to-consumer (or short B2C) sample with five persons in order to make the interview schedule understandable and clear, the interview schedule was established and was ready for implementation. Five persons seem to be somewhat small-sized for a pretest but as the interview schedule was already in use by the Chair of International Marketing only minor modifications in sequence and wording had to be made. Therefore, the size of the pretest sample does not have to be as large as when the interview schedule would have been developed from scratch.

An interview schedule is appropriate in this case due to the fact that it is an instrument applied to serve qualitative research purposes and respondents are asked nearly the same questions in the same manner but also permitting follow-up probes and more structure to be incorporated in the schedule (Lindlof and Taylor 2002). Interview schedules seem to make the data more reliable and credible.

The language used in the interview schedule is German since the interviewees are all members of Austrian companies. Thus, the interviews are conducted in German.

The interview schedule consists of eight questions that are all open-ended in nature and two questions also include scales. Open-ended questions are appropriate in this case because the topic under investigation is exploratory in nature to some extent. In the case of open-ended questions “respondents can reply in their own words” and cannot choose predetermined answers from a list (Wilson 2006, p. 166). These questions are especially useful where the number of possible answers is numerous or where the answers cannot be estimated in advance (Craig and Douglas 2005; Wilson 2006). On the other hand, analysis and interpretation of open-ended questions are sometimes difficult. Therefore, the formation of categories may pose some problems (see also Limitations of the Study). Moreover, the depth of information may differ between interviews. Nevertheless, open-ended questions can provide rich information and insights.

The **first question** is concerned with the critical event – the critical incident – itself. Respondents are asked to remember an occasion or incident during which the handling of a complaint resulted in a good (incident A) or bad (incident B) evaluation of the company involved. Incident A and incident B are asked alternately. The first respondent should recall a good incident, the second respondent should recall a bad incident, the third respondent should recall a good incident and so on. If an interviewee should recall a good incident but cannot, he or she is asked to remember a bad incident instead and vice versa.

The **second question** asks respondents to describe their relationship with the company prior to the occurrence of the complaint and to characterize the nature of the relationship (whether it is long standing, narrow, sporadic and so forth).

Question three asks interviewees to specify their experienced emotions initiated by the handling of the complaint. This is also the point where the quantitative part of the study is located. For a more detailed description of this scaling question should the section Measurement be reviewed. After having posed the scaling question respondents are asked if they have felt further emotions.

The **fourth question** asks respondents whether this experience relating to the handling of the complaint has changed the relationship with the company involved and in what ways it has changed. Thus, the range of possible relational outcomes is established in this question.

Question five is a so-called follow-up question to question four because it asks about the experiential themes that are associated with the relational outcomes identified in the

previous question. For example, the question is asked in the following way: “Why did this experience result in a weakening of the relationship with the company?”

The **sixth question** asks about the duration and the development of the relationship with the company.

The **seventh question** asks respondents to indicate the relevance of the appearance of the complaint. For purposes of facilitation, a 10-point scale (1 = “not at all”, 10 = “extremely”) is used.

The last question, **question eight**, contains some classification questions where the respondents’ demographic and personal characteristics (age, gender, highest level of education and capacity in the company) are asked.

Since open-ended and scaling questions are combined in a common interview schedule both qualitative and quantitative research is possible. This facilitates the use of only one research method and only one research tool for all respondents.

The data analysis results of the qualitative part (open-ended questions) are summarized in the corresponding part (Data Analysis and Discussion) of the chapter Study 1 while the data analysis results of the quantitative part (scaling question concerning emotions experienced) are combined in the adequate part (Results) of the chapter Study 2.

3.3 Sampling

Due to the fact that the factors time and cost are limited, a convenience sample is used where potential respondents are selected according to the researcher’s convenience and as study 1 serves an exploratory research purpose, a convenience sample represents the appropriate procedure for providing information in this case (Wilson 2006). Another reason why convenience sampling is chosen over other methods is the fact that a sampling frame is not available particularly not free of charge. Convenience sampling belongs to the non-probability sampling methods where the probability to be selected for each member of the target population is unknown. But the most accessible members of the population of interest – which can be defined as employees who experienced a service failure and a subsequent service recovery in the past made by their suppliers – are approachable. Nevertheless, this sampling method contains certain disadvantages as for example that the results are rather indicative than definitive, the measurement of the sampling error is not possible and the degree to which the sample is representative of

the population is often difficult to estimate (Wilson 2006). Furthermore, it is to say that no incentives are offered to respondents.

Although qualitative research typically involves small samples (Wilson 2006) the sample size is raised due to the facts that the study also includes a quantitative part where sample sizes tend to be relatively large and that all possible relational outcomes and experiential themes are revealed so that interviews which are conducted additionally will not generate new information or insights.

The sample is a business-to-business (or short B2B) sample meaning that not consumers but employees or members of companies are interviewed during working hours. As service failures and recoveries are typically experienced by people who are responsible for purchasing, the target group for the interviews comprised people working in the purchasing department or dealing with suppliers. So what is of interest here is the buyer's perspective and not the seller's one. Therefore, the relevant unit of analysis or also known as the relevant unit for data collection (Craig & Douglas 2005) can be defined as members or employees of companies working in the purchasing department or dealing with suppliers and having been confronted in the past with a supplier's service failure followed by a service recovery during their working hours with the geographical scope being located in Austria. Sociodemographic characteristics of individuals such as age or gender or organizational demographics of the companies as for example size or industry do not determine the unit of analysis. Overall, 117 companies were called for an interview. On average, it took two to three phone calls to reach the appropriate person and to conduct an interview. Twelve persons refused to take part in the interview due to lack of time or interest while six individuals denied participation because the information asked for is too sensitive for disclosure. Another six persons could not remember any problems or complaints connected with their suppliers while two individuals broke off in the middle of the interview because they were too busy and were not able to continue later. In three companies, purchasing takes place abroad and is undertaken by a parent company, so no purchasing department exists in Austria. Six of the phoned persons did not accept telephone interviews as the method of questioning. Instead, they would have preferred written questions so that they could answer them via E-mail but that is not the procedure used for the study at hand. The rest of the companies (20) was not available, even after several phone calls or promised an interview at another point in time but when called back referring me again to phone at another time and then was not available

again. In sum, the final sample consists of 62 respondents producing a response rate of 52.99 % and as already mentioned it is restricted to the Austrian territory.

Concerning demographic data 69 % (43) of the respondents are male whereas 31 % (19) are female as depicted in Figure 7.

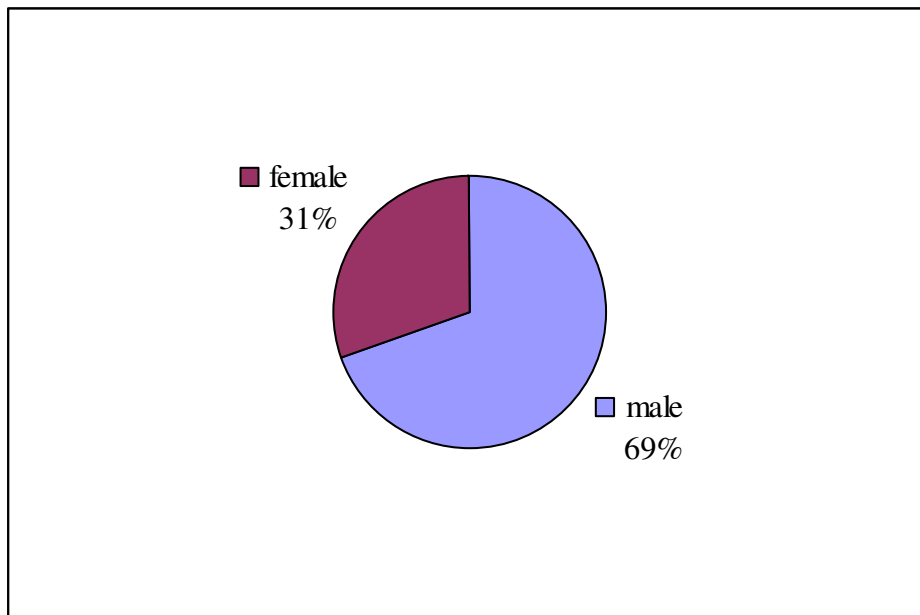


Figure 7: Gender of Respondents.

With regard to age none of the respondents is under 21 years, 14.5 % (9) fall in the age group of 21 – 30 years while 30.6 % (19) of the interviewees are between 31 and 40 years as Figure 8 illustrates. Most of the respondents (43.6 % or 27 persons) are located in the age group of 41 – 50 years. 8.1 % (5) of the individuals interviewed range between the age of 51 and 60 years while 1.6 % (1) of the respondents is above 60 years and another 1.6 % (1) gave no comment due to reasons of privacy.

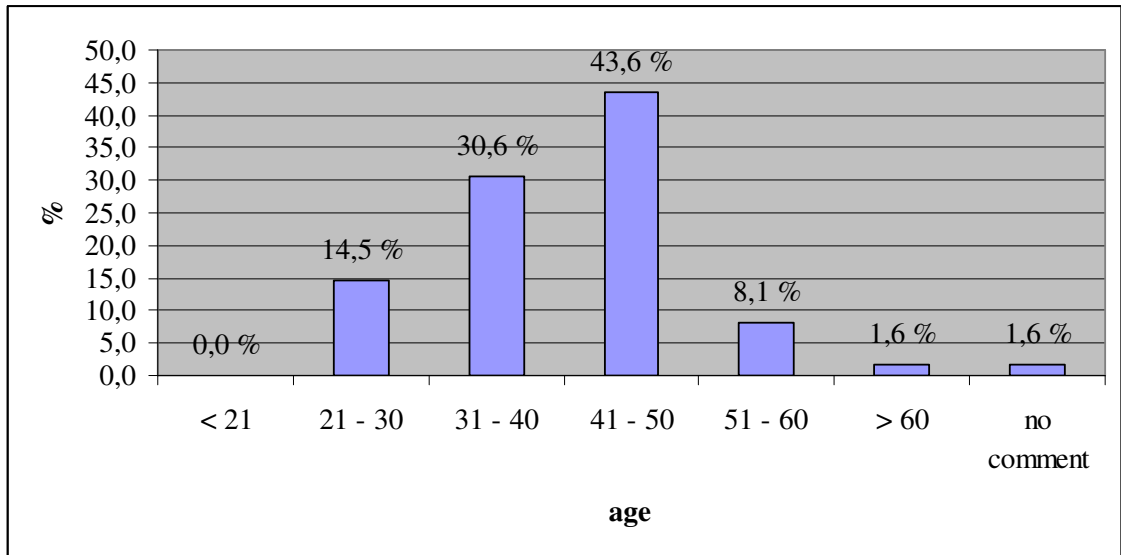


Figure 8: Age of Respondents.

Relating to education 12.9 % (8) of the respondents went to a secondary school as can be seen in Figure 9. 35.5 % (22) of the respondents were an apprentice or attended a professional school whereas 33.9 % (21) of the respondents went to high school. 16.1 % (10) of the interviewees attended a college or university. 1.6 % (1) of the persons asked did not comment this question because of feelings of invasion of privacy.

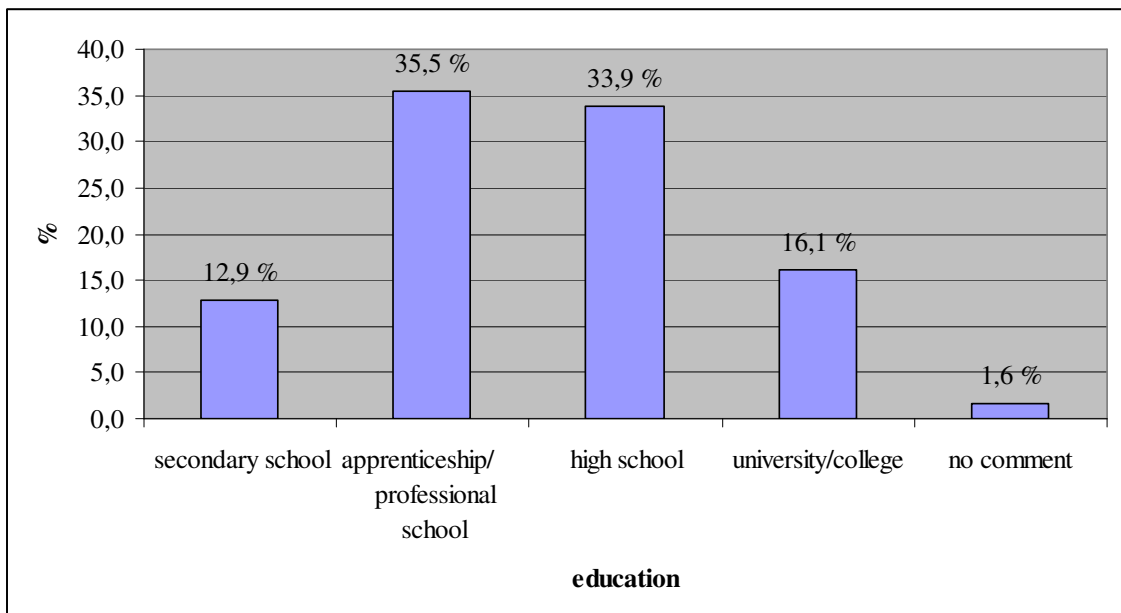


Figure 9: Education of Respondents.

The industrial sector in which the participating companies operate varies, ranging from construction companies, pharmacies, hotels, hospitals, bookstores, breweries to enter-

prises operating in the electronic, automotive, energy, wood, building material, furniture, clothing and food industry. 64.5 % (40 persons) of the respondents are employed in the service industry whereas 35.5 % (22 persons) work in the manufacturing industry. Respondents from the manufacturing industry are also included in the study because most of the companies from this industry offer services as well and the boundaries between product and service offerings are often fuzzy (Solomon, Surprenant, Czepiel and Gutman 1985). Differences are sometimes even existent among service firms (Zeithaml, Parasuraman and Berry 1985).

Concerning the size of the enterprise 21 % (13) of the companies are micro enterprises, 21 % (13) are small businesses, 32.2 % (20) fall in the category of medium-sized companies representing the major part of the respondents and 25.8 % (16) of the companies are big businesses. This arrangement was made according to the classification of enterprises used by the European Union to differentiate small and medium-sized enterprises (SMEs) from big businesses (see Appendix D). When asking respondents about their position in the company 55 % (34) answered holding a lower position as for example being employed at the purchasing department or being a person who deals with suppliers while 45 % (28) of the respondents answered working in a key position what comprises the activities of a manager, authorized signatory, head of the purchasing department and head or proprietor of the company. What might be more interesting would be to know the position in comparison to the size of the enterprise. When combining these two factors the respondents working in lower positions predominate in small businesses (11.3 % (7) of the respondents versus 9.7 % (6) of the respondents), medium-sized companies (19.3 % (12) versus 12.9 % (8)) and big businesses (16.1 % (10) versus 9.7 % (6)) as Figure 10 shows. Only in micro enterprises the group of respondents holding key positions is predominant (12.9 % (8) versus 8.1 % (5)). A reason for that might be that persons in a key position in micro enterprises are responsible for a multitude of or even all areas in the company and that those companies often don't even have a purchasing department. Due to this fact the interview was conducted with the proprietor herself or himself in many cases.

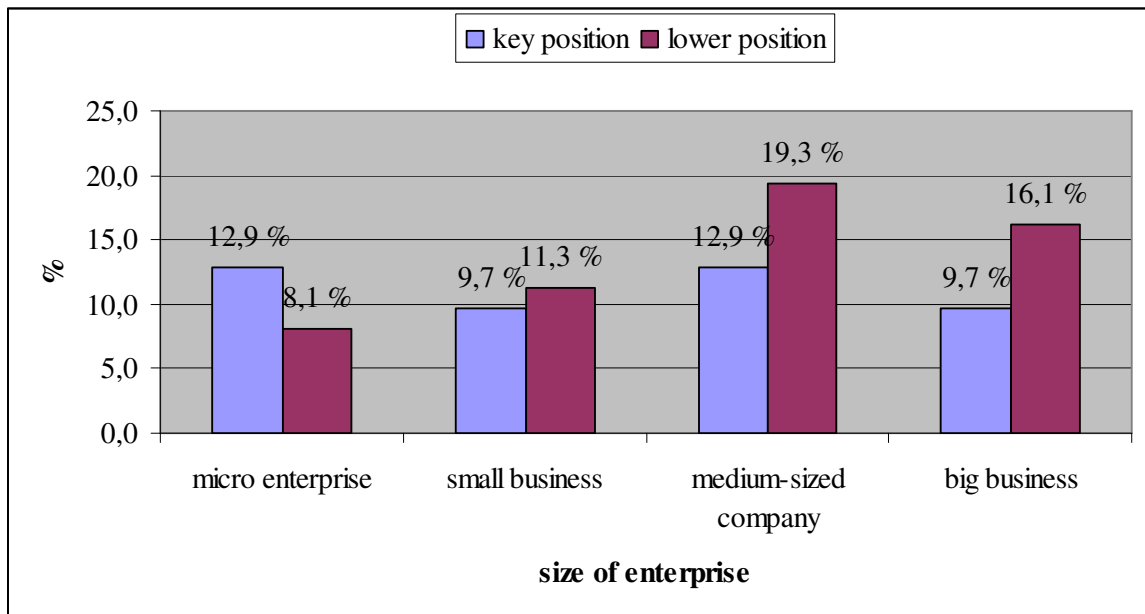


Figure 10: Respondents' Position in the Company Including the Factor Size of Enterprise.

3.4 Data Analysis

In order to analyze qualitative research data – what is the case in study 1 – the data needs to be brought into a form that allows interpretation and answering of the research objectives and questions (Wilson 2006). In the present study, content analysis is used which investigates the output (for example tapes or transcripts) of qualitative research. Therefore, typed transcripts are produced (see Appendix E) so that an analysis of the content is possible. Content analysis permits to gain a deeper understanding of the data or a phenomenon without disregarding the context within which data are collected and categories can be inferred and built depending on the content (Weber 1990) whereby words or phrases in the same category are expected to have the same meaning (Cavanagh 1997; Elo and Kyngäs 2008; Hsieh and Shannon 2005). In particular, the data are organized manually whereupon the data are read through, reread, coded (assignment of codes to responses) and content-related categories are created (Elo and Kyngäs 2008; Krippendorff 2004; Mayring and Brunner 2007) so that research questions 1 and 2 can be answered in study 1. Specifically, the data are content analyzed in order to identify relational outcomes (strengthening, weakening and so on) and experiential themes (e.g., empathy, insult etc.) associated with them and to test whether those are similar to that identified by Ruth, Otnes and Brunel (1999) in their article about gift receipt. However, as content analysis does not enable detailed statistical analysis, inter-

pretation of the data rests with the researcher turning it into a highly subjective task (Wilson 2006).

Overall, of the 62 reported incidents, 32 incidents were remembered to cause a good evaluation of the company or supplier involved. 30 incidents were experienced that result in a bad evaluation of the company or supplier involved in the service encounter. Before the problem or service failure occurred, the relationship was described as being very good in four incidents that led to a good judgment of the supplier and in three incidents that resulted in a bad evaluation of the supplier. In 17 positive incidents (i.e. good evaluation of supplier) and in 14 negative incidents (i.e. bad evaluation of supplier), the buyer-seller relationship was good prior to the occurrence of the failure. In six positive incidents and one negative incident, the buyer-seller relationship was of the same value as before the service failure. The pre-failure/recovery relationship was described as reasonable in three positive incidents and in six negative incidents. Prior to the appearance of the service failure, in one positive incident and five negative incidents, the buyer-seller relationship was not good or problematic. For two respondents (one positive and one negative incident), an evaluation of the prior relationship was not possible. With regard to the nature of the relationship between buyer and seller, in 23 positive incidents and in 18 negative incidents a longtime relationship was reported. In two positive and two negative incidents, the buyer-seller relationship was intense while in one positive and five negative incidents, the relationship was a new one. A normal relationship was described in four positive incidents and one negative incident and in two positive and two negative incidents, weak relations were reported. Two respondents (two negative incidents) could not characterize the nature of the buyer-seller relationship. Although relationships are often long lasting failures can occur and can also result in a negative evaluation of the company involved. In new relationships, service failures seem to have a negative impact on the evaluation of the buyer-seller relationship. Concerning the relationship duration, two negative incidents were reported where the buyer-seller relationship existed less than twelve months. When relations lasted one to four years, 5 positive and eight negative incidents were experienced. In eleven positive and twelve negative incidents, the buyer-seller relationship had a duration of five to nine years. In eleven positive and five negative incidents, the relationship lasted ten to 15 years whereas in five positive and three negative incidents, relationship duration exceeded 15 years. When the relationship between buyer and seller is not very long (under

five years) incidents where respondents remember a bad or negative evaluation of the supplier outweigh incidents where interviewees experienced a service failure that resulted in a good or positive evaluation of the supplier. When the relationship lasted five to nine years the appearance of positive and negative incidents is balanced. When the relationship becomes long-lasting (ten years and more) evaluations of suppliers get more positive when a service failure occurs. With respect to the development of the buyer-seller relationship in eleven positive incidents and six negative incidents, there existed no problems until now. In four positive and three negative incidents, problems in the relationship occurred very seldom whereas in eight positive and seven negative incidents, problems appeared from time to time in the relationship. Problems or failures arose frequently in nine positive and 14 negative incidents. Not surprisingly, positive evaluations of the supplier rather tend to occur when no failures have to be incurred during the relationship. Incidents of positive and negative judgments of the supplier were relatively balanced when failures happened very seldom and from time to time in a relationship. When the buyer-seller relationship was frequently permeated with failures or problems incidents of bad or negative evaluations of the company involved outweigh incidents of good or positive evaluations of the supplier. However, nine positive incidents were reported when problems occurred frequently during the relationship. But respondents trace this finding back to the fact that problems or failures usually happen in a buyer-seller relationship. In relation to the relevance of the appearance of the complaint, in four positive incidents and six negative incidents, the complaint was of relatively low importance whereas in 14 positive and ten negative incidents, the complaint was of moderate importance. For 45 % of the respondents (14 positive and 14 negative incidents), the occurrence of the complaint was crucial. Therefore, for a good portion of respondents (around 84 %) the complaint was of moderate to high importance.

The findings from the questions about the relationship outcomes and the experiential themes that are linked to them are discussed in the next section.

3.5 Discussion

In order to answer the first and the second research question the interviews are analyzed. Research question one asks if the buyer-seller relationship is affected by service recovery experiences and when it is influenced by them what specific relational out-

comes can be observed. Overall, it can be said that service recovery experiences influence the relationship between buyer and seller due to the fact that service recovery results not only in an unchanged or neutral relationship outcome but also in other relational outcomes. In particular, four relational outcomes of buyer-seller relationships can be detected when organizational buyers experience a service failure followed by a service recovery. The relational outcomes are strengthening, an unchanged or neutral relationship outcome, weakening and breakup of the relationship. The second research question asks if there are specific aspects that contribute to the relational outcomes and if such aspects exist what are these aspects or experiential themes. Multiple experiential themes can be revealed that are linked to each relational outcome.

In the following sections the relational outcomes and the experiential themes associated with them are described in more detail. When reading through the next sections one should keep in mind that respondents sometimes mentioned more than one experiential theme per relational outcome and that overlaps exist between the relational outcomes what means that an experiential theme can appear in more than one relational outcome as a strict distinction is not possible between outcomes. For example, the experiential theme (fast) handling or resolution of the failure or complaint can be associated with both the relational outcome strengthening of the relationship and the relational outcome unchanged or neutral relationship outcome because for one respondent the (fast) handling or resolution of the failure or complaint results in the relationship being strengthened and for another respondent the (fast) handling or resolution causes the relationship to remain unchanged. Another example would be that dissatisfaction with the complaint handling or the result leads for one respondent to the weakening of the relationship whereas for another respondent the dissatisfaction with the complaint handling or the result is so great or serious that the relationship is dissolved.

3.5.1 Strengthening of Relationship

A strengthening of the relationship means that the buyer-seller relationship is improved when a service failure and a service recovery take place. Through the service recovery experience the respondent perceives the relationship with the supplying firm as being strengthened although a problem or service failure occurred. The strengthening of the relationship also represents a signal from the seller to the buyer that he or she is willing to take care of problems and customers and, if possible, to take the relationship to a

higher level. The strengthening of the relationship is affected by acknowledgement of the failure and customer, care about the service recovery process, mutual understanding and learning as well as competence and reliability. In sum, eleven incidents (18 % of the total) were reported where the buyer-seller relationship is strengthened after a service failure and service recovery and they can all be associated with a good evaluation of the seller. The relatively low number of incidents in this category of relational outcomes is not very surprising as a negative event (i.e. a service failure) is the root of this experience. A strengthening of the relationship seems to appear especially in long-standing relationships, except for one incident where the buyer-seller relationship exists for one year. Nevertheless, several experiential themes can be associated with this relational outcome. These are explained subsequently and examples of respondent quotes are given.

Acknowledgement of Failure/Complaint

This experiential theme was mentioned five times in the interviews. It means that the service failure or complaint is acknowledged or accepted by the seller and taken seriously. The seller understands that something went wrong when delivering his or her service and is prepared to handle the failure or complaint to satisfy the customer. Miller, Craighead and Karwan (2000) observe that it is important that the service provider becomes aware of the service failure and initiates the service recovery himself or herself. One respondent put it in the following way:

Because you know that when there is a complaint, it is taken seriously, it is handled or that the complaint or the negative side of it that is inherent in the complaint, doesn't end up at our side in the intermediate trade with books. There is support by the supplier. (respondent 40, female, 34)

Acknowledgement/Esteem as Customer

This aspect appeared three times in the interviews that identify strengthening as the relationship outcome. It implies that the buyer is appreciated by the seller as a customer who is of value to the service provider. This theme includes elements of the kind of interpersonal treatment and the interaction between buyer and seller that the buyer experience. Tax, Brown and Chandrashekar (1998) demonstrate that the interaction (comprising factors such as politeness, empathy and honesty) between employee and cus-

tomers is of great importance to the formation of customer satisfaction when a service failure occurs. Blodgett, Hill and Tax (1997) state that a courteous treatment positively impacts on repatronage intentions and negatively influences negative word-of-mouth intentions. One respondent explained it in such a way:

Actually, it depends on the negotiating partners because we always try – and this is a motto of our group of companies – to deal with our industry partners in a really cooperative and friendly way and we expect from others to be treated in the same manner. And if one believes – that are often big groups – that he can constrict us and then, if we want to break out of this situation and go our own way, often dissonances arise. It can go so far that – and this is always emotion-laden – you cannot work with him and that you say you break up. It can go so far that the supplier is dropped. But in this case, the dealings with the industry partner have run very cooperative and friendly. (respondent 18, male, 29)

Mutual Understanding/Learning Process

Three respondents mentioned this kind of experiential theme when the relationship is strengthened. When buyer and seller get to know each other better they develop a certain understanding for the structure, the business processes, the requirements and the opportunities of the partner firm. Also Solomon, Surprenant, Czepiel and Gutman (1985) state that familiarity with the service provider, the provider's offerings and processes is increased with the number of encounters. It is a kind of learning process for both parties involved which often improves the relationship. This also applies to cases of conflicts what typically service failures and the subsequent complaints are in this context. Deutsch (1991) suggests that both parties have to show willingness and cooperation and accept each other's viewpoint so that the conflict can be resolved. An example of this experiential theme is the following:

Because you get to know each other. How the procedures work. ... That's the learning process. ... So there are only these two possibilities. Either the problems are resolved and thus, both companies learn from each other and from their processes, logistics and so on and what is relevant and what is not or, if this is not the case, and the companies cannot overcome their differ-

ences, then, they have to break up with each other again. (respondent 13, female, 37)

(Fast) Handling/Resolution of Failure/Complaint

This experiential theme was reported twice when strengthening is the outcome of the relationship. Basically, it signifies that the failure or complaint is handled or resolved at all or that handling or resolution of the failure or complaint happens fast. The handling or resolution of a failure is able to impress customers to such an extent that the relationship is strengthened. Therefore, the process of the service recovery or how service recovery is effected plays an important role for the relational outcome, especially how fast a problem is resolved. Spreng, Harrell and Mackoy (1995) hold that the service recovery process has a great influence on customers' behavioral intentions. A speedy recovery is also suggested by the literature (see, for instance, Bell and Zemke 1987; Grönroos 1988; Hart, Heskett and Sasser Jr. 1990; Miller, Craighead and Karwan 2000; Smith, Bolton and Wagner 1999). One respondent provided the following message:

Because problems occur in our business and they make failures and we make failures, they simply happen. It is always a matter of how one reacts to it and failures to which one reacts in a sound and fast way always strengthen a buyer-seller relationship instead of weakening it. (respondent 53, male, 46)

Availability of Information about Complaint

This aspect was mentioned once in the interviews. The complainant prefers to be informed about the complaint, if it is handled and how does it proceed. If the service provider makes this information available to the complaining buyer the relationship can benefit to a certain extent. Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985) hold that a good service includes providing the customer with information when handling problems. Tax, Brown and Chandrashekar (1998) classify this aspect into the interactional justice dimension which can positively affect customer satisfaction with complaint handling. It gives the complainant the impression to have at least some kind of control over the service recovery process. One respondent provided the following message:

Just because if you had a complaint you had the feeling that the counterpart has taken it seriously and in fact has acknowledged the problem and has

handled it and always has kept us informed about the progress and the handling of the complaint. (respondent 5, male, 24)

Competence and Reliability

One respondent noted that competence and reliability exhibited by the service provider is responsible for the strengthening of the relationship between buyer and seller. It involves the seller to display skills and knowledge when delivering the service and to stick to certain standards comprising performance and promises (Parasuraman, Zeithaml and Berry 1985). Also Grönroos (1988) states that reliability and trustworthiness are key criteria of good perceived service quality. In order to continue the relationship or take it to a higher level the service provider should clearly be reliable to a certain extent. Andersen and Kumar (2006) observe that both buying and selling firms' perceptions of each other's trustworthiness are significant. This experiential theme is confirmed by this quote:

It [the experience relating to complaint handling] has improved it [the relationship] because I award companies, especially the acting persons, more competence who resolve problems. ... Because I know for this reason that I have a competent partner, a reliable partner. (respondent 53, male, 46)

3.5.2 Neutral/Unchanged Relationship Outcome

The relationship outcome is neutral or unchanged when the service recovery experiences do not have an impact on the buyer-seller relationship so that the relationship stays the same after a service failure and recovery occurred. That means that on the one hand, a service failure and a subsequent recovery do not harm the buyer-seller relationship but on the other hand, a service recovery following a failure is not able to improve the relationship in these cases. The majority of the incidents (24 incidents or 38 % of the total) falls into this category. This is not so surprising because in business life and in business relationships, failures or problems occasionally occur which do not necessarily result in the dissolution of the relationship as was often cited by the respondents, too. Therefore, both positive incidents (where service recovery experiences lead to a good evaluation of the seller) and negative incidents (where service recovery experiences cause a bad evaluation of the seller) were reported with respect to this relational out-

come. In order to obtain a neutral or unchanged relationship outcome a (fast) handling or resolution of the problem, the acceptance that mistakes can happen, the willingness to maintain the relationship, the dependence on and communication with the supplier are necessary. Furthermore, a decline in quality can also represent a reason for a neutral or unchanged relationship outcome. These experiential themes are described in the following paragraphs accompanied by respondents' quotations.

(Fast) Handling/Resolution of Failure/Complaint

16 incidents included this experiential theme when the buyer-seller relationship remains unchanged. All reported incidents containing this theme are positive incidents where the service recovery experiences result in a good evaluation of the supplier. As this experiential theme was already described above it will not be specified here in detail again. The (fast) handling or resolution of the failure or complaint signifies for the respondents that the seller makes an effort to settle the problem so that the relationship does not suffer. On the other hand, the handling or resolution of the problem is not as outstanding or excellent so that the relationship is taken to a higher level or strengthened. One respondent put it in the following way:

Because, to be absolutely honest, then we all were happy again that they resolved it so quickly, the problem, the mistake they made. That they settled it so fast in a positive way. So all were happy, we, the retailer and our customer. So we certainly will not hold it against them. Everyone can make mistakes, as long as they can be resolved, it's alright again. The important thing is that our customers are satisfied then and all other things are of secondary importance. (respondent 15, female, 22)

Acceptance of Mistakes/Seller's Weakness

This experiential theme appeared in six incidents where the relational outcome is a neutral or unchanged relationship. The incidents can all be associated with a good evaluation of the seller, except for one incident where this experiential theme leads to a bad evaluation of the seller. This aspect means that buyers are willing to accept mistakes or failures made by the seller or service provider or they try to cope with the seller's inadequateness, weakness or failing when a problem occurs. Also Fornell and Wernerfelt (1987) note that customers cannot always be satisfied but this does not automatically

mean that customers are lost and switch to competitors. Instead, customers are kept when, for instance, risks and costs of switching are high and customers accept mistakes and stay with the firm. One respondent provided the following answer:

When problems occur you try to resolve them and you try to make it as good as possible. However, that belongs to it because a firm without complaints doesn't probably exist. ... The complaint is there and then you have to make the best of a bad job and in the end, you have to satisfy the customer and negotiate with the firm respectively so that you don't be held responsible for the complaint yourself. (respondent 25, male, 35)

Maintenance of (Longtime) Relationship

In four incidents, this experiential theme was quoted when the result of the service recovery experiences is a neutral or unchanged relationship outcome. Furthermore, it is to say that all incidents reported are positive incidents so that the service recovery experiences lead to a good evaluation of the business partner. Obviously, these incidents are cases of long-standing relationships. The buying firm accepts that a service failure and the following recovery occur in order to maintain the relationship with the seller which is often a long lasting one. This experiential theme differs from the aforementioned aspect (acceptance of mistakes/seller's weakness) insofar as in the former case the buyer accepts the failure in general and sticks to the saying: "Nobody's perfect. Everybody makes mistakes once in a while". It does not specifically refer to the buyer-seller relationship whereas in the latter case the relationship is in the focus when thinking about the reason that caused this relational outcome after service failure and recovery. For example, Dwyer, Schurr and Oh (1987) describe that the expected durability of a buyer-seller relationship is important in order to estimate which inputs are necessary to maintain the relationship. Also Ping (1997) states that long-standing relationships in business-to-business contexts result in higher levels of satisfaction. As observed by Hess Jr., Ganesan and Klein (2003) customers who expect that the relationship will continue hold lower service recovery expectations. In this case, that means that buyers do not expect service recovery to be at a very high level due to the fact that they intend to maintain the (longtime) relationship resulting in the relationship remaining neutral or unchanged. A respondent explained:

In fact, ... it was ... simply a positive experience that you, if you have a long-lived relationship, that you actually also ... when there are problems that they are resolved quickly. (respondent 42, male, 40)

Dependence on Seller

This experiential theme appeared in three incidents. In two incidents, it is associated with a bad evaluation of the seller while in one incident the evaluation of the seller is good in the end. All three incidents are related to long-lasting relationships. This aspect signifies that no other or alternative seller is available to or affordable for the buying firm. It means that the buyer is dependent on the seller in certain areas and to a certain extent. For the two “negative” incidents, this leaves an aftertaste of being too dependent on another firm and losing some kind of control over procedures and decisions. Hansen, Swan and Powers (1996, 1997) observe that dependency belongs to a buyer-seller relationship but that very high levels of dependency are not advisable so that the buyer does not get too dependent on the seller which may otherwise result in dissatisfaction. A buyer-seller relationship of mutual dependence is suggested (see, for instance, Dwyer, Schurr and Oh 1987; Ganesan 1994). This message was provided by one respondent:

Yes, because I purchase the products there. I cannot break it [the relationship] up now because otherwise I receive nothing. ... Yes, you cannot do this as simple as that. (respondent 38, female, 33)

Open Communication

This experiential theme was reported by one respondent describing an incident leading to a good evaluation of the seller. It signifies that the communication works very well between buyer and seller and providing the buyer with information in every stage of the relationship as well as in cases when problems or failures occur. It also comprises interaction between the parties. Also Dwyer, Schurr and Oh (1987) and Hansen, Swan and Powers (1996, 1997) detect vendor-buyer communication as an integral variable in buyer-seller relationships. The last-mentioned authors also notice that an effective communication is vital when customers make complaints. The respondent quoted:

Just because there was an open communication. ... They [the seller's employees] have really tried to get into conversation with us. ... Because from

either side the persons acting were brought together. From one party not only one person participated. ... From each party, three or four persons were brought together. A great committee. They have discussed, were worried about it and then, they have done something. (respondent 7, male, 41)

3.5.3 Weakening of Relationship

The weakening of the relationship implies that the service recovery experience results in the relationship deteriorating to a certain extent. The relationship between buyer and seller is weakened through the service failure followed by a service recovery. Therefore, the seller is not able to keep the relationship at a specific level although he or she tried to recover from the service failure. The weakening of the relationship is characterized by aspects such as loss of reliability, esteem or respect, disregard of the failure and denial of guilt, problems with the product or service itself and dissatisfaction with the service recovery process and outcome. In sum, 19 incidents (31 % of the total) were indicated by the respondents that lead to the weakening of the buyer-seller relationship when a service failure and recovery occurred. The number of incidents shows that a service failure and a subsequent recovery often results in the weakening of the relationship between buyer and seller. With respect to the relational outcomes, this group ranks second in terms of reported incidents after the category neutral or unchanged relationship outcome. Moreover, the incidents can all be associated with a bad evaluation of the seller. The experiential themes are explained in more detail in the next sections underpinned by some messages of respondents.

Loss of Reliability

There were nine incidents that include this experiential theme resulting in the weakening of the relationship. The seller is not reliable anymore so that the buyer cannot be sure that the seller delivers a certain performance that he or she is used to deliver and that the seller respects his or her promises. That can refer, for example, to the delivery as well as the accuracy of invoicing. However, the buyer-seller relationship is harmed then. Reliability is a determinant of service quality (Grönroos 1988; Parasuraman, Zeithaml and Berry 1985) and is essential for all kinds of relationships. Hence, it is not surprising that this experiential theme is able to weaken a buyer-seller relationship. One respondent put it in the following way:

Well, you naturally think about it, if you should still purchase there. ... You think about it to a greater extent. ... Well, because it simply ... the reliability that it doesn't happen again ... is thereby no longer given that way. (respondent 12, female, 42)

Another respondent formulated it in such a manner:

We do not rate them as being reliable. ... Just because engagements were broken. ... But now it's just annoying because no one gets in touch with us and no one cares ... (respondent 17, male, 42)

Disregard of Failure or Complaint/Denial of Guilt

In four incidents, this aspect was mentioned resulting in the weakening of the relationship. The seller is not willing to accept that a failure occurred or fails to acknowledge the complaint. This is also associated with the denial of guilt what means that the seller is unwilling to recognize that he or she is the one to blame and that the failure happened in the seller's atmosphere. Davidow (2003) shows that attributions of blame impact on the handling of complaints. Also Maxham III and Netemeyer (2002) observe that attributions of blame are increased when customers were exposed to a service failure followed by an unsatisfactory service recovery. Especially, when more than one failure occurs attributions of blame are strengthened and considerable service recovery efforts are necessary. One respondent provided the following message:

The relationship itself or the evaluation has definitely weakened. We hold him [the seller] high in our opinion and now we perceived that here and there he exhibits some weaknesses but he doesn't admit to them and you noticed them and from this point of view, yes, it [the relationship] has changed. ... Well, because you have identified the other's failure which he doesn't want to recognize. ... And then the damage is on our side which the other doesn't want to bear. ... He totally refuses and possibly, he will be no longer our provider the next year. (respondent 9, male, 40)

Problem with Product/Service

In four incidents, this experiential theme was responsible for the weakening of the buyer-seller relationship. The relationships are all long-lasting ones. This theme signifies that a problem with the product or service itself causes the weakening of the relationship. Such problems may include problems with the material or with the quality of the product or service. Also McColl-Kennedy and Sparks (2003) identify service failures that are associated with the service itself. Overall satisfaction also depends on satisfaction with the service's elements (Spreng, Harrell and Mackoy 1995). Service quality is an essential part of the service itself (Parasuraman, Zeithaml and Berry 1985) and of the service recovery process (Miller, Craighead and Karwan 2000). Moreover, it has a positive impact on service recovery expectations (Kelley and Davis 1994; Miller, Craighead and Karwan 2000) and satisfaction with service recovery (Andreassen 2000; Kelley and Davis 1994). One respondent put it in the following way:

Yes, because this material was simply defective. And there was no opportunity to trace it back in the future and thus, trace it back that he [the seller] purchases from the same supplier, thus guaranteeing consistent quality. He couldn't do that and for that reason, we purchase that from him no longer.
(respondent 52, male, 33)

Dissatisfaction with Complaint Handling/Result

This aspect was reported three times in incidents that caused the weakening of the relationship. As the findings suggest, the incidents indicated seem to be of great importance to the respondents (scores of seven and greater on a 10-point scale). It involves the respondent being dissatisfied with how the complaint is handled or with the result of the complaint handling or service recovery. The result symbolizes the outcome of the recovery whether in monetary or non-monetary terms. The buyer is dissatisfied with the handling or the result of the complaint to such an extent that the buyer-seller relationship is weakened. Davidow (2003) demonstrates that dissatisfaction with complaint handling affects word-of-mouth, repurchase intentions and complaining to third parties. When dissatisfaction with complaint handling or service recovery grows the magnitude of trust decreases (Rotte, Chandrashekar, Tax and Grewal 2006). Furthermore, the seller should manage both the service recovery process and the outcome (Bell and Zemke 1987; Miller, Craighead and Karwan 2000). A respondent described it that way:

Yes, you try to reduce the contact with this company. Anyway, thus, if it is about a business relationship, he [the seller] will make fewer deals with us if that doesn't work. ... When there are problems with the claims management, however, and you get away from this business partner you will try to reduce the contact or purchases or whatever in order to escape the problems. (respondent 27, male, 51)

Loss of Esteem/Respect

One respondent reported this aspect that weakened the buyer-seller relationship. The seller fails to treat the buyer in an adequate manner so that due esteem and respect are not given anymore. Therefore, the interaction between buyer and seller does not work to some extent so that the relationship is weakened. This suggests that the treatment of customers is really important. Moral principles (for example treating someone respectfully) play a significant role when customers evaluate the behavior of their service provider (McColl-Kennedy and Sparks 2003). Bitner, Booms and Tetreault (1990) discover in their study that most of the satisfactory encounters are associated with a special treatment (as for instance sticking to cultural norms like respectful treatment). The same is true for dissatisfactory encounters which occur most frequently when customers receive no special treatment. Further on, the interactional justice dimension impacts on dis/satisfaction (Tax, Brown and Chandrashekar 1998), repatronage and word-of-mouth intentions (Blodgett, Hill and Tax 1997; Davidow 2003). The respondent mentioned this experiential theme in combination with the loss of reliability:

It's a question of reliability and if it cannot be taken for granted you have to think about it and certainly emotions are involved and how you are held in esteem and so on. Reliability is not given, esteem is not given, respect is not given. (respondent 55, female, 48)

3.5.4 Breakup of Relationship

The breakup of the buyer-seller relationship signifies that the service recovery experiences made by the respondents harm the business relationship to such an extent so that the buyer-seller relationship is dissolved. Thus, the service failure and the subsequent service recovery are responsible for the breakup of business ties. In most cases, it also

means that the seller has not done enough in the eyes of the buyer to recover from a service failure. The provider does not seem to pay enough attention to the buyer especially when problems occur. Problems with the product or service itself, disregard of the failure or complaint, dissatisfaction with the complaint handling or result, the non-fulfillment of conceivabilities or agreements and changes in terms of business lead to the breakup of the buyer-seller relationship. Overall, eight incidents (13 % of the total) were detected that lead to the dissolution of the relationship. Clearly, all incidents reported are incidents whereupon the respondents have a bad evaluation of the seller after a service recovery as a result of a service failure took place. Although in other contexts as for example gift giving the breakup of the relationship occurs relatively seldom or in no case (see, for instance, Ruth, Brunel and Otnes 2004; Ruth, Otnes and Brunel 1999), the breakup of the relationship can be observed in buyer-seller relationships in a business-to-business context. But the rather low number of incidents in this category of relational outcomes indicates that also in organizational buyer-seller relationships the dissolution of business connections does not happen frequently. Also Dwyer, Schurr and Oh (1987) do not describe the dissolution stage of buyer-seller relationships in great detail. They only suggest that dissolution is characterized by dissatisfaction with the partner or increased costs in order to maintain the relationship. Moreover, the low number of incidents is not very surprising since companies are interested in developing and maintaining relationships with their business partners although a problem or failure occurred. This is also supported by respondents' statements. However, several experiential themes accompanied by respondents' quotes were revealed that lead to a breakup of the relationship.

Problem with Product/Service

Three incidents were reported that contain this experiential theme resulting in the breakup of the buyer-seller relationship. This aspect will not be treated in detail here again as it was described previously. Whereas a problem with the product or service itself caused the relationship to weaken in the aforementioned case, here, a problem with the product or service lead to the relationship being dissolved. One respondent explained:

Yes, I order no longer. ... If the product isn't suitable despite former agreement, then you'll have to forget about that, you cannot work together like

that. Even if you give him another chance and that doesn't work, you naturally break up the contact. (respondent 37, female, 35)

Disregard of Failure/Complaint

In three incidents, this aspect was mentioned leading to the breakup of the buyer-seller relationship. This experiential theme was already specified above. Hence, it is not described here again. The denial of guilt is ignored here because it was not cited by respondents in this case. One respondent provided the following message:

So this has led to the breakup. ... Well, because my needs have not even been ignored, let's put it this way. ... They [the seller] have closed the complaints department, more or less, in this case. Thus, this is just the most extreme development for what you asked in this conversation. (respondent 39, male, 29)

Non-fulfillment of Conceivabilities/Agreements

This experiential theme was described in two incidents which result in the buyer-seller relationship being dissolved. This aspect means that the seller fails to comply with agreements or arrangements agreed upon. It also signifies that the buyers' conceivabilities are not fulfilled so that the buyer is dissatisfied and breaks up the relationship. Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985) also note that keeping promises is one of the key criteria of service quality. A respondent indicated the following example:

Simply because things that were demanded later, were simply not adhered to or not handed in later and for this reason it resulted in the total breach. (respondent 29, male, 40)

Dissatisfaction with Complaint Handling/Result

Two respondents indicated this aspect as being responsible for the breakup of the buyer-seller relationship. The incidents reported are of great importance to the respondents and are related to long-lasting relationships. This experiential theme is not explained here again as this aspect was already described when the relational outcome is the weakening of the relationship. But in these cases, dissatisfaction with the complaint handling or result causes the relationship to be dissolved as one respondent quoted:

Yes, that's right. The business relationship was broken up. ... Due to the handling of the complaint, the recovery and the disputes behind it. ... And it has then worsened suddenly and as a result of this it has led to this dispute. (respondent 34, male, 47)

Change in Terms of Business

For one respondent, this aspect represented the reason for the breakup of the buyer-seller relationship. The conditions of doing business with the seller have changed to such an extent and are so unacceptable for the buyer so that the relationship is dissolved. The respondent put it in the following way:

Well, precisely because they [the seller] have demanded sales against cash in advance. ... Then, we have stopped payment due to this delay in delivery, so we have not settled payment. Thereupon, the supplier has ... reserved to change to sales against cash in advance. Actually, that was an impertinence and then, we have also switched the supplier. (respondent 41, male, 38)

After having now answered the first and the second research question which deal with the exploration of relational outcomes and experiential themes I will continue with a description of study 2 which investigates the research questions three, four and five which should detect the role of emotions in service recovery experiences.

4 Study 2

Study 2 explores the quantitative part of this thesis by trying to answer research question 3, research question 4 and research question 5. In study 2, the role of emotions during service recovery encounters is analyzed. In particular, answers are given on how emotions shape the relational outcomes and which patterns, levels and combinations of emotions can be associated with the realignment of buyer-seller relationships.

4.1 Methodology

As already mentioned in the methodology part in chapter Study 1 data collection method and sample are the same for study 1 and study 2. Therefore, telephone interviews are used for study 2 as well and since this research method was already explained in study 1 it will not be described in detail here again. Study 2 represents the quantitative part of the current thesis trying to identify the role of emotions experienced during service recovery encounters. Thus, study 2 wants to illuminate if and how emotions shape relational outcomes. This quantitative part is measured through the use of a rating scale (question 3 in the interview schedule) that allows a quantification of the emotions felt. The scaling question, its problems and its advantages are explained in detail in the next section (Measurement).

Naturally, what was said about marketing ethics also applies to study 2 due to the fact that study 1 and study 2 are included in the same interview schedule.

In general, for this thesis, a mixed-method approach is chosen as the methodology most appropriate to collect the relevant data and to answer the research questions for both study 1 and study 2 due to the fact that rich qualitative research data can be combined with clear quantitative research data. So the service recovery experiences can be investigated with regard to the relational outcomes of a buyer-seller relationship and the corresponding experiential themes through the use of the qualitative research approach and the role of emotions in this process can be explored through the utilization of the quantitative research approach.

4.2 Measurement

The quantitative part represented by study 2 is measured through the use of a rating scale (question 3 in the interview schedule) that allows a quantification of the emotions felt during a service recovery encounter. This question asks interviewees to specify their experienced emotions initiated by the handling of the complaint. Here, a 6-point scale is used (1 = “not at all”, 6 = “extremely”) so that respondents are able to assign a number to the different emotions that are read out. Although there are some scales that possibly come into consideration for this question as for example the Positive Affect Negative Affect Scale (PANAS) from Watson, Clark and Tellegen (1988) or the Emotional Tone Index (ETI) from Berscheid, Snyder and Omoto (1989), these scales are not applied to the question under investigation. Due to the fact that there is a scale that measures the experienced emotions during service recovery encounters (ESRE) (Schoefer and Diamantopoulos 2008), this scale is employed for this scaling question because it is best-suited for the topic at hand since it exactly meets the essence of this study and it achieves validity in every respect – namely convergent, discriminant and nomological validity. This scale comprises 15 items of emotions that are divided into the four sub-categories Pleasure (including joyful, happy, proud, warm feelings and being valued), Involvement (involving attentive, active and interested), Discontent (containing upset, angry, sad, in a bad mood and annoyed) and Concern (including nervous and afraid). Obviously, negative emotions outweigh positive emotions what is not surprising because consumers had to experience some kind of problem or service failure before service recovery takes place so the situation is often not really connected to positive feelings. Furthermore, service recovery itself sometimes fails to satisfy consumers in a manner that result in favorable emotional responses.

A problem that can be faced when posing such a scaling question via the telephone is that visual elements cannot be utilized in telephone interviews (Wilson 2006) so that the use of the scaling question can make up a problem for some of the respondents because the scale cannot be shown visually to the respondents so it had to be explained in words (repeatedly) leaving sometimes the mark that it was still not understood. Moreover, in some cases, respondents did not understand the scale at the first time and could not remember the scale even when it was explained carefully to them. However, scaling questions facilitate “the assignment of numerical measures to subjective concepts such as attitudes, opinions and feelings” (Wilson 2006, p. 170). Therefore, the quantitative

method applied in order to identify the emotions experienced during service recovery encounters is justified. Since that kind of questions produce quantitative data, statistical techniques are applicable to analyze the data. Also comparisons between different groups of respondents are possible. Due to the aforementioned reasons the use of this scaling question seems to be most appropriate for answering the research questions of study 2.

4.3 Sampling

Due to the fact that study 1 and study 2 are conducted using the same interview schedule and that the same respondents are consulted in both study 1 and study 2, sampling is identical in study 1 and study 2. Although convenience samples are especially appropriate for exploratory purposes as in study 1, a convenience sample is also used for study 2 but since the sample size tend to be small for non-probability sampling methods (Wilson 2006) it is raised so that this type of sampling method can be applied to study 2, too. Finally, a sample of 62 respondents could be obtained as is the same as in study 1. Since the sampling method and the (demographic) characteristics of the sample were already explained in the sampling chapter of study 1 these parts are not described in detail here again.

4.4 Results

To answer the third, the fourth and the fifth research question which deal with the role of emotions that are experienced during service failure and recovery encounters and if and how they shape the relational outcomes, several analyses need to be conducted. It is to say that the analyses followed the procedures explained in the statistics book of Field (2005) and the same analyses were conducted as described in the article of Ruth, Brunel and Otnes (2004) and the results are reported in the same way, too. In Table 3 the frequencies of the relationship outcomes linked to the emotions experienced are illustrated (see also Appendix F 1). The chi-square statistics show that only some of the emotions were statistically significant at different probability levels. This result points out that certain emotions – but not all of them – can be associated with a specific relationship outcome. The positive emotions joyful, happy, proud, warm feelings and being valued show statistically significant values whereas just the negative emotion annoyed was

statistically significant. The chi-square of joyful was statistically significant ($\chi^2(3) = 21.47, p < 0.001$), as is happy ($\chi^2(3) = 19.86, p < 0.001$) and proud ($\chi^2(3) = 21.69, p < 0.001$). The same is true for warm feelings ($\chi^2(3) = 14.16, p < 0.01$) and being valued ($\chi^2(3) = 22.05, p < 0.001$) and the negative emotion annoyed ($\chi^2(3) = 8.21, p < 0.05$).

Happy is the only emotion that is not present when weakening is the outcome of the relationship. Each other emotion seems to appear in each of the relationship outcomes which are strengthening, weakening, breakup of the relationship or that the relationship stays neutral or unchanged. This indicates that both positive and negative emotions occur in each relationship outcome which is also supported by the articles of Larsen, McGraw and Cacioppo (2001) and Williams and Aaker (2002) claiming that happiness and sadness can be felt at the same time. Thus, it is possible that positive and negative emotions coexist in such situations of conflict. Also incidents of breaking up could be found meaning that service recovery encounters in buyer-seller relationships can end up in the dissolution of the relationship. Furthermore, the results suggest that more than one outcome is possible for each emotion. Due to these results and the fact that the assumptions of the chi-square test with reference to cell sizes and expected frequencies might not be met and cause problems further analyses have to be conducted.

Emotion	Relationship Outcome				Total	Significance
	Strengthening	Neutral/ Unchanged	Weakening	Breakup		
Erfreulich	9	12	1	1	23	$p < 0.001$
Glücklich	8	9	0	1	18	$p < 0.001$
Stolz	10	10	2	1	23	$p < 0.001$
Freundliche Gefühle	10	16	6	2	34	$p < 0.01$
Geschätzt fühlen	11	21	6	4	42	$p < 0.001$
Aufmerksam	11	22	17	8	58	ns
Aktiv	11	22	18	8	59	ns
Interessiert	11	23	18	8	60	ns
Aufgebracht	9	20	19	7	55	ns
Wütend	8	15	17	4	44	ns
Traurig	5	7	8	5	25	ns
Schlechter Laune	9	15	14	5	43	ns
Verärgert	7	21	19	7	54	$p < 0.05$
Nervös	7	11	11	3	32	ns
Besorgt	9	18	14	7	48	ns
Total	135	242	170	71	618	

Table 3: Number of Observations for Relationship Outcome by Emotion.

Therefore, a multivariate analysis of variance (MANOVA) was executed to evaluate the concurrence of the emotions to the outcomes (see Appendix F 2). The test statistics show that there is a significant multivariate effect ($F(15, 44) = 100.28, p < 0.001$) with

Pillai-Spur ($p = 0.000$), Wilks-Lambda ($p = 0.000$), Hotelling-Spur ($p = 0.000$) and Roy's largest root ($p = 0.000$) all being significant. This means that the emotions experienced vary by relationship outcome.

Table 4 depicts the emotion means of all emotions, positive emotions, negative emotions and each individual emotion with reference to the relationship outcome (see also Appendix F 3). The term all emotions consists of the combination of positive and negative emotions and builds a distinct scale. Moreover, positive emotions contain the emotions joyful, happy, proud, warm feelings, being valued, attentive, active and interested whereas in negative emotions upset, angry, sad, in a bad mood, annoyed, nervous and afraid are included. The execution of an analysis of variance (ANOVA) concerning all emotions leads to the following result: there is a significant difference across the relationship outcomes ($F(3, 58) = 2.68, p < 0.1$) indicating that the means of the emotions incorporated in this term differ for each outcome. The average level of all emotions ranges from 3.38 for strengthening to 2.80 for weakening the relationship. Furthermore, the results of the ANOVA for positive as well as negative emotions show a very similar picture where significant differences across relationship outcomes can be observed. The means of positive emotions fall between values of 4.08 for strengthening and 2.45 for weakening the relationship ($F(3, 58) = 12.38, p < 0.001$) whereas the average levels of negative emotions range from 3.19 for weakening the relationship to 2.38 for the outcome of a neutral or unchanged relationship ($F(3, 58) = 2.24, p < 0.1$). Interestingly, the means of positive emotions are not lowest for the breakup of the relationship and the means of negative emotions are not highest when the outcome is the dissolution of the relationship. Nevertheless, the means are not far away from the lowest and highest values respectively.

In addition, univariate ANOVAs were conducted to identify differences in all 15 individual emotions experienced across relationship outcomes (see also Appendix F 3). Not all of them produced significant differences. The emotions joyful ($F(3, 58) = 9.61, p < 0.001$), happy ($F(3, 58) = 6.34, p < 0.01$), proud ($F(3, 58) = 11.29, p < 0.001$), warm feelings ($F(3, 58) = 5.65, p < 0.01$), being valued ($F(3, 58) = 9.15, p < 0.001$), sad ($F(3, 58) = 2.93, p < 0.05$) and annoyed ($F(3, 58) = 5.63, p < 0.01$) show significant effects. Joyful has high values when the relationship is strengthened, modest to low values when the relationship remains neutral or unchanged and low average levels when the

relationship is weakened or dissolved (e.g., Tukey HSD_{strengthening vs. neutral/unchanged} = 1.53, $p < 0.05$; Tukey HSD_{neutral/unchanged vs. weakening} = 1.27, $p < 0.05$). The same is true for the emotions happy, proud, and warm feelings with the exception that the emotion happy is absent in weakening contexts. Being valued reveals slightly higher values ranging from rather high levels of 4.00 and 3.54 respectively when the relationship is strengthened and the relationship stays the same respectively to a low level of 1.63 for weakening and 2.38 for breaking up. Contrarily, a modest level of the emotion annoyed can be observed when the relationship is strengthened or remains neutral or unchanged whereas a rather high level of this emotion is experienced in weakening and breakup contexts (e.g., Tukey HSD_{weakening vs. strengthening} = 1.94, $p < 0.01$; Tukey HSD_{weakening vs. neutral/unchanged} = 1.58, $p < 0.01$). Sad shows low levels in strengthening, weakening and no change in the relationship and a modest average level when the relationship is dissolved.

Measured Emotion	Relationship Effect				ANOVA
	Strengthening (n = 11)	Neutral/ Unchanged (n = 24)	Weakening (n = 19)	Breakup (n = 8)	
All emotions	3.38	2.87	2.80	2.98	$F(3, 58) = 2.68, p < 0.1$
Positive emotions	4.08	3.29	2.45	2.94	$F(3, 58) = 12.38, p < 0.001$
Negative emotions	2.58	2.38	3.19	3.04	$F(3, 58) = 2.24, p < 0.1$
Erfreulich	3.91	2.38	1.11	1.38	$F(3, 58) = 9.61, p < 0.001$
Glücklich	2.82	1.96	1.00	1.25	$F(3, 58) = 6.34, p < 0.01$
Stolz	3.73	2.17	1.16	1.13	$F(3, 58) = 11.29, p < 0.001$
Freundliche Gefühle	3.36	2.92	1.53	1.63	$F(3, 58) = 5.65, p < 0.01$
Geschätzt fühlen	4.00	3.54	1.63	2.38	$F(3, 58) = 9.15, p < 0.001$
Aufmerksam	4.73	4.25	4.16	5.25	$F(3, 58) = 1.37, ns$
Aktiv	4.82	4.58	4.32	5.25	$F(3, 58) = 0.77, ns$
Interessiert	5.27	4.54	4.74	5.25	$F(3, 58) = 1.11, ns$
Aufgebracht	3.09	3.00	4.00	3.25	$F(3, 58) = 1.52, ns$
Wütend	2.64	2.54	3.58	2.63	$F(3, 58) = 1.49, ns$
Traurig	1.91	1.42	1.74	2.75	$F(3, 58) = 2.93, p < 0.05$
Schlechter Laune	2.45	2.38	3.16	3.13	$F(3, 58) = 0.93, ns$
Verärgert	2.64	3.00	4.58	4.00	$F(3, 58) = 5.63, p < 0.01$
Nervös	2.36	1.88	2.26	2.13	$F(3, 58) = 0.41, ns$
Besorgt	3.00	2.46	3.00	3.38	$F(3, 58) = 0.95, ns$

Table 4: Emotion Means by Relationship Outcome and Univariate ANOVAs.

As illustrated in Table 4 the emotion patterns associated with the relational outcomes can be derived. As expected, strengthening is connected with the highest levels of positive emotions, modest to low levels of negative emotions and is described by the emotions joyful, happy, proud, warm feelings and being valued. What one has to bear in mind is that service recovery follows a service failure which clearly represents a kind of

conflict and people are experiencing negative emotions during conflicts no matter if they are resolved or not and if they end up in a good or bad result.

A neutral or unchanged relationship outcome is associated with modest levels of positive emotions as well as modest to low levels of negative emotions and it is characterized by the same positive emotions as strengthening but with slightly lower values as for example proud (Tukey HSD_{neutral/unchanged vs. strengthening} = -1.56, $p < 0.01$).

In contrast, weakening is associated with the lowest levels of positive emotions and the highest levels of negative emotions compared to the other relational outcomes. Furthermore, weakening shows the highest level of the emotion annoyed (Tukey HSD_{weakening vs. neutral/unchanged} = 1.58, $p < 0.01$).

Besides weakening events, breakup shows the lowest levels of positive emotions and the highest levels of negative emotions but it seems to be surprising that the breakup of the relationship is not associated with the experience of the most negative and the least positive emotions. It is characterized by the lowest level of the emotion proud and the highest level of sad. Otherwise, breaking up contains very low levels of joyful, happy and warm feelings and modest levels of being valued and annoyed which illustrates that the results are very similar to weakening.

The results above suggest that there is a pattern of emotions associated with each relational outcome and that the emotions depicted in Table 4 more or less seem to be experienced in every relationship outcome. A short summary of the results is illustrated in Table 5. Additionally, all emotions which is the combination of both positive and negative emotions and the compound terms of positive and negative emotions vary by relationship outcome. High levels of positive emotions are experienced in strengthening, modest levels in unchanged outcomes and low to moderate levels in weakening and breakup of the relationship. Low to moderate levels of negative emotions are associated with strengthening and a neutral or unchanged relational outcome whereas modest to high levels are associated with the weakening and breaking up of the relationship. Therefore, positive and negative emotions play an important role in forming relationship outcomes.

Relational Outcomes	Key Distinguishing Emotions
Strengthening	High levels of positive emotions and low to moderate levels of negative emotions. The emotions joyful, happy, proud, warm feelings and being valued are predominant.
Neutral/Unchanged	Modest levels of positive emotions and low to moderate levels of negative emotions (e.g., annoyed).
Weakening	Low to moderate levels of positive emotions and moderate to high levels of negative emotions. The emotion annoyed predominates.
Breakup	Low to moderate levels of positive emotions and moderate to high levels of negative emotions. The emotions sad and annoyed are relatively prominent.

Table 5: Key Emotions Associated with Relational Outcomes.

In addition to the analyses already executed, a multiple discriminant analysis was conducted to examine if a combination of emotions can differentiate between relationship outcomes (see Appendix F 4). Linear combinations of emotions explaining differences in relational outcomes are inferred by this kind of analysis. These combinations are able to build categories wherein each respondent can be assigned to one of four relational outcomes according to the experienced emotions. Then, a comparison between that classification and the actual relational outcome is possible. Table 6 illustrates that out of a possible three functions, two discriminant functions show a significant effect in categorizing the four relational outcomes. The first function accounts for 58.5 % of the variance whereas the second function accounts for 29.8 %, resulting in a total of 88.3 % variance explained. The table below shows discriminant loadings as well as standardized coefficients for each emotion on each function. In Function 1, the emotion proud predominates (discriminant loading = 0.638), followed by joyful (0.600), being valued (0.555), happy (0.489), warm feelings (0.437) and the absence of annoyed (-0.435). In Function 2, the main contributing emotion is sad (0.438), then we have the emotion attentive (0.304). For strengthening high Function 1 scores (1.927) and low Function 2 scores (0.134) can be observed. A neutral or unchanged relationship outcome is characterized by midrange Function 1 scores (0.358) and low Function 2 scores (-0.390). Weakening is described by low Function 1 (-1.299) and low Function 2 scores (-0.439). The breakup of the relationship is represented by low Function 1 (-0.636) and high Function 2 scores (2.028).

	Function 1		Function 2	
Emotions	Discriminant Loading	Standardized Coefficient	Discriminant Loading	Standardized Coefficient
Erfreulich	0.600	0.641	-0.058	0.050
Glücklich	0.489	0.021	-0.047	0.217
Stolz	0.638	0.430	-0.122	-0.128
Freundliche Gefühle	0.437	-0.230	-0.148	-0.739
Geschätzt fühlen	0.555	0.319	-0.040	0.198
Aufmerksam	0.064	-0.031	0.304	0.799
Aktiv	0.068	0.660	0.217	-0.131
Interessiert	0.068	-0.159	0.207	-0.160
Aufgebracht	-0.188	0.388	-0.064	-0.450
Wütend	-0.177	-0.156	-0.103	-0.430
Traurig	-0.048	-0.048	0.438	1.335
Schlechter Laune	-0.155	0.210	0.081	0.373
Verärgert	-0.435	-0.687	0.042	-0.235
Nervös	-0.004	0.406	0.027	-0.709
Besorgt	-0.054	-0.009	0.182	0.310
Chi-square	83.976 (p < 0.001)		39.631 (p < 0.1)	
Variance Explained	58.5 %		29.8 %	
Canonical Correlation	0.760		0.641	

Table 6: Multiple Discriminant Analysis Results: Relational Outcomes in Service Recovery as a Function of Emotions.

The results in Table 7 demonstrate how accurate the functions' classification is by depicting a table where the relationship outcome explained by each respondent (Actual Relationship Outcome column) and the relationship outcome as forecasted by the analysis (Relational Outcome Classified by the Multiple Discriminant Analysis row) are represented (see also Appendix Table 93). The values set in bold (in the diagonal) illustrate the cases of relationship outcomes that are correctly classified whereas all other values represent the cases that are incorrectly classified. For example, seven cases (87.5 %) of breakup are correctly classified by discriminant functions and one case (12.5 %) was incorrectly categorized as weakening. In general, 75.8 % of cases are correctly classified by the two discriminant functions representing a high overall hit ratio. All other classification accuracies show high values ranging from 70.8 % to 87.5 %.

	Relational Outcome Classified by the Multiple Discriminant Analysis				
Actual Relationship Outcome	Strengthening	Neutral/Unchanged	Weakening	Breakup	Actual Relational Outcomes (Total)
Strengthening	9 (81.8 %)	0 (0 %)	1 (9.1 %)	1 (9.1 %)	11 (100 %)
Neutral/Unchanged	4 (16.7 %)	17 (70.8 %)	3 (12.5 %)	0 (0 %)	24 (100 %)
Weakening	0 (0 %)	4 (21.1 %)	14 (73.7 %)	1 (5.3 %)	19 (100 %)
Breakup	0 (0 %)	0 (0 %)	1 (12.5 %)	7 (87.5 %)	8 (100 %)
Classified Outcomes (Total)	13	21	19	9	62 (100 %)

Note: 75.8 % of original grouped cases are correctly classified (set in bold).

Table 7: Classification Accuracy of Relational Outcomes in Service Recovery.

The results above suggest that there is a linear combination of the emotions proud, joyful, being valued, happy and warm feelings as well as a second linear combination including the emotion sad which distinguish between the relational outcomes of a respondent.

4.5 Discussion

Although research questions three, four and five are already answered in the section results the findings of study 2 are discussed here once again. These questions ask about the existence of a systematic association between emotions felt by customers and their perceptions of relationship realignment. Furthermore, the appearance of a pattern of emotions associated with relational outcomes is called into question. Moreover, it is asked if there is a systematic association between levels of emotions (all emotions, positive emotions and negative emotions) and relationship outcomes as well as if there is a combination of emotions that differentiate between relational outcomes. After having conducted several analyses the research questions can be answered in the following way.

First of all, emotions play a role to a certain extent when considering how relationship outcomes concerning service recovery encounters are established although respondents often reported that emotions are negligible and have no place in business relationships. Therefore, emotions can be associated with specific relational outcomes. Here, the question arises if the emotions are responsible for certain relational outcomes or vice versa so that the relational outcomes impact on the emotions experienced. In the existing literature, emotions are said to influence behavior and provoke explicit actions (see, for instance, Andersen and Kumar 2006; Bagozzi, Gopinath and Nyer 1999; Shaver, Schwartz, Kirson and O'Connor 1987; Weiss and Cropanzano 1996). For example, McColl-Kennedy and Sparks (2003) observe that a service failure evokes emotional reactions in the consumer which in turn impact on consumers' evaluation of the situation and satisfaction with the service recovery. The following statement answers this question very well: "It is the hallmark of emotions, in contrast to beliefs, judgments, or thoughts, that they link interpretation to action tendencies (or tendencies not to act)" (Planalp 2003, p. 95). Furthermore, Bagozzi, Gopinath and Nyer (1999) and Frijda (2008) hold that emotions might explain why different people react differently to the

same situation. Hence, different people respond differently to a service failure and the subsequent recovery resulting in different relational outcomes depending on the emotions experienced. Also Andersen and Kumar (2006) state that different emotions generate different behaviors. Mikulincer and Shaver (2005) maintain that another person's reactions as well as the quality of a dyadic interaction are influenced by a person's emotions. But only some of the emotions appearing in the interview schedule seem to be associated with the formation of relational outcomes. These are the emotions joyful, happy, proud, warm feelings, being valued, sad and annoyed. Therefore, not all 15 emotions that are suggested by the ESRE scale (Schoefer and Diamantopoulos 2008) showed significant values and cause certain relationship outcomes. However, the association between emotions and relationship outcome is not as simple as it seems. Thus, a single emotion is not responsible for causing a specific relational outcome. It is rather a pattern of emotions that can be associated with a specific relationship outcome. Also Izard (1977) suggests that emotions ally to form patterns of emotions. As expected the positive emotions joyful, happy, proud, warm feelings and being valued are prominent in strengthening and more or less absent in weakening and breaking up whereas the negative emotions sad and annoyed are experienced during weakening and breaking up outcomes. A neutral or unchanged relationship outcome is characterized by the appearance of both positive and negative emotions. As Izard (1977) notes joy can be described by good relations with other people resulting in trust in others. Hence, it is not surprising that the emotion joyful shows the highest value in strengthening contexts which are often associated with good relations between buyer and seller and mutual trust. Obviously, also pride exhibits the highest value in strengthening events since the respondent herself or himself is perceived to be more or less the reason for the good outcome (Shaver, Schwartz, Kirson and O'Connor 1987; Weiner 1985). The experience of the emotion sad in the negative relational outcomes is not illogical as sadness facilitates the disengagement from attachments or bonds when someone has to cope with a loss (Frijda 2008). Here, the buyer has to overcome the loss or at least the weakening of the relationship with the seller. The presence of annoyance, especially in negative events, does not really astonish since this emotion represents a feeling of irritation that arise when experiences do not meet expectations (Bell and Zemke 1987). Although to a lesser extent, negative emotions also occur in strengthening contexts which is not so surprising because a conflict (i.e. a service failure) presents the background to the recovery setting. Also the literature demonstrates that positive and negative emotions can coexist and can

be experienced together (see, for instance, Larsen, McGraw and Cacioppo 2001; Williams and Aaker 2002).

Although the level of emotions can generally be associated with certain relational outcomes it can be said that the level of emotions is of roughly the same value across relational outcomes. That means that buyers experience a more or less homogeneous level of emotions across relationship outcomes. Nevertheless, buyers feel as though their relationships with sellers have strengthened when they experience higher levels of positive emotions and low to moderate levels of negative emotions. For buyers, a neutral or unchanged relationship outcome occurs when modest levels of positive emotions and low to moderate levels of negative emotions are felt. When buyers experience low to moderate levels of positive emotions and moderate to high levels of negative emotions the relationship with the seller is perceived to have weakened or broken up.

Further on, the results suggest that there is a combination of emotions that distinguish between relational outcomes in service recovery situations. The particular combination of the positive emotions proud, joyful, being valued, happy and warm feelings and a low level of sadness implies that the buyer-seller relationship is more likely to be strengthened. Also a moderate level of annoyed is existent in strengthening events but the multiple discriminant analysis showed that this emotion is absent. A neutral or unchanged relationship outcome is characterized by a combination of moderately experienced positive emotions (proud, joyful, happy and warm feelings) and a low level of sadness. Also a high level of the positive emotion being valued and a moderate level of the negative emotion annoyed characterize a neutral or unchanged relationship outcome. The combination of low levels of the positive emotions proud, joyful, being valued, happy and warm feelings and a low level of sadness describes weakening relationship outcomes. According to the ANOVA conducted a high level of the negative emotion annoyed is also present in weakening events. The breakup of the relationship is characterized by a combination of low levels of the positive emotions proud, joyful, being valued, happy and warm feelings and a high level of the negative emotion sad. Beyond the multiple discriminant analysis also a high level of the negative emotion annoyed can be detected when the buyer-seller relationship is dissolved.

Schoefer and Diamantopoulos (2009) identify four emotional response styles (Positives, Unemotional, Concerned and Negatives) which consumers exhibit during service recovery encounters. In the Positives group, positive emotions (joyful, happy, proud, warm feelings, being valued, attentive, active and interested) dominate while negative emotions (upset, angry, sad, in a bad mood, annoyed, nervous and afraid) are absent. This group can be associated with a strengthening of the buyer-seller relationship. This result is very similar to the study at hand with the exception that also a low to moderate level of negative emotions is experienced resulting in this relational outcome and that not all of the positive and negative emotions that were currently mentioned are responsible for the buyer-seller relationship being strengthened. The Unemotional response style group contains low levels of the positive emotions joyful, happy, proud, warm feelings and being valued and low levels of negative emotions and is linked to an unchanged relationship outcome (Schoefer and Diamantopoulos 2009). But the positive emotions attentive, active and interested are above average. In the present study the level of positive emotions is moderate and the level of negative emotions is low to moderate when the relationship remains neutral or unchanged. Further on, the positive emotions attentive, active and interested were not significant. In their study, Schoefer and Diamantopoulos (2009) also explored that the Concerned emotional response style group is characterized by high levels of the negative emotions nervous and afraid, medium levels of positive emotions and the negative emotions upset, angry, sad, in a bad mood and annoyed. The Concerned group can be related to the weakening of the buyer-seller relationship. In the current study, low to moderate levels of the positive emotions joyful, proud, warm feelings and being valued and moderate to high levels of the negative emotions sad and annoyed are associated with the weakening of the buyer-seller relationship. Schoefer and Diamantopoulos (2009) further discovered that the Negatives group includes high levels of the negative emotions upset, angry, sad, in a bad mood and annoyed and rather low levels of the positive emotions and the negative emotions nervous and afraid and this group can be associated with the breakup of the buyer-seller relationship. In this study, a roughly similar picture arises where the breakup of the relationship can be connected with low to moderate levels of positive emotions (joyful, happy, proud, warm feelings and being valued) and moderate to high levels of negative emotions (sad and annoyed).

After answering research questions three, four and five, a general discussion follows where both studies are examined jointly.

5 General Discussion/Summary

In order to summarize the findings of study 1 and study 2, now a general discussion follows. The table below (Table 8) best describes the findings of both studies and serves as a summary of the present study.

Relational Outcomes	Description	Experiential Themes	Respondents' Emotions
Strengthening	Service recovery experience improves the buyer-seller relationship.	Acknowledgment of Failure/Complaint Acknowledgment/Esteem as Customer Mutual Understanding/Learning Process (Fast) Handling/Resolution of Failure/Complaint Availability of Information about Complaint Competence and Reliability	High levels of positive emotions and low/moderate levels of negative emotions
Neutral/Unchanged	Service recovery experience has no effect on the buyer-seller relationship.	(Fast) Handling/Resolution of Failure/Complaint Acceptance of Mistakes/Seller's Weakness Maintenance of (Longtime) Relationship Dependence on Seller Open Communication	Moderate levels of positive emotions and low/moderate levels of negative emotions
Weakening	Service recovery experience worsens the buyer-seller relationship.	Loss of Reliability Disregard of Failure or Complaint/Denial of Guilt Problem with Product/Service Dissatisfaction with Complaint Handling/Result Loss of Esteem/Respect	Low/moderate levels of positive emotions and moderate/high levels of negative emotions
Breakup	Service recovery experience harms the buyer-seller relationship to the extent that the relationship is dissolved.	Problem with Product/Service Disregard of Failure/Complaint Non-Fulfillment of Conceivabilities/Agreements Dissatisfaction with Complaint Handling/Result Change in Terms of Business	Low/moderate levels of positive emotions and moderate/high levels of negative emotions

Table 8: Summary of Findings from Study 1 and Study 2.

According to Table 8, the strengthening of the buyer-seller relationship signifies that the service recovery experiences improve the relationship. This relational outcome is caused by the experiential themes cited and is associated with high levels of positive emotions and low to moderate levels of negative emotions. A neutral or unchanged rela-

tionship outcome means that the service recovery experience has no effect on the buyer-seller relationship. The experiential themes mentioned before contribute to this relational outcome and moderate levels of positive emotions and low to moderate levels of negative emotions can be associated with the relationship being unaffected. The weakening of the relationship implies that the service recovery experiences worsen the buyer-seller relationship. The experiential themes quoted are responsible for this kind of relational outcome and low to moderate levels of positive emotions and moderate to high levels of negative emotions can be linked to the weakening of the relationship. The breakup of the buyer-seller relationship signifies that the service recovery experiences harm the relationship to such an extent that it is dissolved. The experiential themes indicated represent the aspects that contribute to this relational outcome. The breakup of the buyer-seller relationship can be associated with low to moderate levels of positive emotions and moderate to high levels of negative emotions.

When comparing the articles about gift giving of Ruth, Otnes and Brunel (1999) and Ruth, Brunel and Otnes (2004) with the study at hand several similarities but also several differences can be detected. Ruth, Otnes and Brunel (1999) identify six relational outcomes (strengthening, affirming, negligible effect, negatively confirming, weakening and severing) and Ruth, Brunel and Otnes (2004) distinguish between five relational outcomes (strengthening, affirming, negligible effect, negatively confirming and weakening) while in this study only four relational outcomes (strengthening, neutral or unchanged, weakening and breakup) were revealed. Thus, respondents do not seem to make such subtle distinctions when realigning their relationships with their sellers in a business-to-business context. For buyers, also the appearance of the dissolution of the buyer-seller relationship is possible which was not detected as a relational outcome in Ruth, Brunel and Otnes (2004). Although the relational outcomes are very similar, the experiential themes associated with the relational outcomes are different which is not very surprising as the topics gift giving and service recovery are rather different yet. Whereas Ruth, Otnes and Brunel (1999) identify epiphany in strengthening outcomes, empathy, adherence, affirming farewell and recognition in affirming events, superfluity, “error”, charity and overkill in negligible effect contexts, absentee and control in negative confirmation outcomes, burden and insult in weakening events and threat and non-affirming farewell in severing of the relationship the experiential themes cited in Table 8 were revealed in the work at hand. They will not be listed here again.

With respect to the emotions, Ruth, Brunel and Otnes (2004) found out that the emotions love, happiness, pride, gratitude, fear, anger, sadness, guilt, uneasiness and embarrassment are of relevance in gift giving. In this study, the emotions joyful, happy, proud, warm feelings, being valued, sad and annoyed are important. These differences in emotions are not surprising as for example love or embarrassment do not really suit the context of service failures and recoveries. Concerning the pattern of emotions, in the article of Ruth, Brunel and Otnes (2004), emotions such as happiness, gratitude and uneasiness are prominent in each relational outcome. In the study at hand, the positive emotions joyful, happy, proud, warm feelings and being valued are predominant in strengthening contexts whereas the negative emotions sad and annoyed predominate in weakening and breakup events. The emotion annoyed is more or less prominent in each relational outcome. A neutral or unchanged relationship outcome is dominated by modest amounts of positive and negative emotions.

Regarding the level of emotions, Ruth, Otnes and Brunel (1999) discovered that mixed emotions appeared in the same incident in strengthening contexts whereas Ruth, Brunel and Otnes (2004) explored that high levels of positive emotions and low to moderate levels of some negative emotions emerged in strengthening. In this study, the relational outcome strengthening is associated with high levels of positive emotions and low to moderate levels of negative emotions which is the same result as detected by Ruth, Brunel and Otnes (2004). Negligible effect which is nearly comparable with a neutral or unchanged relationship outcome is characterized by mixed emotions across gift experiences in the 1999 article and by modest levels of positive and negative emotions in the 2004 article about gift giving. In the study at hand, moderate levels of positive emotions and low to moderate levels of negative emotions can be linked to a neutral or unchanged relationship outcome which is very similar to the article of Ruth, Brunel and Otnes (2004). In weakening events, Ruth, Otnes and Brunel (1999) found out that respondents experience negative emotions and Ruth, Brunel and Otnes (2004) detected low levels of positive emotions and moderate to higher levels of negative emotions. In this work, low to moderate levels of positive emotions and moderate to high levels of negative emotions in weakening contexts were revealed signifying that the result is very similar to that of Ruth, Brunel and Otnes (2004). In the 1999 article of Ruth, Otnes and Brunel severing is connected with negative emotions while in this study, the breakup of the

buyer-seller relationship is associated with low to moderate levels of positive emotions and moderate to high levels of negative emotions.

Ruth, Brunel and Otnes (2004) identify a combination of positive emotions like happiness, love and gratitude and low levels of negative emotions which characterizes positive relational outcomes in gift receipt whereas the combination of sadness and other negative emotions and the emotion gratitude is fundamental to negatively confirming events. Weakening outcomes are associated with a combination of uneasiness, embarrassment and anger. According to the multiple discriminant analysis in the current work, the particular combination of the positive emotions proud, joyful, being valued, happy and warm feelings and a low level of the emotion sad characterizes a strengthening of the buyer-seller relationship. A neutral or unchanged relationship outcome is associated with a combination of moderately experienced positive emotions and a low level of sadness. Further on, the combination of low levels of positive emotions and the negative emotion sad characterize weakening events. In breakup contexts, the combination of low levels of positive emotions and a high level of the emotion sad predominates.

However, the combination of the data on relational outcomes, experiential themes and emotions was able to answer the research questions posed and to serve the purpose of this study. Thus, there are several aspects (i.e. experiential themes) that contribute to the relational outcomes of a buyer-seller relationship and also emotions exist that can be associated with specific relational outcomes. Finally, it can be said that service recovery experiences following a service failure reformulate the buyer-seller relationship taking into account the emotions experienced during this situation.

The findings of this study were discussed in general and summarized so that in the last chapter a conclusion can be drawn.

6 Conclusion

The chapter conclusion consists of both theoretical and managerial implications of the work at hand, limitations associated with the study and a description of areas where further research is needed.

6.1 Theoretical and Managerial Implications

Overall, this work makes scholarly as well as practical contributions resulting in several theoretical and managerial implications. In general, it can be said that both marketing and social psychology benefit since there is a link between these disciplines as already explained in the section social psychology background. For example, Blodgett, Hill and Tax (1997) state that the concept of justice or fairness which is also frequently applied in service failure and recovery contexts originates from social psychology and is used to describe individuals' responses to situations of conflict. In the social psychology, a conflict is followed by conflict resolution which impacts on the interpersonal relationship. These stages are accompanied by emotions. In marketing, a product or service failure that leads to a complaint represents the conflict. Ideally, a service recovery takes place then which influences the buyer-seller relationship. Also emotions play a role at these stages. Therefore, service recovery experiences can realign the buyer-seller relationship resulting in the strengthening, weakening, breakup of the relationship or in a neutral or unchanged relationship outcome. In the social psychology, interpersonal relationships can end up in the same relational outcomes. Not only in the field of psychology but also, for example, in a consumer research (Schoefer and Diamantopoulos 2009) the perceptions of relationship quality between buyers and sellers generate strengthening, neutral, weakening and severing relationship outcomes or in a gift giving setting (see, for instance, Ruth, Otnes and Brunel 1999) similar relational outcomes were identified.

Moreover, the fact that the buyer-seller relationship is not only restored after a service failure and recovery but is even strengthened in some cases supports the existence of a "service recovery paradox" in which higher levels of satisfaction are exhibited after the service failure and recovery than before the failure occurred (Hart, Heskett and Sasser Jr. 1990; McCollough, Berry and Yadav 2000; Tax, Brown and Chandrashekar 1998). In contrast, a poor service recovery following a service failure can be detrimental to the buyer-seller relationship to such an extent that the relationship is dissolved, yet, sug-

gesting that a “double deviation” effect exists which results in an already low customer satisfaction or evaluations being exacerbated by a poor service recovery (Bitner, Booms and Tetreault 1990; Hart, Heskett and Sasser Jr. 1990; McCollough, Berry and Yadav 2000).

Some of the emerging experiential themes are specific to the topic of service failure and recovery but a couple of them can be imagined to be in line with the discipline of social psychology, too. For example, the experiential themes mutual understanding and competence and reliability detected in this study would also be suitable for strengthening interpersonal relationships. Also the acceptance of mistakes and weaknesses, the willingness to maintain a (longtime) relationship and an open communication would be responsible for leaving an interpersonal relationship neutral or unchanged. An interpersonal relationship may be weakened by the loss of reliability, esteem or respect and the denial of guilt when a failure was made as is the case in buyer-seller relationships. The non-fulfillment of obligations and agreements made and disregarding a failure that happened may also characterize the breakup of an interpersonal relationship. Therefore, the findings of this study can also have (theoretical) implications for other disciplines. Not only the identification of the range of relational outcomes and the experiential themes associated with them but also the role of emotions experienced during service recovery experiences make a scholarly contribution.

While emotions affect close relationships and guide their formation, continuity and breakup (Planalp 2003) they also play a role in strengthening, weakening, breaking up and leaving the buyer-seller relationship neutral or unchanged in a service recovery setting. A pattern of emotions and levels of emotions associated with relational outcomes as well as a combination of emotions that distinguish between relational outcomes have been identified in the current work. Overall, as already described strengthening contexts are primarily associated with positive emotions (such as joyful, happy, proud, warm feelings and being valued), neutral or unchanged relationship outcomes are characterized by moderately experienced positive emotions (such as joyful, happy or proud) and low to moderate levels of negative emotions (such as sad and annoyed), weakening and breaking up events are basically associated with negative emotions (such as sad and annoyed).

From a practical or managerial perspective, this study provides useful insights into how organizational buyers experience service recoveries and how these experiences impact on the reformulation or realignment of the buyer-seller relationship as well as what role the emotions felt play in shaping these relational outcomes. Then, service recovery strategies can be developed and improved. As different patterns of emotions and experiential themes can be associated with the relational outcomes the formation of segments of customers is possible. Therefore, the strategies for recovering from a service failure may vary depending on the relationship outcome. It is more likely that the relationship is strengthened when the seller tries to acknowledge the failure and the customer, develop understanding for the buyer, handle or resolve the complaint in a sound and fast manner, make information about the complaint available to the buyer, exhibiting competence and reliability as well as evoking positive emotions in the buyer. In this segment, the service recovery efforts do not have to be as outstanding as for other outcomes since the relationship is perceived to be in a good condition. As, for example, Hart, Heskett and Sasser Jr. (1990) suggest that customers or complainants are asked for feedback and are told how their complaints or suggestions are accommodated.

It is more likely that the buyer-seller relationship remains neutral or unchanged (the largest group in this study) when the seller handles or resolves the complaint quickly, encourages buyers' dependency and complainants' acceptance of mistakes or weaknesses and maintenance of the relationship and promotes communication. The seller should further try to provoke positive emotions and keep the levels of negative emotions down. The findings suggest that most of the cases are concentrated in this group meaning that in a business-to-business context relationships are often unaffected by service failures and subsequent recoveries. Nevertheless, service recovery strategies may include incorporating the aspects of the strengthening group to improve the relationship and, if possible, to take the relationship to a higher plane. Thus, the buyer should be encouraged to deal more with the seller in the future resulting in the relationship being intensified.

But managers should concentrate primarily on customer segments that want to reduce the contact with the seller or that want to dissolve the relationship. When pooling weakening and breakup events together this group accounts for nearly the half of incidents reported representing a considerable amount of dissatisfied customers who are able to exit or have already dissolved the relationship. However, the second largest group in this study is those of the weakening outcomes. Here, it is more likely that the relation-

ship is weakened when the seller loses her or his reliability, disregards the failure or complaint or denies being guilty. He or she is not able to deliver a correct product or service, to generate satisfaction with the complaint handling or the result and to avoid the loss of esteem or respect towards the buyer. Since this relational outcome is primarily associated with negative emotions the seller should not elicit negative emotions and should rather try to evoke positive emotions, if possible, in the buyer during service recovery. Therefore, specific recovery efforts are necessary to keep the relationship at least at a neutral level. In addition to the aspects mentioned in strengthening and neutral or unchanged relationship outcomes the seller should avoid the aforementioned aspects and may grant guarantees in order to retain the buyer for future dealings (Schoefer and Diamantopoulos 2009; Sparks and McColl-Kennedy 2001). Hence, the customer should be compensated accordingly when a failure happened the next time.

It is more likely that the buyer-seller relationship is broken up when the seller delivers an incorrect product or service, disregards the failure or complaint, fails to fulfill conceivabilities or agreements, fails to satisfy the customer with complaint handling or the result and changes the terms of business. Therefore, these aspects have to be avoided. Instead, the seller should focus on taking up those themes that are associated with positive or at least neutral or unchanged relationship outcomes. As the breakup of the relationship can mainly be connected with negative emotions the seller is well advised to evade provoking negative emotions and is advised to elicit positive emotions in the buyer. Although this group consists of only eight incidents this outcome should not be neglected. Since the experiential themes in weakening and breakup contexts are rather similar the seller should be aware that a service failure and a poor service recovery can bring the buyer to drift from a weakening of the relationship into the termination of the relationship. Then, the buyer is likely to switch to competitors. In this case, it is absolutely necessary to immediately initiate service recovery efforts. One opportunity to retain the customer and thus, the relationship with the customer is to offer free service (for example offering vouchers for the next transaction) the next time when the buyer deals with the seller (Schoefer and Diamantopoulos 2009). This serves as an incentive so that the buyer does not fully break up the relationship.

Not only managers but also the employees that are in close contact with buyers should be trained to detect those segments and to adjust their recovery strategies accordingly. They should be aware of the experiential themes that can be associated with the rela-

tional outcomes as well as the emotions experienced by buyers during service recoveries. Therefore, they do not only have to recognize that the product or service itself, the process and outcome of and the buyer-seller interaction during service recovery and relationship factors (e.g., dependence, competence, reliability, esteem and communication) are important but also the buyers' experience and expression of emotions need to be considered in more detail. They should keep in mind that not a single emotion is responsible for causing a specific relational outcome. Instead, a pattern of emotions or a combination of emotions exists that differentiates between relational outcomes. Roughly speaking, the level of the positive emotions joyful, happy, proud, warm feelings and being valued should be kept high whereas the level of the negative emotions sad and annoyed should be kept as low as possible in order to attain a sound buyer-seller relationship. Thus, the training provided to employees should incorporate the identification of both specific aspects that can be associated with service recoveries (i.e. experiential themes) and emotions conveyed in terms of postural, facial and vocal expressions. The latter is especially important in business-to-business contexts where people often do not meet face-to-face and deal with each other via telephone. In the end, employees could and should in some cases influence buyers' emotions so that negative emotions are converted into positive ones (see, for instance, McColl-Kennedy and Sparks 2003). Nevertheless, since negative emotions such as sad and annoyed are also present in strengthening events to a certain extent it does not necessarily mean that the relationship results in a bad outcome. However, evoking negative emotions in the buyer is not advisable.

There are some other factors that managers and employees should pay attention to. Although relationships are said to be able to buffer negative events (Hess Jr., Ganesan and Klein 2003) only four incidents were reported in this study where the willingness to maintain the relationship caused at best a neutral or unchanged relationship outcome. There were also incidents where the relationship was perceived as being (very) good before a failure and recovery happened that resulted in negative relational outcomes in the end. Also long lasting relationships do not seem to be excluded from negative events. Therefore, sellers should not rely too much on assuming that business relations are unaffected by failures or problems although they were good and long-standing. Chandrashekar, Rotte, Tax and Grewal (2007) observe that with advancement in duration of a relationship satisfaction uncertainty is enhanced resulting in turn in a de-

crease in satisfaction and loyalty. However, this study suggests that new relationships are more vulnerable due to the fact that almost all new business relations reported in this research led to negative relational outcomes. Hence, managers and employees have to make a special effort at the beginning of the relationship. The relationship history also seems to play a role to a certain extent since service recovery experiences lead to a positive relational outcome more often when problems or failures did not occur previously in the relationship. When problems or failures happen(ed) frequently negative events (i.e. weakening and breakup) outweigh positive relational outcomes. That means that managers and employees are advised to avoid failures or at least keep them at a minimum. Also Hess Jr., Ganesan and Klein (2003) state that the quality of past service performance positively affects the customers' expectations of continuing the relationship. Another factor that should be taken into account is the importance of the failure or complaint. In this study, most of the respondents attribute a moderate to high importance to the appearance of the failure or complaint. Therefore, service providers should keep in mind that a complaint can represent a turning point or "moment of truth" (Bitner, Booms and Mohr 1994; Grönroos 1988; Smith and Bolton 2002) in a relationship and should thus put special effort in recovering from a service failure. Hess Jr., Ganesan and Klein (2003) demonstrate that the more important service performance is for customers the higher the expectations that the relationship will be continued. Tax, Brown and Chandrashekar (1998) found out that complaints are made when important problems were the triggering events.

However, by means of a service recovery the seller is able to offset the negative effects of a service failure if service recovery is positive in the eyes of the buyer. Thus, buyers are willing to forgive sellers for service failures if they are resolved correctly. As Spreng, Harrell and Mackoy (1995) suggest service recovery can be more important than the service failure that led to the recovery. Therefore, service providers should not underestimate the impact of service recoveries and they should not save money in the wrong place so that the use of complaints departments and service recovery programs is possible. Further on, the seller should pay special attention to service recovery since it influences overall satisfaction, repurchase intentions and word-of-mouth (see, for instance, Davidow 2003; Maxham III and Netemeyer 2002; Smith and Bolton 1998; Spreng, Harrell and Mackoy 1995) which are significant factors for companies especially when it is about retaining customers. If the statement "Doing it right the first time!" is not yet applicable the statement "Doing it absolutely right the second time!"

should anyway come into effect (Stauss and Seidel 1998, pp. 24-25). Therefore, this study has provided valuable insights and implications for both academics and practitioners.

6.2 *Limitations of the Study*

Although this study extends the knowledge in the area of service recovery experiences and their impact on buyer-seller relationship reformulation as well as the role of emotions in this context, several limitations can be associated with the current study. First of all, some limitations of this study can be linked to the questions applied in the interview schedule. Basically, in the interview schedule open-ended questions were used which make analysis and interpretation of those questions rather difficult (Wilson 2006). Thus, building categories can be problematic since it is a quite subjective task. Too many categories may mean that patterns and relationships cannot be detected whereas too few categories produce too broad classes with little meaning. Regarding open-ended questions also the depth of information obtained differs between interviews due to the interviewer's ability to ask questions and the respondent's ability to answer questions. Also the use of scaling questions posed some problems since visual elements could not be utilized in interviews via the telephone. Some of the respondents had difficulties with responding because the scale could not be shown visually to respondents so it had to be explained in words (repeatedly) leaving sometimes the mark that it was still not completely understood.

There are also some methodological issues such as sampling, data collection and analysis methods that can add to the limitations of this study. Concerning sampling a convenience sample was used in the study at hand that offers some drawbacks. The results obtained are rather indicative than definitive, the sampling error cannot be measured and potential respondents are selected on the basis of the researcher's convenience so that the degree of representativeness of the population is unknown (Wilson 2006). Due to budget and time constraints the size of the sample is not very large especially for quantitative research purposes. A larger sample may have yielded other or additional results. For data collection, telephone interviews were used that have some drawbacks. Respondents are sometimes unwilling to participate since this kind of interview is often applied by non-researchers (Wilson 2006). Further on, respondents lose their interest very quickly when the interview is impersonal, lasts long and only the sense of hearing is

stimulated. However, these handicaps could widely be overcome in this study. Moreover, the Critical Incident Technique (CIT) was used which can be associated with several disadvantages ranging from misinterpreted and misunderstood stories by researchers (Edvardsson 1992) to biased memories of incidents when they are recalled by respondents producing the so-called recall bias (Gremmler 2004; Michel 2001; Singh and Wilkes 1996). The latter is a serious problem that often occurs when using such techniques. Since respondents are asked to recall and reproduce experiences one might argue that respondents are more likely to remember occasions, relational outcomes and emotions that were dramatic and remarkable to them. So the most memorable occasions were recalled resulting in the overrepresentation or underrepresentation of certain experiential themes associated with the relational outcomes. Also the time between actual appearance of the incident and data collection plays a role as the incident sometimes appears in another light for an interviewee at a later date (Johnston 1995). In this study, respondents were told to recollect any service recovery experience no matter if the event happened recently or a long time ago. Therefore, the perception of the experience might have changed over time. For example, when such an experience has weakened the relationship for the short term just as service failure and recovery took place, the experience may not affect the relationship meaning that the relationship remains neutral or unchanged in the long run. These factors may distort the results obtained. Nevertheless, the CIT requires the inquiry of such extreme or critical events as stated by Gremmler (2004) who cites the investigation of service failure and service recovery as an example in this context.

With respect to data analysis it is to say that in study 1 qualitative research data had to be analyzed which happened through the use of content analysis which does not permit the data to be analyzed statistically. Thus, the researcher is responsible for data interpretation making it a highly subjective task especially when identifying categories of relational outcomes and experiential themes (Wilson 2006). Although the quantitative research data produced by study 2 were analyzed using statistical techniques the results should be interpreted with caution since the cell sizes of some relational outcomes were rather low. In addition, none of the significant mean values of emotions is above five on a 6-point scale. One emotion cannot simply be linked to a specific relational outcome. There are rather patterns, levels and combinations of emotions that can be associated with relationship outcomes. Therefore, both the findings of study 1 and the results obtained in study 2 should be interpreted and examined with caution.

6.3 Further Research

Some suggestions can be made for further research in the future. If an appropriate sampling frame (i.e. a list of organizational buyers who experienced a service recovery encounter) is available – as for example using random digit dialing in telephone research (i.e. telephone numbers are selected by a random number generation software) – random samples can be used what might be more representative (Wilson 2006). The size of the sample could be raised so that the relational outcomes, the experiential themes and the emotions experienced during service recoveries can be confirmed and refined.

Further research in this area might yield additional results as for example another study may reveal more subtle distinctions among the relational outcomes as is the case in gift giving where affirmation, negligible effect and negative confirmation are detected additionally as relational outcomes (Ruth, Brunel and Otnes 2004; Ruth, Otnes and Brunel 1999). Another study may produce different experiential themes as for example empathy, burden or insult as revealed in gift giving (Ruth, Otnes and Brunel 1999) which may also be suitable for the context of service failures and recoveries. Furthermore, it may be possible to reduce the overlaps between relational outcomes with respect to the experiential themes. Moreover, other studies may discover other or more emotions important for service contexts or may generate significant results for all of the emotions of the ESRE scale (Schoefer and Diamantopoulos 2008) especially in a business-to-business setting.

Although Schoefer and Diamantopoulos (2009) investigated emotional response styles during service recovery encounters in a business-to-consumer context further research is necessary exploring service recovery experiences, their impact on buyer-seller relationships and the role of emotions in a business-to-consumer scenario. Since organizational buyers are individuals their decisions are influenced by affective processes as well (Ervelles (1998). Therefore, further research is needed to detect both similarities and differences in business-to-business and business-to-consumer contexts.

Moreover, the current study investigates service recovery experiences and the perceptions of relationship realignment from the organizational buyer's perspective. Conducting research with both partners that form a relationship is needed in order to learn more about the seller's perspective of the service recovery situation and how the buyer's reactions affect the seller's evaluation of relationship reformulation. Thus, both buyers and sellers should be interviewed in another study.

Another factor that should be examined in more detail is the impact of time on perceptions of relational effects. For example, the buyer-seller relationship may have weakened for the short term whereas it may not have changed in the long run. Therefore, a longitudinal design would allow an investigation of perceptions of relationship realignment over time and would also enable the exploration of the impact of a service failure and recovery encounter on following encounters.

Since this study is limited to Austria further research is needed in other countries as well as other cultures in order to identify similar or different relational outcomes, experiential themes and emotions experienced during service recovery.

In order to conclude it is to say that previous research has already acknowledged service failure and recovery experiences to be critical in terms of satisfaction, repatronage intentions and word-of-mouth. Though, little research has focused on their influence on relationship quality following service recovery encounters. Therefore, this empirical study provides a deeper insight into buyers' service recovery experiences and how these reformulate the buyer-seller relationship. In particular, four distinct relational outcomes, several experiential themes contributing to them and certain emotions that can be associated with the relational outcomes were identified.

References

- Aaker, J. L., Fournier, S. and Brasel, S. A. (2004), '*When Good Brands Do Bad*', Journal of Consumer Research, vol. 31, no. 1, pp. 1-16.
- Andersen, P. H. and Kumar, R. (2006), '*Emotions, Trust and Relationship Development in Business Relationships: A Conceptual Model for Buyer-Seller Dyads*', Industrial Marketing Management, vol. 35, no. 4, pp. 522-535.
- Andreassen, T. W. (1999), '*What Drives Customer Loyalty with Complaint Resolution?*', Journal of Service Research, vol. 1, no. 4, pp. 324-332.
- Andreassen, T. W. (2000), '*Antecedents to Satisfaction with Service Recovery*', European Journal of Marketing, vol. 34, no. 1/2, pp. 156-175.
- Arnold, M. B. (1960), *Emotion and Personality*, Columbia University Press, New York.
- Avruch, K. (1998), *Culture & Conflict Resolution*, United States Institute of Peace, Washington.
- Bagozzi, R. P. (1992), '*The Self-Regulation of Attitudes, Intentions, and Behavior*', Social Psychology Quarterly – Special Issue: Theoretical Advances in Social Psychology, vol. 55, no. 2, pp. 178-204.
- Bagozzi, R. P., Gopinath, M. and Nyer, P. U. (1999), '*The Role of Emotions in Marketing*', Journal of the Academy of Marketing Science, vol. 27, no. 2, pp. 184-206.
- Bell, C. R. and Zemke, R. E. (1987), '*Service Breakdown – The Road to Recovery*', Management Review, vol. 76, no. 10, pp. 32-35.
- Berscheid, E., Snyder, M. and Omoto, A. M. (1989), '*The Relationship Closeness Inventory: Assessing the Closeness of Interpersonal Relationships*', Journal of Personality and Social Psychology, vol. 57, no. 5, pp. 792-807.

Bitner, M. J. (1990), '*Evaluating Service Encounters: The Effects of Physical Surroundings and Employee Responses*', *Journal of Marketing*, vol. 54, no. 2, pp. 69-82.

Bitner, M. J., Booms, B. H. and Mohr, L. A. (1994), '*Critical Service Encounters: The Employee's Viewpoint*', *Journal of Marketing*, vol. 58, no. 4, pp. 95-106.

Bitner, M. J., Booms, B. H. and Tetreault, M. S. (1990), '*The Service Encounter: Diagnosing Favorable and Unfavorable Incidents*', *Journal of Marketing*, vol. 54, no. 1, pp. 71-84.

Blodgett, J. G., Hill, D. J. and Tax, S. S. (1997), '*The Effects of Distributive, Procedural, and Interactional Justice on Postcomplaint Behavior*', *Journal of Retailing*, vol. 73, no. 2, pp. 185-210.

Bowlby, J. (1969), *Attachment and loss: Vol. 1. Attachment*, 2nd edn, Basic Books, New York.

Bradford, K. D., Stringfellow, A. and Weitz, B. A. (2004), '*Managing Conflict to Improve the Effectiveness of Retail Networks*', *Journal of Retailing*, vol. 80, no. 3, pp. 181-195.

Brown, S. P., Cron, W. L. and Slocum Jr., J. W. (1997), '*Effects of Goal-Directed Emotions on Salesperson Volitions, Behavior and Performance: A Longitudinal Study*', *Journal of Marketing*, vol. 61, no. 1, pp. 39-50.

Cavanagh, S. (1997), '*Content Analysis: Concepts, Methods and Applications*', *Nurse Researcher*, vol. 4, no. 3, pp. 5-16.

Chandrashekar, M., Rotte, K., Tax, S. S. and Grewal, R. (2007), '*Satisfaction Strength and Customer Loyalty*', *Journal of Marketing Research*, vol. 44, no. 1, pp. 153-163.

- Chell, E. and Pittaway, L. (1998), '*A Study of Entrepreneurship in the Restaurant and Café Industry: Exploratory Work Using the Critical Incident Technique as a Methodology*', *International Journal of Hospitality Management*, vol. 17, no. 1, pp. 23-32.
- Clopton, S. W. (1984), '*Seller and Buying Firm Factors Affecting Industrial Buyers' Negotiation Behavior and Outcomes*', *Journal of Marketing Research*, vol. 21, no. 1, pp. 39-53.
- Cope, J. (2003), '*Researching Entrepreneurship through Phenomenological Inquiry: Philosophical and Methodological Issues*', Working Paper 2003/052, Lancaster University Management School, Lancaster.
- Cosmides, L. and Tooby, J. (2000), '*Evolutionary Psychology and the Emotions*', in Lewis, M. and Haviland-Jones, J. M. (eds), *Handbook of Emotions*, 2nd ed, The Guilford Press, New York, pp. 91-115.
- Craig, C. S. and Douglas, S. P. (2005), *International Marketing Research*, 3rd edn, John Wiley & Sons Ltd, Chichester.
- Davidow, M. (2003), '*Organizational Responses to Customer Complaints: What Works and What Doesn't*', *Journal of Service Research*, vol. 5, no. 3, pp. 225-250.
- Deutsch, M. (1991), '*Subjective Features of Conflict Resolution: Psychological, Social and Cultural Influences*', in Väyrynen, R. (ed), *New Directions in Conflict Theory: Conflict Resolution and Conflict Transformation*, Sage Publications Ltd., London, pp. 26-56.
- Deutsch, M. (2000), '*Justice and Conflict*', in Deutsch, M. and Coleman, P. T. (eds), *The Handbook of Conflict Resolution: Theory and Practice*, Jossey-Bass Inc., San Francisco, pp. 41-64.
- Doney, P. M. and Cannon, J. P. (1997), '*An Examination of the Nature of Trust in Buyer-Seller Relationships*', *Journal of Marketing*, vol. 61, no. 2, pp. 35-51.

Durgee, J. F. (1987), '*Phenomenology: New Methods for Asking Questions and Interpreting Results*', in Wallendorf, M. and Anderson, P. (eds), *Advances in Consumer Research*, vol. 14, Association for Consumer Research, Provo, p. 561.

Dwyer, F. R. (1984), '*Are Two Better Than One? Bargaining Behavior and Outcomes in an Asymmetrical Power Relationship*', *Journal of Consumer Research*, vol. 11, no. 2, pp. 680-693.

Dwyer, F. R., Schurr, P. H. and Oh, S. (1987), '*Developing Buyer-Seller Relationships*', *Journal of Marketing*, vol. 51, no. 2, pp. 11-27.

Edvardsson, B. (1992), '*Service Breakdowns: A Study of Critical Incidents in an Airline*', *International Journal of Service Industry Management*, vol. 3, no. 4, pp. 17-29.

Elo, S. and Kyngäs, H. (2008), '*The Qualitative Content Analysis Process*', *Journal of Advanced Nursing*, vol. 62, no. 1, pp. 107-115.

Erevelles, S. (1998), '*The Role of Affect in Marketing*', *Journal of Business Research*, vol. 42, no. 3, pp. 199-215.

Fehr, B. and Russell, J. A. (1984), '*Concept of Emotion Viewed from a Prototype Perspective*', *Journal of Experimental Psychology: General*, vol. 113, no. 3, pp. 464-486.

Fennell, G. (1985), '*Things of Heaven and Earth: Phenomenology, Marketing, and Consumer Research*', in Hirschman, E. C. and Holbrook, M. B. (eds), *Advances in Consumer Research*, vol. 12, Association for Consumer Research, Provo, pp. 544-549.

Field, A. (2005), *Discovering Statistics Using SPSS*, 2nd edn, Sage Publications Ltd, London.

Fincham, F. D., Beach, S. R. H. and Davila, J. (2007), '*Longitudinal Relations between Forgiveness and Conflict Resolution in Marriage*', *Journal of Family Psychology*, vol. 21, no. 3, pp. 542-545.

- Fisk, R. P., Brown, S. W. and Bitner, M. J. (1993), '*Tracking the Evolution of the Services Marketing Literature*', *Journal of Retailing*, vol. 69, no. 1, pp. 61-103.
- Flanagan, J. C. (1954), '*The Critical Incident Technique*', *Psychological Bulletin*, vol. 51, no. 4, pp. 327-358.
- Fornell, C. and Wernerfelt, B. (1987), '*Defensive Marketing Strategy by Customer Complaint Management: A Theoretical Analysis*', *Journal of Marketing Research*, vol. 24, no. 4, pp. 337-346.
- Frijda, N. H. (2008), '*The Psychologists' Point of View*', in Lewis, M., Haviland-Jones, J. M. and Barrett, L. F. (eds), *Handbook of Emotions*, 3rd ed, The Guilford Press, New York, pp. 68-87.
- Ganesan, S. (1994), '*Determinants of Long-Term Orientation in Buyer-Seller Relationships*', *Journal of Marketing*, vol. 58, no. 2, pp. 1-19.
- Gardner, M. P. (1985), '*Mood States and Consumer Behavior: A Critical Review*', *Journal of Consumer Research*, vol. 12, no. 3, pp. 281-300.
- Gaski, J. F. (1984), '*The Theory of Power and Conflict in Channels of Distribution*', *Journal of Marketing*, vol. 48, no. 3, pp. 9-29.
- Giorgi, A. (1983), '*Concerning the Possibility of Phenomenological Psychological Research*', *Journal of Phenomenological Psychology*, vol. 14, no. 2, pp. 129-169.
- Goodwin, C. and Ross, I. (1990), '*Consumer Evaluations of Responses to Complaints: What's Fair and Why*', *Journal of Services Marketing*, vol. 4, no. 3, pp. 53-61.
- Goulding, C. (1999), '*Consumer Research, Interpretive Paradigms and Methodological Ambiguities*', *European Journal of Marketing*, vol. 33, no. 9/10, pp. 859-873.
- Gremler, D. D. (2004), '*The Critical Incident Technique in Service Research*', *Journal of Service Research*, vol. 7, no. 1, pp. 65-89.

Gremler, D. D., Bitner, M. J. and Evans, K. R. (1994), '*The Internal Service Encounter*', *International Journal of Service Industry Management*, vol. 5, no. 2, pp. 34-56.

Grönroos, C. (1988), '*Service Quality: The Six Criteria of Good Perceived Service Quality*', *Review of Business*, vol. 9, no. 3, pp. 10-13.

Hansen, S. W., Swan, J. E. and Powers, T. L. (1996), '*Encouraging "Friendly" Complaint Behavior in Industrial Markets: Preventing a Loss of Customers and Reputation*', *Industrial Marketing Management*, vol. 25, no. 4, pp. 271-281.

Hansen, S. W., Swan, J. E. and Powers, T. L. (1997), '*Vendor Relationships as Predictors of Organizational Buyer Complaint Response Styles*', *Journal of Business Research*, vol. 40, no. 1, pp. 65-77.

Hart, C. W. L., Heskett, J. L. and Sasser Jr., W. E. (1990), '*The Profitable Art of Service Recovery*', *Harvard Business Review*, vol. 68, no. 4, pp. 148-156.

Hedrick, N., Beverland, M. and Minahan, S. (2007), '*An Exploration of Relational Customers' Response to Service Failure*', *Journal of Services Marketing*, vol. 21, no. 1, pp. 64-72.

Hess Jr., R. L., Ganesan, S. and Klein, N. M. (2003), '*Service Failure and Recovery: The Impact of Relationship Factors on Customer Satisfaction*', *Journal of the Academy of Marketing Science*, vol. 31, no. 2, pp. 127-145.

Hochschild, A. R. (1979), '*Emotion Work, Feeling Rules, and Social Structure*', *American Journal of Sociology*, vol. 85, no. 3, pp. 551-575.

Hoffman, K. D. and Bateson, J. E. G. (1997), *Essentials of Services Marketing*, Dryden Press, Fort Worth.

Holbrook, M. B. and Batra, R. (1987), '*Assessing the Role of Emotions as Mediators of Consumer Responses to Advertising*', *Journal of Consumer Research*, vol. 14, no. 3, pp. 404-420.

- Homburg, C. and Fürst, A. (2007), '*Beschwerdeverhalten und Beschwerdemanagement: Eine Bestandsaufnahme der Forschung und Agenda für die Zukunft*', *Die Betriebswirtschaft*, vol. 67, no. 1, pp. 41-74.
- Hsieh, H-F. and Shannon, S. E. (2005), '*Three Approaches to Qualitative Content Analysis*', *Qualitative Health Research*, vol. 15, no. 9, pp. 1277-1288.
- Izard, C. E. (1977), *Human Emotions*, Plenum, New York.
- Jehn, K. A. (1997), '*A Qualitative Analysis of Conflict Types and Dimensions in Organizational Groups*', *Administrative Science Quarterly*, vol. 42, no. 3, pp. 530-557.
- Johnson, C., Ford, R. and Kaufman, J. (2000), '*Emotional Reactions to Conflict: Do Dependence and Legitimacy Matter?*', *Social Forces*, vol. 79, no. 1, pp. 107-137.
- Johnston, R. (1995), '*Service Failure and Recovery: Impact, Attributes, and Process*', in Swartz, T. A., Bowen, D. E. and Brown, S. W. (eds), *Advances in Services Marketing and Management: Research and Practice*, vol. 4, JAI Press, Greenwich, pp. 211-228.
- Kelley, S. W. and Davis, M. A. (1994), '*Antecedents to Customer Expectations for Service Recovery*', *Journal of the Academy of Marketing Science*, vol. 22, no. 1, pp. 52-61.
- Krippendorff, K. (2004), *Content Analysis: An Introduction to its Methodology*, 2nd edn, Sage Publications Inc., Thousand Oaks.
- Kundenmonitor Österreich, (<http://www.kundenmonitor.eu/index.php/oesterreich.html>), *Ergebnisüberblick Kundenmonitor 2009*, Online on the Internet: http://www.kundenmonitor.eu/index.php/oesterreich.html?file=tl_files/downloads/kumode/PM091119_KundenmonitorAT_Kurzinformation.pdf [2011-01-05].
- Küpers, W. (1998), '*Phenomenology of Embodied Productivity in Services*', *International Journal of Service Industry Management*, vol. 9, no. 4, pp. 337-358.

Kvale, S. (1983), '*The Qualitative Research Interview*', Journal of Phenomenological Psychology, vol. 14, no. 2, pp. 171-196.

Larsen, J. T., McGraw, A. P. and Cacioppo, J. T. (2001), '*Can People Feel Happy and Sad at the Same Time?*', Journal of Personality and Social Psychology, vol. 81, no. 4, pp. 684-696.

Lau-Gesk, L. (2005), '*Understanding Consumer Evaluations of Mixed Affective Experiences*', Journal of Consumer Research, vol. 32, no. 1, pp. 23-28.

Lazarus, R. S. (1982), '*Thoughts on the Relations between Emotion and Cognition*', American Psychologist, vol. 37, no. 9, pp. 1019-1024.

Lester, S. (1999), '*An Introduction to Phenomenological Research*', Stan Lester Developments Homepage, Online on the Internet: <http://www.sld.demon.co.uk/resmethy.pdf> [2011-01-06].

Lindlof, T. R. and Taylor, B. C. (2002), *Qualitative Communication Research Methods*, 2nd edn, Sage Publications Inc., Thousand Oaks.

Masberg, B. A. and Silverman, L. H. (1996), '*Visitor Experiences at Heritage Sites: A Phenomenological Approach*', Journal of Travel Research, vol. 34, no. 4, pp. 20-25.

Maxham III, J. G. and Netemeyer, R. G. (2002), '*A Longitudinal Study of Complaining Customers' Evaluations of Multiple Service Failures and Recovery Efforts*', Journal of Marketing, vol. 66, no. 4, pp. 57-71.

Mayring, P. and Brunner, E. (2007), '*Qualitative Inhaltsanalyse*', in Buber, R. and Holzmüller, H. H. (eds), *Qualitative Marktforschung: Konzepte – Methoden – Analysen*, Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler, Wiesbaden, pp. 669-680.

McColl-Kennedy, J. R. and Sparks, B. A. (2003), '*Application of Fairness Theory to Service Failures and Service Recovery*', Journal of Service Research, vol. 5, no. 3, pp. 251-266.

- McCollough, M. A., Berry, L. L. and Yadav, M. S. (2000), '*An Empirical Investigation of Customer Satisfaction after Service Failure and Recovery*', *Journal of Service Research*, vol. 3, no. 2, pp. 121-137.
- McKnight, D. H., Cummings, L. L. and Chervany, N. L. (1998), '*Initial Trust Formation in New Organizational Relationships*', *Academy of Management Review*, vol. 23, no. 3, pp. 473-490.
- Menon, K. and Dubé, L. (2004), '*Service Provider Responses to Anxious and Angry Customers: Different Challenges, Different Payoffs*', *Journal of Retailing*, vol. 80, no. 3, pp. 229-237.
- Michel, S. (2001), '*Analyzing Service Failures and Recoveries: A Process Approach*', *International Journal of Service Industry Management*, vol. 12, no. 1, pp. 20-33.
- Mikulincer, M. and Shaver, P. R. (2005), '*Attachment theory and emotions in close relationships: Exploring the attachment-related dynamics of emotional reactions to relational events*', *Personal Relationships*, vol. 12, pp. 149-168.
- Miller, J. L., Craighead, C. W. and Karwan, K. R. (2000), '*Service Recovery: A Framework and Empirical Investigation*', *Journal of Operations Management*, vol. 18, no. 4, pp. 387-400.
- Oliver, R. L., Rust, R. T. and Varki, S. (1997), '*Customer Delight: Foundations, Findings, and Managerial Insight*', *Journal of Retailing*, vol. 73, no. 3, pp. 311-336.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Berry, L. L. (1985), '*A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research*', *Journal of Marketing*, vol. 49, no. 4, pp. 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Berry, L. L. (1988), '*SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception*', *Journal of Retailing*, vol. 64, no. 1, pp. 12-40.

Ping Jr., R. A. (1993), '*The Effects of Satisfaction and Structural Constraints on Retailer Exiting, Voice, Loyalty, Opportunism, and Neglect*', *Journal of Retailing*, vol. 69, no. 3, pp. 320-352.

Ping Jr., R. A. (1997), '*Voice in Business-to-Business-Relationships: Cost-of-Exit and Demographic Antecedents*', *Journal of Retailing*, vol. 73, no. 2, pp. 261-281.

Planalp, S. (2003), '*The Unacknowledged Role of Emotion in Theories of Close Relationships: How Do Theories Feel?*', *Communication Theory*, vol. 13, no. 1, pp. 78-99.

Plutchik, R. (1962), *The Emotions: Facts, Theories and a New Model*, Random House, New York.

Plutchik, R. (2001), '*The Nature of Emotions*', *American Scientist*, vol. 89, no. 4, pp. 344-350.

Pollio, H. R., Henley, T. and Thompson, C. J. (1997), *The Phenomenology of Everyday Life*, Cambridge University Press, Cambridge.

Rauyruen, P., Miller, K. E. and Groth, M. (2009), '*B2B Services: Linking Service Loyalty and Brand Equity*', *Journal of Services Marketing*, vol. 23, no. 3, pp. 175-186.

Reichheld, F. F. (1996), '*Learning from Customer Defections*', *Harvard Business Review*, vol. 74, no. 2, pp. 56-69.

Rosenberg, L. J. and Stern, L. W. (1971), '*Conflict Measurement in the Distribution Channel*', *Journal of Marketing Research*, vol. 8, no. 4, pp. 437-442.

Rotte, K., Chandrashekar, M., Tax, S. S. and Grewal, R. (2006), '*Forgiven but not Forgotten: Covert Uncertainty in Overt Responses and the Paradox of Defection-Despite-Trust*', *Journal of Consumer Psychology*, vol. 16, no. 3, pp. 281-292.

Ruth, J. A., Brunel, F. F. and Otnes, C. C. (2004), '*An Investigation of the Power of Emotions in Relationship Realignment: The Gift Recipient's Perspective*', *Psychology & Marketing*, vol. 21, no. 1, pp. 29-52.

Ruth, J. A., Otnes, C. C. and Brunel, F. F. (1999), '*Gift Receipt and the Reformulation of Interpersonal Relationships*', *Journal of Consumer Research*, vol. 25, no. , pp. 385-402.

Schierenbeck, H. and Wöhle, C. B. (2008), *Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre*, 17th edn, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München.

Schipper, F. (1999), '*Phenomenology and the Reflective Practitioner*', *Management Learning*, vol. 30, no. 4, pp. 473-485.

Schoefer, K. and Diamantopoulos, A. (2008), '*Measuring Experienced Emotions During Service Recovery Encounters: Construction and Assessment of the ESRE Scale*', *Service Business*, vol. 2, no. 1, pp. 65-81.

Schoefer, K. and Diamantopoulos, A. (2009), '*A Typology of Consumers' Emotional Response Styles during Service Recovery Encounters*', *British Journal of Management*, vol. 20, no. 3, pp. 292-308.

Schurr, P. H. and Ozanne, J. L. (1985), '*Influences on Exchange Processes: Buyers' Preconceptions of a Seller's Trustworthiness and Bargaining Toughness*', *Journal of Consumer Research*, vol. 11, no. 4, pp. 939-953.

Segrin, C. (2004), '*Concordance on Negative Emotion in Close Relationships: Transmission of Emotion or Assortative Mating?*', *Journal of Social and Clinical Psychology*, vol. 23, no. 6, pp. 836-856.

Shaver, P., Schwartz, J., Kirson, D. and O'Connor, C. (1987), '*Emotion Knowledge: Further Exploration of a Prototype Approach*', *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 52, no. 6, pp. 1061-1086.

Sherry, J. F. (1983), '*Gift Giving in Anthropological Perspective*', Journal of Consumer Research, vol. 10, no. 2, pp. 157-168.

Simpson, J. A., Collins, W. A., Tran, S. and Haydon, K. C. (2007), '*Attachment and the Experience and Expression of Emotions in Romantic Relationships: A Developmental Perspective*', Journal of Personality and Social Psychology, vol. 92, no. 2, pp. 355-367.

Simpson, J. A., Rholes, W. S. and Phillips, D. (1996), '*Conflict in Close Relationships: An Attachment Perspective*', Journal of Personality and Social Psychology, vol. 71, no. 5, pp. 899-914.

Singh, J. (1988), '*Consumer Complaint Intentions and Behavior: Definitional and Taxonomical Issues*', Journal of Marketing, vol. 52, no. 1, pp. 93-107.

Singh, J. and Wilkes, R. E. (1996), '*When Consumers Complain: A Path Analysis of the Key Antecedents of Consumer Complaint Response Estimates*', Journal of the Academy of the Marketing Science, vol. 24, no. 4, pp. 350-365.

Sirdeshmukh, D., Singh, J. and Sabol, B. (2002), '*Consumer Trust, Value, and Loyalty in Relational Exchanges*', Journal of Marketing, vol. 66, no. 1, pp. 15-37.

Smith, A. K. and Bolton, R. N. (1998), '*An Experimental Investigation of Customer Reactions to Service Failure and Recovery Encounters: Paradox or Peril?*', Journal of Service Research, vol. 1, no. 1, pp. 65-81.

Smith, A. K. and Bolton, R. N. (2002), '*The Effect of Customers' Emotional Responses to Service Failures on Their Recovery Effort Evaluations and Satisfaction Judgments*', Journal of the Academy of Marketing Science, vol. 30, no. 1, pp. 5-23.

Smith, A. K., Bolton, R. N. and Wagner, J. (1999), '*A Model of Customer Satisfaction with Service Encounters Involving Failure and Recovery*', Journal of Marketing Research, vol. 36, no. 3, pp. 356-372.

- Solomon, M. R., Surprenant, C. F., Czepiel, J. A. and Gutman, E. G. (1985), '*A Role Theory Perspective on Dyadic Interactions: The Service Encounter*', *Journal of Marketing*, vol. 49, no. 1, pp. 99-111.
- Solomon, R. C. (2008), '*The Philosophy of Emotions*', in Lewis, M., Haviland-Jones, J. M. and Barrett, L. F. (eds), *Handbook of Emotions*, 3rd ed, The Guilford Press, New York, pp. 3-16.
- Sparks, B. A. and McColl-Kennedy, J. R. (2001), '*Justice Strategy Options for Increased Customer Satisfaction in a Services Recovery Setting*', *Journal of Business Research*, vol. 54, no. 3, pp. 209-218.
- Spiro, R. L. and Perreault Jr., W. D. (1979), '*Influence Use by Industrial Salesmen: Influence-Strategy Mixes and Situational Determinants*', *Journal of Business*, vol. 52, no. 3, pp. 435-455.
- Spreng, R. A., Harrell, G. D. and Mackoy, R. D. (1995), '*Service Recovery: Impact on Satisfaction and Intentions*', *Journal of Services Marketing*, vol. 9, no. 1, pp. 15-23.
- Stauss, B. and Seidel, W. (1998), *Beschwerdemanagement: Fehler vermeiden – Leistung verbessern – Kunden binden*, 2nd edn, Carl Hanser Verlag, Wien.
- Stern, B. B., Thompson, C. J. and Arnould, E. J. (1998), '*Narrative Analysis of a Marketing Relationship: The Consumer's Perspective*', *Psychology & Marketing*, vol. 15, no. 3, pp. 195-214.
- Stets, J. E. and Turner, J. H. (2008), '*The Sociology of Emotions*', in Lewis, M., Haviland-Jones, J. M. and Barrett, L. F. (eds), *Handbook of Emotions*, 3rd ed, The Guilford Press, New York, pp. 32-46.
- Surprenant, C. F. and Solomon, M. R. (1987), '*Predictability and Personalization in the Service Encounter*', *Journal of Marketing*, vol. 51, no. 2, pp. 86-96.

Sutton, R. I. and Rafaeli, A. (1988), '*Untangling the Relationship between Displayed Emotions and Organizational Sales: The Case of Convenience Stores*', *Academy of Management Journal*, vol. 31, no. 3, pp. 461-487.

Tax, S. S., Brown, S. W. and Chandrashekar, M. (1998), '*Customer Evaluations of Service Complaint Experiences: Implications for Relationship Marketing*', *Journal of Marketing*, vol. 62, no. 2, pp. 60-76.

Thomas, K. W. (1976), '*Conflict and Conflict Management*', in Dunnette, M. D. (ed), *Handbook of Industrial and Organizational Psychology*, Rand McNally, Chicago, pp. 889-935.

Thomas, K. W. (1992), '*Conflict and Conflict Management: Reflections and Update*', *Journal of Organizational Behavior – Special Issue: Conflict and Negotiation in Organizations: Historical and Contemporary Perspectives*, vol. 13, no. 3, pp. 265-274.

Thompson, C. J. (1997), '*Interpreting Consumers: A Hermeneutical Framework for Deriving Marketing Insights from the Texts of Consumers' Consumption Stories*', *Journal of Marketing Research*, vol. 34, no. 4, pp. 438-455.

Thompson, C. J., Locander, W. B. and Pollio, H. R. (1989), '*Putting Consumer Experience Back into Consumer Research: The Philosophy and Method of Existential-Phenomenology*', *Journal of Consumer Research*, vol. 16, no. 2, pp. 133-146.

Thompson, C. J., Locander, W. B. and Pollio, H. R. (1990), '*The Lived Meaning of Free Choice: An Existential-Phenomenological Description of Everyday Consumer Experiences of Contemporary Married Women*', *Journal of Consumer Research*, vol. 17, no. 3, pp. 346-361.

Van Manen, M. (2007), '*Phenomenology of Practice*', *Phenomenology & Practice*, vol. 1, no. 1, pp. 11-30.

Watson, D. and Tellegen, A. (1985), '*Toward a Consensual Structure of Mood*', *Psychological Bulletin*, vol. 98, no. 2, pp. 219-235.

- Watson, D., Clark, L. A. and Tellegen, A. (1988), '*Development and Validation of the Brief Measures of Positive and Negative Affect: The PANAS Scales*', *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 54, no. 6, pp. 1063-1070.
- Weber, R. P. (1990), *Basic Content Analysis*, 2nd edn, Sage University Paper Series on Quantitative Applications in the Social Sciences, series no. 49, Sage Publications Inc., Newbury Park.
- Weiner, B. (1985), '*An Attributional Theory of Achievement Motivation and Emotion*', *Psychological Review*, vol. 92, no. 4, pp. 548-573.
- Weiss, H. M. and Cropanzano, R. (1996), '*Affective Events Theory: A Theoretical Discussion of the Structure, Causes and Consequences of Affective Experiences at Work*', in Staw, B. M. and Cummings, L. L. (eds), *Research in Organizational Behavior*, vol. 18, JAI Press, Greenwich, pp. 1-74.
- Williams, P. and Aaker, J. L. (2002), '*Can Mixed Emotions Peacefully Coexist?*', *Journal of Consumer Research*, vol. 28, no. 4, pp. 636-649.
- Willig, C. (2001), *Introducing Qualitative Research in Psychology: Adventures in Theory and Method*, Open University Press, Buckingham.
- Wilson, A. (2006), *Marketing Research – An Integrated Approach*, 2nd edn, Pearson Education Limited, Harlow.
- Yi-Feng, C. and Tjosvold, D. (2007), '*Cooperative Conflict Management: An Approach to Strengthen Relationships between Foreign Managers and Chinese Employees*', *Asia Pacific Journal of Human Resources*, vol. 45, no. 3, pp. 271-294.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A. and Berry, L. L. (1985), '*Problems and Strategies in Services Marketing*', *Journal of Marketing*, vol. 49, no. 2, pp. 33-46.

In this diploma thesis, I tried to correctly and accurately cite all sources used and to avoid figures, tables and other types of illustration where no copyright permission is obtained. If, nevertheless, any kind of copyright infringement emerges in this thesis, I would be thankful to receive an advice with regard to the relevant matter.

Appendix

Appendix A: Abstract

In his paper, Sherry (1983) specifies the last stage of the gift-giving process as Reformulation which signifies that the gift-giving experiences result in the giver-recipient relationship being realigned. This situation can be passed on to the context of service recovery encounters. That means in this case that service recovery experiences are able to realign the buyer-seller relationship. Service recovery can be defined as “the process of dealing with a situation whereby a customer has experienced a failure in the firm’s offering” (Sparks and McColl-Kennedy 2001, p. 210). Previous research has primarily concentrated on examining service recovery experiences and their impact on outcomes such as satisfaction, repatronage intentions and word-of-mouth. Addressing this research gap, this thesis investigates service recovery experiences and how they reformulate the buyer-seller relationship by incorporating aspects that contribute to relational outcomes (i.e. experiential themes) and emotions elicited by the service recovery encounter.

This thesis starts with a literature review of the relevant concepts of emotions and service failure and recovery experiences. Based on the findings from the literature review, emotions and service recovery experiences seem to play an important role for relationships and if explored in greater detail – which happened rarely in the existing literature – they are able to realign relationships. As a result of this review research gaps are detected which lead to the formulation of research objectives and research questions.

Since this thesis consists of two studies it is split up in a chapter about study 1 and a chapter about study 2 but sharing the same interview schedule, methodology and sampling. An interview schedule is utilized that was already developed and used by the Chair of International Marketing. Telephone interviews with members of Austrian companies are conducted resulting in a sample of 62 respondents. The interviews are carried out with employees who experienced a service failure and a subsequent recovery in the past made by their suppliers. Since the organizational buyers’ perspective is of interest the sample is a business-to-business sample. Study 1 concentrates on the qualitative part of this thesis examining by means of the Critical Incident Technique (CIT) and a phenomenological approach which relational outcomes of relationships are possible

through the experiences made during service recovery and which aspects (i.e. experiential themes) contribute to these relational outcomes. When content analyzing the transcripts four relational outcomes of buyer-seller relationships are identified namely strengthening, weakening, breakup of the relationship and a neutral or unchanged relationship outcome. For each relational outcome five to six experiential themes are discovered that contribute to the relational outcomes. Therefore, the following experiential themes lead to a strengthening of the buyer-seller relationship: the acknowledgment of the failure/complaint, the acknowledgment/esteem as customer, mutual understanding/learning process, the (fast) handling/resolution of the failure/complaint, the availability of information about the complaint and competence and reliability. The following experiential themes can be associated with a neutral or unchanged relationship outcome: the (fast) handling/resolution of the failure/complaint, the acceptance of mistakes/the seller's weakness, the maintenance of the (longtime) relationship, the dependence on the seller and an open communication. In contrast, the loss of reliability, the disregard of the failure or complaint/the denial of guilt, a problem with the product/service, the dissatisfaction with the complaint handling/result and the loss of esteem/respect can result in the buyer-seller relationship being weakened. A problem with the product/service, the disregard of the failure/complaint, the non-fulfillment of conceivabilities/agreements, the dissatisfaction with the complaint handling/result and a change in the terms of business can accompany the breakup of the buyer-seller relationship.

Study 2 focuses on the quantitative part of this thesis exploring by means of a rating scale the emotions elicited during the service recovery encounter and how they shape the relational outcomes by means of a rating scale. In particular, by executing several analyses (crosstabulations, multivariate analysis of variance, univariate analysis of variance and multiple discriminant analysis) it can be concluded that not a single emotion is responsible for causing a specific relational outcome. It is rather a pattern or combination of emotions that can be associated with certain relational outcomes. Expressed in levels of emotions, the strengthening of the buyer-seller relationship can be connected with high levels of positive emotions (joyful, happy, proud, warm feelings and being valued) and low to moderate levels of negative emotions (sad and annoyed). A neutral or unchanged relationship outcome can be linked to moderate levels of positive emotions and low to moderate levels of negative emotions. The weakening and breakup of the relationship can be associated with low to moderate levels of positive emotions and

moderate to high levels of negative emotions. Overall, it can be said that service recovery experiences affect and realign the buyer-seller relationship by including experiential themes as well as emotions experienced in the process of reformulation. Naturally, in both studies the results are discussed.

In the next chapter, a general discussion or summary follows in order to combine and recapitulate the findings of both studies. In the last chapter, a conclusion is drawn by presenting theoretical and managerial implications as well as limitations of the study and areas for further research.

Appendix B: Zusammenfassung

In seinem Artikel beschreibt Sherry (1983) die letzte Phase des Schenkprozesses als Neuformulierung (vgl. ‚Reformulation‘), welche bedeutet, dass die Erfahrungen beim Schenken eine Neuausrichtung der Beziehung zwischen Geber und Empfänger nach sich ziehen. Diese Sachlage lässt sich auf den Kontext von Begegnungen, die im Rahmen des Service Recovery erfolgen (vgl. ‚service recovery encounters‘), umlegen. In diesem Fall heißt das, dass Erfahrungen aufgrund des Service Recovery (vgl. ‚service recovery experiences‘) in der Lage sind, die Käufer-Verkäufer-Beziehung (vgl. ‚buyer-seller relationship‘) neu auszurichten. Service Recovery kann definiert werden als „der Prozess mit einer Situation umzugehen, in welcher ein Kunde die Erfahrung eines Fehlers im Angebot des Unternehmens gemacht hat“ (Sparks and McColl-Kennedy 2001, p. 210). Bisherige Forschungsarbeiten haben sich hauptsächlich darauf konzentriert, Erfahrungen aufgrund des Service Recovery und ihre Auswirkung auf Folgen wie Zufriedenheit, Wiederkaufabsichten und Mundpropaganda zu behandeln. Um diese Forschungslücke zu schließen, untersucht diese Diplomarbeit Erfahrungen aufgrund des Service Recovery und wie diese die Käufer-Verkäufer-Beziehung neu ausrichten, indem Aspekte, die zu den Beziehungsergebnissen beitragen (d.h. Erfahrungsthematiken vgl. ‚experiential themes‘) und Emotionen, die durch die Begegnung, die im Rahmen des Service Recovery erfolgt, ausgelöst werden, miteinbezogen werden.

Die Diplomarbeit beginnt mit einer Literaturübersicht über die relevanten Konzepte der Emotionen und Erfahrungen aufgrund von Servicefehlern und Service Recovery. Basierend auf den Erkenntnissen aus der Literaturübersicht, scheint es, dass Emotionen und Erfahrungen aufgrund des Service Recovery eine wichtige Rolle in Beziehungen spielen und wenn eingehender untersucht – was selten vorkommt in der existierenden Literatur – können sie Beziehungen neu ausrichten. Aufgrund dieser Literaturübersicht werden Forschungslücken aufgedeckt, die zur Formulierung der Zielsetzung der Arbeit und der Forschungsfragen führen.

Da diese Diplomarbeit aus zwei Studien besteht, wird sie unterteilt in ein Kapitel über Studie 1 und ein Kapitel über Studie 2, die aber denselben Interviewablaufplan, dieselbe Methodik und dieselbe Stichprobe verwenden. Ein Interviewablaufplan wird verwendet, der bereits vom Lehrstuhl für Internationales Marketing entwickelt und genutzt wurde. Telefoninterviews mit Angehörigen von österreichischen Unternehmen werden durch-

geführt, was zu einer Stichprobe von 62 befragten Personen führt. Die Interviews werden mit Mitarbeitern durchgeführt, die die Erfahrung eines Servicefehlers, der in der Vergangenheit von ihren Lieferanten begangen wurde, und eines darauffolgenden Service Recovery gemacht haben. Da der Blickwinkel von organisatorischen Käufern von Interesse ist, ist die Stichprobe eine Business-to-Business Stichprobe. Studie 1 konzentriert sich auf den qualitativen Teil dieser Diplomarbeit, der mittels Critical Incident Technique (CIT) und einem phänomenologischen Ansatz untersucht, welche Beziehungsergebnisse aufgrund der Erfahrungen, die während des Service Recovery gemacht werden, möglich sind und welche Thematiken (d.h. Erfahrungsthematiken) mit dem Beziehungsergebnis in Verbindung stehen. Mithilfe einer Inhaltsanalyse (vgl. ‚content analysis‘) der Niederschriften sind vier Beziehungsergebnisse ermittelt worden und zwar Verstärkung, Abschwächung, Abbruch der Beziehung und ein neutrales oder unverändertes Beziehungsergebnis. Für jedes Beziehungsergebnis lassen sich fünf bis sechs Erfahrungsthematiken feststellen, die zu den Beziehungsergebnissen beitragen. Demzufolge führen folgende Erfahrungsthematiken zu einer Verstärkung der Käufer-Verkäufer-Beziehung: die Anerkennung des Fehlers/der Beschwerde, die Anerkennung/Wertschätzung als Kunde, gegenseitiges Verständnis/Lernprozess, die (schnelle) Handhabung/Erledigung des Fehlers/der Beschwerde, die Verfügbarkeit von Informationen über die Beschwerde und Kompetenz und Zuverlässigkeit. Folgende Erfahrungsthematiken können mit einem neutralen oder unveränderten Beziehungsergebnis assoziiert werden: die (schnelle) Handhabung/Erledigung eines Fehlers/der Beschwerde, die Akzeptanz von Fehlern/der Schwäche des Verkäufers, die Aufrechterhaltung der (langjährigen) Beziehung, die Abhängigkeit vom Verkäufer und eine offene Kommunikation. Dagegen kann der Verlust der Zuverlässigkeit, die Nichtanerkennung des Fehlers oder der Beschwerde/die Verleugnung der Schuld, ein Problem mit dem Produkt/dem Service, die Unzufriedenheit mit der Beschwerdehandhabung/dem Beschwerderesultat und der Verlust der Wertschätzung/des Respekts zur Abschwächung der Käufer-Verkäufer-Beziehung führen. Ein Problem mit dem Produkt/dem Service, die Nichtanerkennung eines Fehlers oder der Beschwerde, die Nichterfüllung von Verpflichtungen/Vereinbarungen, die Unzufriedenheit mit der Beschwerdehandhabung/dem Beschwerderesultat und eine Veränderung in den Geschäftsbedingungen können mit dem Abbruch der Käufer-Verkäufer-Beziehung einhergehen.

Studie 2 konzentriert sich auf den quantitativen Teil dieser Diplomarbeit, der die Emotionen mittels einer Beurteilungsskala untersucht, die während der Begegnung, die im

Rahmen des Service Recovery erfolgt, hervorgerufen werden und wie diese Emotionen die Beziehungsergebnisse ausgestalten. Insbesondere kann man aufgrund der Durchführung mehrerer Analysen (Kreuztabellen, multivariate Varianzanalyse, univariate Varianzanalyse und multiple Diskriminanzanalyse) schließen, dass nicht eine einzelne Emotion für ein bestimmtes Beziehungsergebnis verantwortlich ist. Es ist stattdessen ein Muster oder eine Kombination von Emotionen, das/die mit bestimmten Beziehungsergebnissen in Zusammenhang steht. Ausgedrückt in Levels an Emotionen, kann eine Verstärkung der Käufer-Verkäufer-Beziehung mit einem hohen Level an positiven Emotionen (erfreulich, glücklich, stolz, freundliche Gefühle und geschätzt fühlen) und einem niedrigen bis mittelmäßigen Level an negativen Emotionen (traurig und verärgert) verbunden sein. Ein neutrales oder unverändertes Beziehungsergebnis kann mit einem moderaten Level an positiven Emotionen und einem niedrigen bis mittelmäßigen Level an negativen Emotionen in Zusammenhang stehen. Die Abschwächung und der Abbruch einer Beziehung kann mit einem niedrigen bis mittelmäßigen Level an positiven Emotionen und einem moderaten bis hohen Level an negativen Emotionen assoziiert werden. Insgesamt kann man sagen, dass Erfahrungen aufgrund des Service Recovery unter Miteinbeziehung von Erfahrungsthematiken und Emotionen, die während des Prozesses der Neuformulierung wahrgenommen werden, die Käufer-Verkäufer-Beziehung beeinflussen und neu ausrichten. Selbstverständlich werden in beiden Studien die Ergebnisse diskutiert.

Im nächsten Kapitel folgt eine allgemeine Diskussion oder ein Überblick, um die Erkenntnisse aus beiden Studien zu vereinen und zusammenzufassen. Im letzten Kapitel wird eine Schlussfolgerung gezogen, indem theoretische und betriebliche Konsequenzen, Einschränkungen der Studie und weitere Forschungsgebiete aufgezeigt werden.

Appendix C: Interview Schedule

Interviewfragen: Erfahrungen mit Beschwerden, deren Bearbeitung und ihre Auswirkung(en) auf ‚Buyer-Seller‘-Beziehungen

1. ‚Kritisches‘ Ereignis

A. Können Sie sich an eine Gelegenheit/Gegebenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde zu einer **guten** Einschätzung des beteiligten Unternehmens (der Firma) geführt hat?

B. Können Sie sich an eine Gelegenheit/Gegebenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde zu einer **schlechten** Einschätzung des beteiligten Unternehmens (der Firma) geführt hat?

2. Bewertung der Beziehung vor dem Auftreten der Beschwerde

Wie würden Sie Ihre Beziehung zu diesem Unternehmen (dieser Firma) vor dem Auftreten der Beschwerde beschreiben? Als welche Art von Beziehung würden Sie sie beschreiben?

3. Erlebte Emotionen

Welche Emotionen (Gefühle) hat diese Erfahrung bezüglich der Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst? Warum?

①	②	③	④	⑤	⑥
überhaupt nicht	sehr wenig	wenig	einigermaßen	viel	sehr viel
___ erfreulich		___ aufmerksam		___ traurig	
___ glücklich		___ aktiv		___ schlechter Laune	
___ stolz		___ interessiert		___ verärgert	
___ freundliche Gefühle		___ aufgebracht		___ nervös	
___ geschätzt fühlen		___ wütend		___ besorgt	

Haben Sie auch andere Emotionen empfunden? Welche anderen Emotionen/Gefühle/Empfindungen verbinden Sie mit dieser Erfahrung und in welchem Ausmaß haben Sie diese empfunden?

4. Etablierung des möglichen Beziehungsergebnisses

Hat diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Beziehung zu dem beteiligten Unternehmen (Firma) verändert? Bitte erläutern Sie. In welcher Art und Weise?

5. Thematiken, die mit dem Beziehungsergebnis in Verbindung stehen

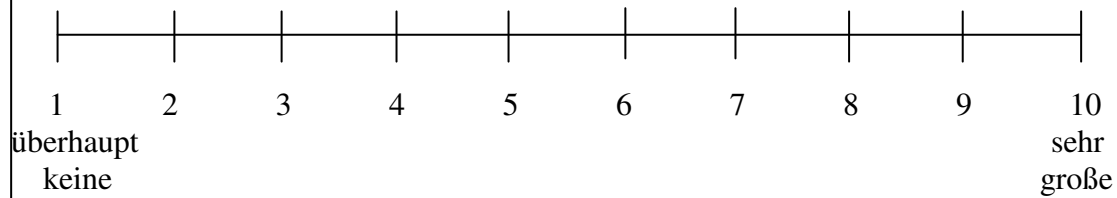
Warum war das so? Warum hat diese Erfahrung zB zu einer Abschwächung (siehe Antwort auf Frage 4) der Beziehung zu diesem Unternehmen geführt? Warum hat diese Erfahrung nicht zu einer Veränderung der Beziehung geführt?

6. Beschreibung der Beziehungsdauer und –entwicklung

Wie lange besteht die Beziehung bereits? Bitte beschreiben Sie kurz die Entwicklung der Beziehung.

7. Ausmaß der Beschwerde

Welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde?



8. Demografische Informationen

Wie alt sind Sie? Geschlecht? Was ist Ihr höchster Schulabschluss? Welche Funktion bekleiden Sie im Unternehmen?

Appendix D: Classification of Enterprises

**Appendix Table 1: The Classification of Enterprises Used by the EU Including Threshold Values of SMEs (since 1st January 2005).
(Schierenbeck and Wöhle 2008, p. 47)**

Größenklassen	Merkmale		
	Anzahl der Mitarbeiter und ...	Bilanzsumme/Jahr oder ...	Umsatz/Jahr
Kleinstunternehmen	bis 9	bis 2 Mio. EUR	bis 2 Mio. EUR
Kleinunternehmen	bis 49	bis 10 Mio. EUR	bis 10 Mio. EUR
Mittleres Unternehmen	bis 249	bis 43 Mio. EUR	bis 50 Mio. EUR
Großes Unternehmen	ab 250	ab 43 Mio. EUR	ab 50 Mio. EUR

Appendix E: Transcripts

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 1

Datum: 09.07.2009

Dauer: 00:08:04

A= Interviewer

B= Respondent

A: Es geht um Erfahrungen mit Beschwerden und deren Bearbeitung und die Auswirkung auf die Beziehung zu dem Unternehmen dann.

B: Mhm.

A: Können Sie sich da an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde, es kann auch ein Problem gewesen sein, zu einer guten Einschätzung des beteiligten Unternehmens geführt hat?

B: Äh, Entschuldigung, Zwischenfrage. Äh, welches ... Meinen Sie jetzt unsere Kunden oder unsere Lieferanten?

A: Ihre Lieferanten. Also Sie haben eine Beschwerde gehabt oder ein Problem mit einem Lieferanten und ja und das sollte dann zu einer guten Einschätzung von dem beteiligten Unternehmen geführt haben.

B: Achso. Ok. Also von meinem Lieferanten meinen Sie?

A: Genau.

B: Ok. Wenn Sie mir die Fragen jetzt nochmal ...

A: Ja. Können Sie sich da an eine Gelegenheit erinnern oder an eine Gegebenheit, bei der die Bearbeitung der Beschwerde oder des Problems dann zu einer guten Einschätzung von dem Unternehmens geführt hat?

B: Natürlich.

A: Ok und können Sie das vielleicht ein bisschen ausführen, was da passiert ist?

B: Na ja, ich meine ... Ohne da in irgendwelche technischen Details zu gehen, wenns ..., wenns meinerseits also Reklamationen an die Lieferanten sind, dann gehen die meistens einfach gut aus.

A: Ja. Ok.

B: Weil die schlichtweg einfach berechtigt sind. Sagen wir es einmal so.

A: Mhm. Ok. Und können Sie sich da an ein bestimmtes Ereignis erinnern?

B: Na ja, es gibt mehrere. Qualitätsprobleme.

A: Mhm.

B: Packprobleme. Technische Probleme, die dann im Nachhinein auf Reklamation gelöst wurden.

A: Mhm. Ok. Nehmen Sie einfach einmal irgendeines her und können Sie mir da sagen, wie die Beziehung zu dem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde war?

B: Die war genau gleich wie nachher, weil wir haben eigentlich langjährige Lieferantenbeziehungen, wo Reklamationen eigentlich relativ problemlos abgewickelt werden.

A: Ok. Mhm. Also das heißt, es war eine langjährige Beziehung sozusagen und es hat sich nichts verändert dadurch eigentlich?

B: Ja. Das sind ja bei uns meistens einfach immer langjährige Partnerschaften.

A: Ok. Mhm.

B: Also, dass da irgendetwas einmal wo passieren kann, das ist halt einmal so.

A: Mhm.

B: Und das wird eigentlich immer im Guten gelöst.

A: Ok. Und welche Emotionen oder Gefühle hat die Erfahrung bezüglich der Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Na, Emotionen und Gefühle eigentlich alles im positiven Sinne.

A: Mhm.

B: Da ja jetzt hier nicht gestritten wird, sondern sachlich argumentiert und somit das Problem aus der Welt geschafft wird.

A: Ok. Ich würde Ihnen jetzt ein paar Emotionen vorlesen und Sie sollten mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs und zwar eins wäre überhaupt nicht und sechs ist sehr viel, was Sie empfunden haben.

B: Ja, bitte.

A: Ok. Erfreulich?

B: Also eins ist ...

A: Eins ist überhaupt nicht, das haben Sie überhaupt nicht empfunden.

B: Ja. Ich bin meistens wahrscheinlich in der höchsten Stufe. Also sechs.

A: Mhm. Sie können auch alles dazwischen sagen. Also von zwei bis ..., zwei, drei, vier, fünf geht auch alles. Ja. Also würden Sie eher sagen sechs in dem Fall, ja?

B: Ja.

A: Mhm. Glücklich?

B: Pff. Glücklich. Vier.

A: Ja. Stolz?

B: Stolz auf was?

A: Ah, dass das gelöst worden ist, das Problem.

B: Ja, das wird eigentlich immer gelöst. Also Höchstnote.

A: Mhm. Freundliche Gefühle?

B: Sind immer dabei. Sechs.

A: Ja.

B: Es gibt nur Positives im Leben.

A: Ok. Geschätzt fühlen?

B: Fünf.

A: Ja. Aufmerksam?

B: Fünf.

A: Aktiv?

B: Drei.

A: Interessiert?

B: Vier.

A: Aufgebracht?

B: Eins.

A: Wütend?

B: Eins.

A: Traurig?

B: Eins.

A: Schlechter Laune?

B: Zwei.

A: Verärgert?

B: Drei.

A: Ja. Nervös?

B: Eins.

A: Besorgt?

B: Besorgt? Das bin ich eigentlich nie.

A: Ok. Also eher eins.

B: Ja.

6 erfreulich

5 aufmerksam

1 traurig

4 glücklich

3 aktiv

2 schlechter Laune

6 stolz

4 interessiert

3 verärgert

6 freundliche Gefühle

1 aufgebracht

1 nervös

5 geschätzt fühlen

1 wütend

1 besorgt

A: Ok. Ja, das waren jetzt schon einige Emotionen. Haben Sie noch irgendwelche anderen Emotionen empfunden?

B: Nein.

A: Ok.

B: Geht emotionslos runter.

A: Ok. Und hat die Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde oder des Problems die Verbundenheit also die Beziehung zu dem Unternehmen verändert?

B: Nein, nicht wirklich. Aber wenn alles gelöst wird, dann erleichtert das die Zusammenarbeit für ein Weiteres.

A: Mhm. Ok.

B: Denn je besser und je schneller irgendetwas erledigt wird, umso besser ist es.

A: Ja. Mhm. Und warum hat die Erfahrung nicht zu einer Veränderung der Beziehung geführt zu dem Unternehmen?

B: Entschuldigung. Mein Telefon hat gerade ein bisschen gekracht. Noch einmal.

A: Ok. Und warum hat diese Erfahrung mit der Beschwerde nicht zu einer Veränderung der Beziehung geführt?

B: Na, weil man schon weiß, wie man mit seinen Pappenheimern umgehen muss.

A: Ok. Und, äh, darf ich fragen, wie lang die Beziehung schon besteht?

B: Ah, ja, keine Ahnung. Mindestens zehn bis fünfzehn Jahre.

A: Mhm. Ok. Und können Sie die Entwicklung der Beziehung kurz beschreiben?

B: Äh, wie lang dauert die Geschichte noch?

A: Ah, nicht mehr allzu lange.

B: Natürlich. Was soll ich Ihnen da beschreiben?

A: Können Sie sagen, ob da schon mehrere Vorfälle waren oder ob das immer glatt gelaufen ist?

B: Das kommt ab und zu einmal vor. So einmal im Jahr einmal eine Kleinigkeit, nicht?

A: Mhm. Ok. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde oder des Problems?

B: Na, Bedeutung hatte es eigentlich nur die, dass die Schwierigkeiten ein bisschen gelöst werden müssen. Sonst hat es eigentlich keine Bedeutung.

A: Mhm.

B: Es wird gelöst.

A: Können Sie das sagen auf einer Skala von eins bis zehn zum Beispiel. Eins wäre dann überhaupt keine Bedeutung und zehn sehr große Bedeutung.

B: Puh. Da lassen Sie mich ein bisschen nachdenken.

A: Ja.

B: Na ja, sagen wir sechs.

A: Mhm. Ok. Jetzt bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Und zwar Ihr Alter?

B: 44.

A: Ja, danke. Ja, Geschlecht ist eh klar, männlich.

B: Das weiß man nie so genau.

A: Ja. Ok. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Universität.

A: Mhm. Und welche Funktion bekleiden Sie genau im Unternehmen?

B: Ich bin Prokurist in diesem Unternehmen.

A: Mhm. Ok. Ja, danke, das wär's dann schon gewesen. Danke, Wiederhören.

B: Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 2

Datum: 10.07.2009

Dauer: 00:11:04

A= Interviewer

B= Respondent

A: Es geht um Erfahrungen mit Beschwerden und deren Bearbeitung und die Auswirkung auf die Beziehung zu dem Unternehmen dann.

B: Mhm.

A: Und zwar können Sie sich an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde zu einer guten Einschätzung des beteiligten Unternehmens geführt hat?

B: Meinen Sie da jetzt ein konkretes Fallbeispiel?

A: Ja, genau. Können Sie sich da an etwas erinnern? Also es hat ein Problem gegeben oder eine Beschwerde bei einem Lieferanten von Ihnen und letzten Endes ist das dann so ausgegangen, dass Sie eine gute Einschätzung von dem Unternehmen gehabt haben.

B: Hat es auch schon gegeben, ja.

A: Ja, ok. Können Sie das ein bisschen ausführen, was genau da war? Hallo? (Unterbrechung der Verbindung) Können Sie sich an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde zu einer guten Einschätzung des beteiligten Unternehmens geführt hat?

B: Mhm, ja.

A: Ja, ok. Können Sie da vielleicht einen speziellen Fall nennen?

B: Äh, na ja. Wenn ich mir eine Firma eben, äh, bei einer Lieferung eben eine Falschlieferrung dabei gehabt habe und das eben sehr kurzfristig eben unkompliziert eben gelöst worden ist.

A: Ja. Mhm. Ok. Und, ah, würden Sie sagen, dass die Beziehung zu dem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde oder des Problems, ähm, anders war?

B: Was verstehen Sie unter anders?

A: Ah, na ja, haben Sie da einen besseren Eindruck von der Firma gehabt vorher, bevor das dann aufgetreten ist?

B: Ähm, bei so einer Firma, wo eben die Problematik dann schnell und einfach unkompliziert gelöst ist, ändert sich deswegen eben die Einschätzung oder die Einstufung von der Firma nicht.

A: Mhm, ok. Also es hat sich nicht geändert kann man sagen. Und welche Art von Beziehung würden Sie sagen, war das zu dem Unternehmen?

B: Wie meinen Sie denn das?

A: Ist das eine langjährige Beziehung schon, eine enge Beziehung?

B: Ah. Eine ganz eine normale Geschäftsbeziehung, meine ich.

A: Mhm. Ok. Und können Sie sagen, welche Emotionen die Erfahrung bezüglich der Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst hat?

B: Ah. Eben die Bearbeitung hat an und für sich eben dann, ja, eine zufriedenstellende Lösung gebracht. Also ja, ich meine ...

A: Mhm. Ok. Und ich hätte da jetzt eine Skala von eins bis sechs und eins wäre überhaupt nicht und sechs ist sehr viel und ich würde Ihnen jetzt ein paar Emotionen vorlesen und Sie können dann entscheiden zwischen eins und sechs, wie es Ihnen dabei gegangen ist.

B: Mhm.

A: Und zwar erfreulich?

B: Äh, wie haben Sie gesagt, eins ist ...

A: Eins ist überhaupt nicht und sechs ist dann sehr viel.

B: Mhm. Also nach dem Schulnotensystem.

A: Genau.

B: Ähm, drei.

A: Mhm. Glücklich?

B: Zwei.

A: Ja. Stolz?

B: Ah, eins.

A: Ja. Freundliche Gefühle?

B: Ah, vier.

A: Ja. Geschätzt fühlen?

B: Zwei.

A: Ja. Aufmerksam?

B: Vier.

A: Aktiv?

B: Drei.

A: Ja. Interessiert?

B: Ah, vier.

A: Mhm. Aufgebracht?

B: Zwei.

A: Ja. Wütend?

B: Eins.

A: Traurig?

B: Eins.

A: Schlechter Laune?

B: Zwei.

A: Verärgert?

B: Zwei.

A: Nervös?

B: Eins.

A: Besorgt?

B: Drei.

3 erfreulich	_4_ aufmerksam	_1_ traurig
2 glücklich	_3_ aktiv	_2_ schlechter Laune
1 stolz	_4_ interessiert	_2_ verärgert
4 freundliche Gefühle	_2_ aufgebracht	_1_ nervös
2 geschätzt fühlen	_1_ wütend	_3_ besorgt

A: Ok. Das waren jetzt schon einige Emotionen. Haben Sie noch irgendeine andere Emotion empfunden?

B: Ah, ich meine, ah, wie gesagt, es gibt eine Falschlieferung, man telefoniert, macht aufmerksam, ok, die Firma schaut sich das an, die Fehler, ahm, macht sofort einen Lösungsvorschlag, der eben eine unkomplizierte Sache ist für uns und das dann bereinigt ist und somit, ja, sage ich, gibt es nicht wirklich recht viel an Gefühlen dazu, sage ich.

A: Mhm. Ja. Ok, ok. Und hat die Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Verbundenheit oder die Beziehung zu dem Unternehmen verändert?

B: Nein, eigentlich nicht, nein.

A: Ok. Und können Sie sagen, warum das nicht so war? Warum die Beziehung gleich geblieben ist?

B: Ein Fehler irgendwo, ah, kann jedem einmal wo passieren und, ah, wenn man den Fehler eingesteht, und eine Lösung, ah, bearbeitet, damit das bereinigt ist, ähm, ja, also ...

A: Mhm. Ok. Und darf ich fragen, wie lang die Beziehung schon besteht zu dem Unternehmen?

B: Das war eben ein eher neuerer Lieferant. Ähm, ein Jahr.

A: Mhm. Ok. Und können Sie kurz beschreiben, die Entwicklung der Beziehung. Hat es da schon öfters irgendwelche Probleme gegeben?

B: Nein, also, es hat keine Probleme gegeben mit dem, ja.

A: Mhm. Ok. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Können Sie da vielleicht sagen auf einer Skala von eins bis zehn, wo eins überhaupt keine Bedeutung wäre und zehn sehr große Bedeutung?

B: Irgendwo vier.

A: Mhm. Ok. Dann bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Ah, wie alt sind Sie?

B: 40.

A: Ja. Geschlecht, ja, ist klar. Männlich. Und was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Matura.

A: Mhm. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?

B: Einkauf.

A: Mhm. Ok. Ich weiß jetzt nicht, ob Sie noch so viel Zeit haben. Es ginge jetzt wieder genauso weiter, nur mit einer schlechten Einschätzung vom Unternehmen dann.

B: Mhm.

A: Wenn es da einen Fall gegeben hätte, wo Sie dann eine schlechte Bewertung von dem Unternehmen gehabt haben.

B: Na, ich glaube, da haben wir jetzt eh schon einmal einen Fall durchgenommen und da haben Sie jetzt eh schon einmal eine Hilfestellung bekommen.

A: Ja. Genau. Na, auf jeden Fall, vielen, vielen Dank, ja.
B: Ok.
A: Danke, Wiederhören.
B: Bitte. Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 3
Datum: 20.07.2009
Dauer: 00:07:42

A= Interviewer
B= Respondent

A: Es geht um Erfahrungen mit Beschwerden und deren Bearbeitung und die Auswirkung auf die Geschäftsbeziehung. Und zwar können Sie sich an eine Gelegenheit oder Gegebenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Lieferanten zu einer schlechten Einschätzung des beteiligten Unternehmens geführt hat?

B: Puh, das sind Fragen.

A: Ja, ist ein bisschen eine lange Frage und kompliziert.

B: Ja.

A: Also es geht grundsätzlich darum, es hat eine Beschwerde oder ein Problem mit einem Lieferanten gegeben und Sie haben nachher eine schlechte Einschätzung von dem Unternehmen gehabt.

B: Ja.

A: Hat es da schon einmal einen Fall gegeben?

B: Ich könnte mich jetzt nicht akut erinnern.

A: Bitte?

B: Ich könnte mich jetzt momentan nicht an irgendetwas Besonderes erinnern, nein.

A: Aha. Und könnten Sie sich an etwas erinnern, wo Sie dann eine gute Einschätzung von dem Unternehmen gehabt haben?

B: Aufgrund von einer Beschwerde?

A: Ja, genau.

B: Die dann positiv erledigt wurde?

A: Genau. Ja.

B: Ja. Ja.

A: Mhm. Könnten Sie das vielleicht ..., fällt Ihnen ein Fall ein, könnten Sie das kurz schildern?

B: Pff. Eigentlich fällt mir da nichts ein, nein. Ich meine, das war das eine oder andere Mal schon.

A: Mhm.

B: Wo eine Beschwerde war und das ist dann wieder, ja, positiv erledigt worden. Aber, ja ...

A: Ok. Na, gehen Sie davon aus, ja, es hat jetzt eine Beschwerde gegeben oder so und würden Sie sagen, dass die Beziehung zu dem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde anders war?

B: Nein, würde ich nicht sagen.

A: Mhm. Also die war genau gleich. Und wie würden Sie die Beziehung zu dem Unternehmen vor der Beschwerde beschreiben?

B: Das sind schwierige Fragen, ja. Na, was gibt es für Möglichkeiten, die vorgegeben sind?

A: Nein, es gibt eigentlich keine vorgegeben. Das ist eine offene Frage, ja.

B: Ja. Eine Geschäftsverbindung, ja.

A: Mhm. Und war das eine enge Beziehung, eine langjährige Beziehung?

B: Schon eine langjährige, ja.

A: Mhm. Ok. Und können Sie sagen, welche Gefühle aufgrund der Erfahrung bezüglich der Bearbeitung der Beschwerde diese Beschwerde ausgelöst hat?

B: Hm. Immer hart, ja. Ja, zufrieden.

A: Mhm. Ok. Ich hätte jetzt eine Skala von eins bis sechs. Eins wäre überhaupt nicht und sechs ist sehr viel. Sie können aber alles dazwischen auch auswählen und ich würde Ihnen jetzt ein paar Emotionen vorlesen und Sie sagen mir dann, welche Zahl da am ehesten zutrifft. Also eins ist überhaupt nicht und sechs ist sehr viel.

B: Mhm.

A: Und zwar erfreulich?

B: Ich verstehe nicht ganz den Bezug. Worauf ist das jetzt bezogen?

A: Ah, das ist jetzt bezogen, welche Gefühle die Erfahrung mit der Bearbeitung der Beschwerde ausgelöst hat.

B: Immer noch auf dasselbe zurück.

A: Bitte?

B: Ist immer noch auf dasselbe ...

A: Ja. Können Sie sagen, auf der Skala von eins bis sechs ...?

B: Wiederholen Sie mir das jetzt nochmal. Was war das jetzt?

A: Erfreulich. Erfreulich war das.

B: Erfreulich. Pff. Fünf.

A: Mhm. Glücklich?

B: Sechs.

A: Stolz?

B: Puh, vier.

A: Ja. Freundliche Gefühle?

B: Drei.

A: Geschätzt fühlen?

B: Zwei. Und da kann man auch mehrere ...?

A: Eigentlich nur eine.

B: Ja.

A: Ok. Aufmerksam?

B: Nehmen wir den Einser, nicht?

A: Ja. Aktiv?

B: Wie war das letzte?

A: Aktiv.

B: Aktiv, puh. Eins.

A: Ja. Interessiert?

B: Drei.

A: Ja. Aufgebracht?

B: Aufgebracht.

A: Bitte?

B: Fünf.

A: Ja. Wütend?

B: Sechs.

A: Traurig?

B: Pff, zwei.

A: Ja. Schlechter Laune?

B: Eins.

A: Verärgert?

B: Drei.

A: Nervös?

B: Zwei.

A: Besorgt?

B: Drei.

5 erfreulich

1 aufmerksam

2 traurig

6 glücklich

1 aktiv

1 schlechter Laune

4 stolz

3 interessiert

3 verärgert

3 freundliche Gefühle

5 aufgebracht

2 nervös

2 geschätzt fühlen

6 wütend

3 besorgt

A: Ok. Das waren jetzt schon relativ viele Emotionen und Gefühle. Haben Sie noch etwas anderes empfunden dabei?

B: Da fällt mir absolut nichts ein.

A: Ok.

B: Das ist alles ausgeschöpft.

A: Ok. Und hat die Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde die Verbundenheit oder die Beziehung zu dem Unternehmen verändert?

B: Das haben wir, glaube ich, auch schon einmal gehabt.

A: Ja. Also Sie haben gesagt, eher nicht.

B: Ja, richtig.

A: Ja. Ok. Und warum war das so? Können Sie das irgendwie ausführen, warum sich das nicht verändert hat?

B: Ja, weil es eben zufriedenstellend erledigt worden ist oder bearbeitet und gelöst, wie man auch immer sagen will.

A: Mhm. Ok. Und wie lange besteht die Beziehung schon?

B: Pfu. Fünfzehn Jahre.

A: Mhm. Ok. Können Sie kurz die Entwicklung beschreiben? Ist da schon öfters was vorgefallen oder sonst eigentlich nicht?

B: Könnte mich aber sonst nicht erinnern, nein.

A: Mhm. Ok. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn wäre sehr große Bedeutung?

B: Na ja, was nehmen wir denn? Vier.

A: Mhm. Ok. Dann bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Und zwar Ihr Alter?

B: 58.

A: Ja. Geschlecht, ja, männlich ist klar. Ah, was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Hm. Höchster Schulabschluss ist Hauptschule.
A: Mhm. Ok. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?
B: Einkauf.
A: Ok. Mhm. Dankeschön. Ja, das wäre es auch schon gewesen. Danke. Wiederhören.
B: Bitte.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 4
Datum: 20.07.2009
Dauer: 00:08:28

A= Interviewer
B= Respondent

A: Es geht um Erfahrungen mit Beschwerden, die Bearbeitung und die Auswirkung auf die Geschäftsbeziehung. Haben Sie kurz Zeit?
B: Ja, probieren wir es einmal.

A: Ok. Ah, können Sie sich an eine Gelegenheit oder Gegebenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde zu einer guten Einschätzung des beteiligten Unternehmens geführt hat?
B: Nein.
A: Ah, können Sie sich dann vielleicht erinnern, dass es zu einer schlechten Einschätzung des Unternehmens geführt hat? Also es geht grundsätzlich darum, es hat eine Beschwerde oder ein Problem mit einem Lieferanten gegeben und Sie haben sich dann beschwert oder wie auch immer und Sie haben dann im Nachhinein eine gute oder eine schlechte Einschätzung von dem Unternehmen gehabt.
B: Achso. Ja, dann beides, ja.
A: Mhm. Na, nehmen wir vielleicht den Fall, dass Sie eine schlechte Einschätzung dann gehabt haben. Und können Sie sich da an einen konkreten Fall erinnern?
B: Hm. Falsche Lieferung.
A: Ja, ok. Also es ist etwas falsch geliefert worden und Sie haben sich dann gedacht, ja, das Unternehmen ...
B: Genau.

A: Ok. Und wie würden Sie die Beziehung zu dem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde, also von dem Problem beschreiben?
B: Ja, gut.
A: Mhm. Also die war gut.
B: Ja.
A: Und als welche Art von Beziehung würden Sie sie beschreiben? Ist das eine starke Beziehung, eine langjährige Beziehung oder eher schwach?
B: Na, eher schwach.

A: Mhm. Ok. Und können Sie mir sagen, welche Emotionen, also welche Gefühle hat die Erfahrung bezüglich der Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?
B: Hm. Weiß ich nicht. Ärger oder so.

A: Mhm. Ok. Ich hätte da jetzt eine Skala von eins bis sechs. Eins wäre überhaupt nicht und sechs wäre sehr viel. Sie können aber auch alle Zahlen dazwischen nehmen. Es geht wieder um die Emotionen, die Sie bei der Bearbeitung der Beschwerde gehabt haben. Ich würde Ihnen da jetzt ein paar vorlesen und Sie sagen mir dann die Zahl, die am besten zugetroffen hat.

B: Ja.

A: Erfreulich?

B: Hm.

A: Also eins ist wieder überhaupt nicht und sechs ist sehr viel.

B: Nur über die Beschwerde jetzt?

A: Genau, ja.

B: Ah, also sechs.

A: Mhm. Glückliche?

B: Hm. Sechs.

A: Stolz?

B: Sechs.

A: Freundliche Gefühle?

B: Sechs.

A: Sie können aber auch alles dazwischen nehmen. Ich sage es nur so dazu, ja.

B: Ja.

A: Geschätzt fühlen?

B: Auch sechs. Es geht jetzt rein um das Gespür, wie man sich bei der Beschwerde gefühlt hat oder wie?

A: Das Gefühl während der Beschwerde, ja.

B: Aha. Ja.

A: Genau. Also eins ist überhaupt nicht und sechs ist sehr viel. Ah, aufmerksam?

B: Sechs ist sehr viel?

A: Genau.

B: Ja, dann eigentlich nur ...

A: Dann wollten Sie eigentlich das andere sagen? Das Gegenteil? Oder ... Also wollten Sie bei diesen ..., bei den Gefühlen, die ich vorher vorgelesen habe, eher sagen, dass das nicht zugetroffen hat? Also zum Beispiel glücklich?

B: Genau.

A: Aha. Ok. Ja, sonst fangen wir vielleicht nochmal an. Also eins ist überhaupt nicht und sechs ist sehr viel. Und, ok, das wäre dann erfreulich?

B: Ja, eins.

A: Mhm. Glückliche?

B: Eins.

A: Stolz?

B: Eins.

A: Freundliche Gefühle?

B: Eins.

A: Geschätzt fühlen?

B: Eins.

A: Aufmerksam?

B: Auch eins.

A: Aktiv?

B: Eins.

A: Interessiert?

B: Interessiert. Drei.

A: Ja. Aufgebracht?

B: Vier.

A: Wütend?

B: Vier.

A: Traurig?

B: Vier.

A: Schlechter Laune?

B: Fünf.

A: Ja. Verärgert?

B: Fünf.

A: Nervös?

B: Drei.

A: Besorgt?

B: Drei.

1 erfreulich

1 aufmerksam

4 traurig

1 glücklich

1 aktiv

5 schlechter Laune

1 stolz

3 interessiert

5 verärgert

1 freundliche Gefühle

4 aufgebracht

3 nervös

1 geschätzt fühlen

4 wütend

3 besorgt

A: Ok. Das waren jetzt schon relativ viele Emotionen. Haben Sie noch irgendwelche anderen Gefühle gehabt?

B: Nein, ich glaube nicht.

A: Ok. Und hat diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Verbundenheit also Ihre Beziehung zu dem Unternehmen verändert?

B: Da gibt es nur ja oder nein?

A: Ja, Sie können auch sagen, es ist neutral geblieben, genauso wie vorher, es hat sich verstärkt oder abgeschwächt die Beziehung, je nachdem.

B: Ja. Geschwächt.

A: Abgeschwächt, ok. Aber es hat nicht zu einem völligen Abbruch geführt?

B: Nein.

A: Ok. Mhm. Und, ah, können Sie mir sagen, warum das so war? Warum hat sich die Beziehung abgeschwächt?

B: Ja, weil man halt noch verärgert ist.

A: Mhm. Ok. Fällt Ihnen vielleicht noch etwas anderes ein als Emotionen jetzt?

B: Mh, mh, nein.

A: Mhm, ok. Und können Sie mir sagen, wie lange die Beziehung schon besteht?

B: Mit einem Lieferanten?

A: Ja. Mit dem Lieferanten eben, wo die Falschlieferung passiert ist?

B: Ahm. Fünf Jahre.

A: Mhm. Ok. Ah, können Sie kurz beschreiben, wie sich die Beziehung entwickelt hat? Ist da öfters schon was vorgefallen oder war da eh nie irgendetwas?

B: Hm, selten.

A: Mhm. Ok. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Also auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre dann überhaupt keine Bedeutung und zehn wäre sehr große Bedeutung?

B: Fünf.

A: Mhm. Ok. Und jetzt bräuchte ich noch ein paar demografische Daten. Äh, dürfte ich fragen, wie alt Sie sind?
B: 21.
A: Ja. Ihr Geschlecht, ja, weiblich, ist eh klar. Ah, was ist Ihr höchster Schulabschluss?
B: Also jetzt mein Beruf oder wie?
A: Ah, ja, die letzte Schule, die Sie besucht haben?
B: Fachschule.
A: Mhm. Ok. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?
B: Pharmazeutisch-technische Assistentin.
A: Mhm. Ok. Dankeschön, das wäre es dann auch schon gewesen. Danke. Wiederhören.
B: Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 5
Datum: 21.07.2009
Dauer: 00:08:50

A= Interviewer
B= Respondent

A: Es geht um Erfahrungen mit Beschwerden oder Probleme mit Lieferanten.
B: Ja.

A: Ah, können Sie sich da an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems zu einer schlechten Einschätzung des beteiligten Unternehmens geführt hat?
B: Ähm, puh. Tja. Bei Beschwerden? Ähm, also haben wir schon des Öfteren gehabt.
A: Ja.
B: Aber die waren eigentlich sehr gut oder, äh, sagen wir mal zu 100 %, ah, wieder in Ordnung gebracht worden, für die schnelle Nachlieferung ..., wie sagt man, ist ein Mann gekommen für die Standardentwicklung zum Beispiel, da haben wir eine gewisse Menge auch, was geliefert werden sollte beziehungsweise was wir immer bestellen, die sollten auch immer lagernd sein, diese Artikel.
A: Mhm. Aha. Ja. Mhm, ok. Wir können auch davon ausgehen, dass nachher eine gute Einschätzung von dem Unternehmen da war.
B: Genau, ja. Ja.
A: Mhm. Können Sie da einen speziellen Fall nennen?
B: Ähm, meinen Sie jetzt bei Lieferanten oder ein Profile?
A: Ja, genau.
B: Also bei Lieferanten, mit AGM arbeiten wir zusammen zum Beispiel mit einem Großhändler, da haben wir ein größeres Sortiment, wo wir halt die Artikel jeden Tag bestellen.
A: Ok.
B: Wo auch immer eine gewisse Menge auf Vorrat sein muss beim Lieferanten und in so einem Fall darf es dann eigentlich nicht passieren, dass dann ein Artikel nicht lieferbar ist.
A: Mhm.
B: Aber wenns der Fall war, dann wurde das halt immer wieder auch ausgetauscht, ja.

A: Mhm. Ok.

B: Zufriedenstellend wie gesagt.

A: Mhm. Ok. Und wie würden Sie Ihre Beziehung zu dem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde beschreiben?

B: Ahm. Gut.

A: Mhm. Ok. Und welche Art von Beziehung würden Sie sagen, ist das? Ist das eine starke, eine schwache Beziehung, eine langjährige?

B: Ähm, starke Beziehung.

A: Mhm. Ok. Und welche Emotionen, also welche Gefühle hat die Erfahrung bezüglich der Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Ähm, Emotionen ...

A: Mhm.

B: Ähm, ja das war ... Im Grunde genommen hat man sich vorher schon geärgert gehabt, weil man es halt bei Verhandlungen abgesprochen hat, dass diese Artikel immer lagernd sein müssen, ja.

A: Mhm.

B: Also ...

A: Ok. Ich würde Ihnen jetzt ein paar Emotionen vorlesen.

B: Mhm.

A: Und Sie müssten mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs, Sie können auch alles dazwischen nehmen, was am besten zutrifft. Eins wäre überhaupt nicht, also Sie haben diese Emotion gar nicht gehabt und sechs wäre sehr viel.

B: Mhm.

A: Wie gesagt, Sie können auch alles dazwischen nehmen. Also es geht wieder um die Emotion bezüglich der Bearbeitung der Beschwerde.

B: Mhm.

A: Und zwar erfreulich?

B: Mhm. Also eins war jetzt schlecht?

A: Eins ist überhaupt nicht und sechs ist sehr viel.

B: Also, äh, sechs.

A: Ja. Glückliche?

B: Entschuldigung, das habe ich jetzt nicht ganz verstanden.

A: Glückliche?

B: Glückliche. Ah, fünf.

A: Ja. Stolz?

B: Fünf.

A: Freundliche Gefühle?

B: Fünf.

A: Geschätzt fühlen?

B: Geschätzt fühlen. Sechs.

A: Ja. Aufmerksam?

B: Vier.

A: Aktiv?

B: Vier.

A: Interessiert?

B: Ah, fünf.

A: Bitte?

B: Fünf.

A: Ja. Aufgebracht?

B: Äh. Fünf.

A: Ja. Wütend?

B: Äh. Vier.

A: Ja. Traurig?

B: Ähm. Vier.

A: Schlechter Laune?

B: Zwei.

A: Verärgert?

B: Ah, verärgert. Drei.

A: Ja. Nervös?

B: Vier.

A: Besorgt?

B: Vier.

6 erfreulich

4 aufmerksam

4 traurig

5 glücklich

4 aktiv

2 schlechter Laune

5 stolz

5 interessiert

3 verärgert

5 freundliche Gefühle

5 aufgebracht

4 nervös

6 geschätzt fühlen

4 wütend

4 besorgt

A: Ok. Das waren jetzt schon relativ viele Emotionen. Haben Sie noch irgendetwas anderes dabei empfunden?

B: Nein. Es war eigentlich von allem etwas dabei.

A: Mhm.

B: Von den gängigsten.

A: Ja, es waren schon viele und man kann sich das auch gar nicht so merken.

B: Das ist richtig, ja.

A: Hat die Erfahrung dann in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Verbundenheit also die Beziehung zu dem Unternehmen verändert?

B: Ähm, ja. Also eigentlich dann schon zum Positiven.

A: Mhm.

B: Weil wenn man sieht, dass das Unternehmen das ernst nimmt und auch diese Beschwerde, äh, sagen wir mal bearbeitet, ja, um den Kunden zufriedenzustellen.

A: Mhm, ok. Das heißt, die Beziehung ist dann eigentlich verstärkt worden dadurch?

B: Genau.

A: Ok. Mhm. Und können Sie sagen, warum das so war? Warum ist die Beziehung verstärkt worden?

B: Ähm, ja, einfach aus dem Grund, es war, wenn man eine Beschwerde hatte und das Gefühl da war, dass der Gegenüber das ernst genommen hat, das Problem auch eigentlich angenommen hat und das auch bearbeitet hat, ja und sagen wir mal über den Standpunkt, über die Bearbeitung immer, ah, uns auf dem Laufenden gehalten hat. Beziehungsweise war es immer so, dass es eigentlich am selben Tag auch noch bearbeitet wurde.

A: Ja. Mhm.

B: Und erledigt war.

A: Mhm. Ok. Ja. Und wie lange besteht die Beziehung schon?

B: Seit, äh, ich schätze, wie ich hier aufgenommen wurde, also das läuft jetzt schon seit zwei Jahren.

A: Ja.
B: Und war zwischendurch einmal eine Pause.
A: Mhm.
B: Also wenn man die Gesamtjahre als Arbeitsfall zusammennimmt, dann sind es sieben Jahre.
A: Aha. Ok. Und können Sie kurz die Entwicklung der Beziehung beschreiben? Hat es da schon öfter Probleme gegeben?
B: Äh, wenn ich es jetzt auf den Zeitpunkt vielleicht sagen würde, ist es vielleicht einmal, zweimal im Monat.
A: Mhm.
B: Aber sonst ganz normal.

A: Mhm. Ok. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn wäre sehr große Bedeutung?
B: Ja, sehr große Bedeutung, ja.
A: Mhm. Würden Sie sagen zehn?
B: Genau.

A: Mhm. Ok. Jetzt bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Ah, Ihr Alter bitte?
B: Äh, 24.
A: Ja, danke. Geschlecht, ja, männlich ist klar. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?
B: Ähm, das ist, äh, Abitur. Also Matura.
A: Ja. Mhm. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?
B: Also Purchasing. Also ich trage die Verantwortung für den Einkauf hier im Hotel.
A: Mhm. Ok. Ja, danke. Sie haben mir sehr geholfen. Dankeschön. Wiederhören.
B: Ja, bitte. Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 6

Datum: 22.07.2009

Dauer: 00:10:54

A= Interviewer

B= Respondent

A: Also es geht um Erfahrungen mit Beschwerden oder Probleme mit Ihren Lieferanten.
B: Mhm.
A: Ah, können Sie sich da an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit Ihrem Lieferanten zu einer guten Einschätzung des beteiligten Unternehmens geführt hat?
B: Gibt's immer wieder, ja.
A: Ja. Und können Sie sich da an einen speziellen Fall erinnern?
B: Ah. Ja, sicher.
A: Mhm. Können Sie den vielleicht ein bisschen ausführen? Sie müssen jetzt keine Firmennamen nennen oder so.
B: Ja, da tue ich mir eh schwer, die kann ich Ihnen eh nicht sagen.

A: Mhm.
B: Es geht um Drehteile.
A: Ja.
B: Und das ist ein Zusammenspiel, da wir ja auch der Händler von Bauteilen sind.
A: Mhm.
B: An unsere Kunden ..., es beginnt das Problem eigentlich schon beim Kunden, ja.
A: Ja.
B: Es werden technische Daten ausgegeben, die teilweise nicht 100%ig ausführbar sind.
A: Mhm.
B: Und anhand von technischen Zeichnungen wurden gewisse technische Daten in Auftrag gegeben, dann fragen wir wieder Bauteile von Lieferanten an.
A: Ja. Mhm.
B: Und Angaben vom Lieferanten sind oft so spezifiziert, und dass Sie mich jetzt nicht falsch verstehen, aber es ist einfach so, dass Konstrukteure, Entwickler und so weiter mit technischer Ausbildung ja alle möglichen Hintergrundinformationen zu bieten haben, aber sehr wenig Praxiserfahrung.
A: Ja. Mhm.
B: Da sind Anforderungen oft dabei, die zwar normtechnisch von den Gesetzen her und so weiter vollkommen in Ordnung sind.
A: Ja. Mhm.
B: Aber eben technisch nicht mehr herstellbar sind.
A: Ok.
B: Ja, das ist kein Einzelfall, sondern das sind sehr häufige Problemstellungen, die in letzter Zeit öfters auftauchen.
A: Mhm. Mhm. Und das hat dann dazu geführt, dass Sie da eine gute Einschätzung von dem Unternehmen gehabt haben?
B: Ja. Weil wir geben die Zeichnungen natürlich aus, der versucht alles, ohne jetzt etwas schlecht zu machen, diese Teile herzustellen, aber er kommt einfach aufgrund seiner praktischen Erfahrung ..., ist er nicht in der Lage, so mit diesen Anforderungen, mit diesen Genauigkeiten zu fertigen.
A: Ja. Mhm.
B: Es entsteht ein Spannungsfeld, das entweder über die kaufmännische Seite, sprich Preis, ausgetragen wird oder er ist einfach nicht in der Lage Liefertermine zu halten, weil es einfach nicht herstellbar ist und, und, und, ja.
A: Ok. Mhm. Mhm. Ja, verstehe ich schon, ja.
B: Aber das ist halt ein Kreislauf und der üblicherweise selbst beim Lieferanten oder beim Kunden eigentlich beginnt.

A: Mhm. Ok. Und wie würden Sie die Beziehung zu dem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde beschreiben?
B: Ja, absolut, sagen wir es so, fachkundig.
A: Ja.
B: Kompetent.
A: Mhm.
B: Und auch von der kaufmännischen Seite am Markt ein Durchschnittsunternehmen. Kein Hochpreisunternehmen.
A: Mhm.
B: Kein Dumpingpreisunternehmen, sondern absolut qualitativ in Ordnung und hochwertig.
A: Mhm. Also hat bis jetzt eigentlich alles gepasst?

B: Immer wieder Kleinigkeiten. So jetzt als Firma, aber sonst betrachtet war die Beziehung sehr in Ordnung.

A: Mhm. Und welche Art von Beziehung haben Sie zu dem Unternehmen? Wie würden Sie die beschreiben, ist das eine starke Beziehung, eine langjährige Beziehung?

B: Eine langjährige Partnerschaft.

A: Mhm. Ok. Und welche Emotionen hat die Erfahrung bezüglich der Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Pfuh, einfach die, dass eigentlich die Lieferanten das nicht akzeptiert haben, aber er dann der Leidtragende ist.

A: Mhm.

B: Mit uns gemeinsam, ja. Weil eben das Problem beim Kunden beginnt.

A: Mhm. Ok. Mhm. Und ich würde Ihnen jetzt auf einer Skala von eins bis sechs, eins wäre überhaupt nicht, also Sie haben die Emotion gar nicht erlebt und sechs wäre sehr viel, Sie können auch jede Zahl dazwischen nehmen, ich lese Ihnen jetzt ein paar Emotionen vor und Sie sagen, welche am besten in der Situation bei der Bearbeitung der Beschwerde dazu gepasst hat, ja?

B: Mhm.

A: Erfreulich?

B: Äh, zwei.

A: Ja. Glücklich?

B: Wie haben Sie ... Also nach oben hin ist schlecht?

A: Nach oben hin, Sie haben die Emotion sehr stark erlebt und eins wäre dann überhaupt nicht.

B: Aha, ok. Dann ...

A: Glücklich war das jetzt.

B: Zwei.

A: Ja. Stolz?

B: Pfuh, vier.

A: Ja. Freundliche Gefühle?

B: Drei.

A: Geschätzt fühlen?

B: Nochmal.

A: Geschätzt fühlen?

B: Vier.

A: Ja. Aufmerksam?

B: Fünf.

A: Aktiv?

B: Aktiv. Fünf.

A: Ja. Interessiert?

B: Ebenfalls fünf.

A: Aufgebracht?

B: Zwei.

A: Wütend?

B: Fünf.

A: Traurig?

B: Trifft überhaupt nicht zu.

A: Mhm. Dann eins. Schlechter Laune?

B: Schlechter Laune. Kaum.

A: Mhm. Würden Sie eher sagen zwei?

B: Ja.

A: Verärgert?

B: Verärgert. Zum Lieferanten hin überhaupt nicht.

A: Bitte?

B: Zum Lieferanten hin überhaupt nicht. Zum Kunden sehr wohl.

A: Mhm. Ja, dann wäre es eher eins, weil es auf den Lieferanten bezogen ist, ja.

B: Ja.

A: Nervös?

B: Fünf.

A: Besorgt?

B: Auch fünf.

2 erfreulich

5 aufmerksam

1 traurig

2 glücklich

5 aktiv

2 schlechter Laune

4 stolz

5 interessiert

1 verärgert

3 freundliche Gefühle

2 aufgebracht

5 nervös

4 geschätzt fühlen

5 wütend

5 besorgt

A: Ok. Das waren jetzt schon relativ viele Emotionen. Haben Sie noch irgendwelche anderen Emotionen empfunden?

B: Nicht, dass ich wüsste.

A: Ok. Ja, das waren eh schon viele, die ich vorgelesen habe. Und hat die Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Verbundenheit, also die Beziehung zu dem beteiligten Unternehmen, verändert?

B: Pfuh, eigentlich nicht wirklich, weil es nicht nachtragend ist.

A: Mhm.

B: Ja?

A: Ok.

B: Oder kaum.

A: Kaum, ja. Aber schon ein bisschen? Würden Sie eher sagen, ein bisschen positiv oder ein bisschen negativ?

B: Sowohl als auch, muss ich fast sagen. Auf der einen Seite mit der Bereitschaft, mit der an das Thema herangegangen wurde, positiv.

A: Mhm. Ja.

B: Auf der anderen Seite sind natürlich potentiell gewisse Vorstellungen, die nicht immer so realisiert werden, wo die Gründe auch immer liegen.

A: Mhm. Mhm.

B: Aber letzten Endes würde ich eher sagen, es hat sich aber eher mehr verstärkt, würde ich sagen.

A: Mhm. Ok. Und wie lange besteht die Beziehung schon?

B: Persönlich die jetzt zum Lieferanten oder die vom Unternehmen?

A: Die zum Lieferanten, ja.

B: Ja. Von unserer Firma?

A: Ja, von Ihrer Firma, ja. Mhm.

B: Von der Firma die gibt's sicher schon zehn Jahre.

A: Aha, ok. Mhm. Und können Sie kurz die Entwicklung der Beziehung beschreiben? Ist da schon öfters etwas vorgefallen?

B: Also wie gesagt, es gibt immer wieder Dinge, die in solchen normalen Geschäftsfällen vorkommen, ja.

A: Mhm. Mhm.

B: Die nicht eindeutig ausformuliert oder definiert sind, wo einfach Forderungen dann nicht erfüllt werden, aber das ist halt die Frage, eine ganz eine normale Geschäftsbeziehung.

A: Mhm. Ok. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn wäre sehr große Bedeutung?

B: Ah, irgendwo mitten drinnen.

A: Mhm. Bei was?

B: Hallo?

A: Ja.

B: Fünf, sechs irgendwo. Fünf.

A: Fünf oder sechs. Eher fünf. Mhm. Jetzt bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Ihr Alter bitte?

B: 42.

A: Mhm. Ja, Geschlecht ist klar, männlich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Bitte?

A: Bitte?

B: Was wollten Sie jetzt noch?

A: Was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Matura.

A: Mhm. Und welche Funktion bekleiden Sie genau im Unternehmen?

B: Ich bin verantwortlich für den kompletten Investitionsgüterereinkauf.

A: Mhm. Ok. Ja. Danke. Und Danke auf jeden Fall für den Rückruf auch. Sie haben mir sehr geholfen, ja.

B: Ich hoffe.

A: Ja, danke. Wiederhören.

B: Danke. Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 7

Datum: 22.07.2009

Dauer: 00:08:56

A= Interviewer

B= Respondent

B: Ich gehe an meinen Platz zurück, weil dann kann ich mich gemütlich hinsetzen, aber Sie können schon anfangen zu reden.

A: Mhm. Ok. Also es geht einmal ganz allgemein gesagt um Erfahrungen mit Beschwerden oder Probleme mit Lieferanten.

B: Ja.

A: Und können Sie sich da an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten zu einer guten Einschätzung des beteiligten Unternehmens geführt hat?

B: Ja.

A: Ja. Könnten Sie das vielleicht ein bisschen näher ausführen? Sie müssen da keine Firmennamen nennen oder so.

B: Ah. Na ja, es fängt dort an, dass man mit dem Lieferanten ... oder der Lieferant ein Face-to-Face-Gespräch sucht.

A: Mhm.

B: Und das nicht am Telefon abhandeln möchte.

A: Mhm.

B: Wird der Fehler immer wieder gebracht, dann erledigen wir den am Telefon.

A: Mhm.

B: Was aber gerade beim Beschwerdebearbeiten eine Katastrophe ist.

A: Ja.

B: Dann hat es in dem Gespräch sicher auch Punkte gegeben, wo man sehr kritisch miteinander gesprochen hat von beiden Seiten, aber es war immer ein höflicher und ein gemäßigter Ton.

A: Ja. Mhm.

B: Und man hat von beiden Seiten eigentlich offen und ehrlich die Fakten auf den Tisch gelegt.

A: Mhm.

B: Und, äh, beide Seiten haben ein bisschen dann nachgegeben.

A: Ja.

B: Und man hat sich dann halt in der Mitte getroffen und hat eine gute Lösung erreicht.

A: Mhm. Also das heißt, Sie haben dann letzten Endes eine gute Einschätzung gehabt.

B: Ja.

A: Mhm. Und wie würden Sie die Beziehung zu dem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde beschreiben?

B: Ähm, na ja, es war eigentlich immer ein ganz gutes Verhältnis.

A: Mhm. Ok. Und als welche Art von Beziehung würden Sie sie beschreiben? Ist das schon eine langjährige Beziehung? Eine starke Beziehung?

B: Eine langjährige.

A: Mhm. Ok. Und welche Emotionen hat diese Erfahrung bezüglich der Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Pfff. Gar keine. So ein ... ich täte sagen so ein alltägliches Geschäft ist, aber halt einfach zu unserer Tätigkeit ursprünglich dazugehört.

A: Mhm. Was halt öfters passieren kann, ja. Mhm. Ich würde Ihnen jetzt ein paar Emotionen vorlesen und Sie müssten mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs was am meisten zugetroffen hat. Eins wäre Sie haben die Emotion gar nicht erlebt und sechs wäre sehr viel.

B: Ja.

A: Sie können auch alles dazwischen nehmen. Und zwar, also es geht wieder um die Emotion während der Bearbeitung der Beschwerde. Und zwar hätten wir da erfreulich?

B: Eins.

A: Ja. Glückliche?

B: Na ja, wie wir dann den Kompromiss am Schluss hatten, ja.

A: Mhm.

B: Aber während der Bearbeitung nein.

A: Ok. Also sagen wir einmal während der Bearbeitung.

B: Während der Bearbeitung war das sicher eins.

A: Mhm. Also eins wäre überhaupt nicht. Sie haben die Emotion gar nicht erlebt, glücklich.

B: Überhaupt nicht. Gar nicht, nein.

A: Mhm. Dann stolz?

B: Nein, auch eins.

A: Ja. Freundliche Gefühle?

B: Irgendwo zwischen zwei und vier.

A: Ja. Was soll ich für eine Zahl nehmen?

B: Ah, zwei.

A: Ok. Danke. Geschätzt fühlen?

B: Drei.

A: Aufmerksam?

B: Ah, fünf.

A: Ja. Aktiv?

B: Fünf.

A: Interessiert?

B: Fünf.

A: Aufgebracht?

B: Teilweise. Fünf.

A: Mhm. Wütend?

B: Vier.

A: Ja. Traurig?

B: Zwei.

A: Schlechter Laune?

B: Drei.

A: Verärgert?

B: Zwei.

A: Ja. Nervös?

B: Zwei.

A: Besorgt?

B: Vier.

1 erfreulich

5 aufmerksam

2 traurig

1 glücklich

5 aktiv

3 schlechter Laune

1 stolz

5 interessiert

2 verärgert

2 freundliche Gefühle

5 aufgebracht

2 nervös

3 geschätzt fühlen

4 wütend

4 besorgt

A: Ja. Das waren jetzt schon einige Emotionen. Haben Sie noch irgendwelche anderen Emotionen empfunden?

B: Pfff. Mir fällt keine ein.

A: Ok. Und hat die Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Verbundenheit, Ihre Beziehung zu dem Unternehmen verändert?

B: Hm. Nein.

A: Mhm. Also würden Sie sagen, die ist genau so geblieben wie vorher?

B: Wenn es nicht so ausgegangen wäre, dann wäre die Verbundenheit in den Keller gesunken.

A: Mhm. Ok. Aber so ist es so geblieben wie es war?

B: Es ist so geblieben, richtig.

A: Mhm. Ok. Und warum war das so? Können Sie das erklären, warum sich das eigentlich nicht verändert hat?

B: Ähm, eben weil da eine offene Kommunikation war.
A: Ja.
B: Man also wirklich das persönliche Gespräch gesucht hat.
A: Mhm.
B: Und weil von beiden Seiten die handelnden Personen an einen Tisch gesetzt wurden. Also dass da nicht von jeder Partei einer an den Tisch geschickt worden ist.
A: Mhm.
B: Sondern von jeder Partei sind drei, vier Leute am Tisch gesessen. Ein großes Gremium. Haben geredet, sich Sorgen gemacht und dann auch etwas getan.
A: Mhm. Also Sie haben das Gefühl gehabt, man hat sich dann schon um die Sache gekümmert und um Sie gekümmert?
B: Genau.

A: Mhm. Und wie lange besteht die Beziehung schon?
B: Pff. Ich schätze 30 Jahre plus.
A: Mhm. Ok. Können Sie die Beziehung kurz beschreiben? Die Entwicklung. Hat es da schon öfters was gegeben oder war das das erste Mal?
B: Es gibt immer etwas, immer wieder etwas. Im technischen Bereich halt immer wieder Fehler oder sonst irgendwelche Kleinigkeiten. Aber man merkt halt, dass der Partner ein Interesse hat, das immer wieder zu einem guten Ende zu bringen.
A: Mhm. Mhm.
B: Und es ist halt, wenn man es vergleicht mit anderen Unternehmen, doch viel besser.

A: Mhm. Ok. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Sagen wir auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn ist sehr große Bedeutung?
B: Mh. Neun.

A: Mhm. Dann bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Wie alt sind Sie?
B: 41.
A: Ja. Geschlecht ist klar, ja, männlich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?
B: Äh, FH.
A: Mhm. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?
B: Supply Chain Manager.
A: Mhm. Ok. Ja. Danke. Das war's dann auch schon. Danke, dass Sie sich Zeit genommen haben.
B: Bitte.
A: Danke. Wiederhören.
B: Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 8

Datum: 23.07.2009

Dauer: 00:06:33

A= Interviewer

B= Respondent

A: Es geht grundsätzlich um Erfahrungen mit Beschwerden und Probleme mit Lieferanten.

B: Mhm.

A: Können Sie sich da an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde zu einer schlechten Einschätzung des beteiligten Unternehmens geführt hat?

B: Das heißt, wo ich von den Arbeiten hinten nach von dem Lieferanten einen schlechten Eindruck gehabt habe?

A: Genau.

B: Nicht wirklich, nein.

A: Aha. Und hätten Sie den umgekehrten Fall schon einmal gehabt, dass Sie dann eine gute Einschätzung gehabt haben von dem Lieferanten?

B: Normalerweise ist das schon in diese Richtung, weil einfach ein jeder versucht, dass er Reklamationen möglichst gut bearbeitet.

A: Mhm. Und fällt Ihnen da vielleicht ein spezieller Fall ein?

B: Einer guten Bearbeitung?

A: Ja. Genau.

B: Fällt mir eigentlich nur ein ... wir haben fallweise Reklamationen, aber Gott sei Dank nicht sehr häufig.

A: Mhm. Ja, sonst gehen wir einfach von einem Fall aus, wo Sie eine Reklamation an einen Lieferanten gehabt haben und dann eine gute Einschätzung gehabt haben.

B: Ja.

A: Und wie würden Sie sagen, war die Beziehung zu dem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde?

B: Sehr gut.

A: Sehr gut. Mhm. Und als welche Art von Beziehung würden Sie sie beschreiben? Ist das eine starke oder eine schwache Beziehung? Eine langjährige Beziehung?

B: Langjährige.

A: Mhm. Und welche Emotionen oder Gefühle hat die Erfahrung bezüglich der Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Nicht wirklich Emotionen. Nein.

A: Mhm. Ich würde Ihnen jetzt ein paar Emotionen trotzdem vorlesen und Sie sollten mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs, eins wäre Sie haben die Emotion gar nicht erlebt und sechs wäre sehr viel, Sie können auch alles dazwischen nehmen und Sie sagen mir dann, was am besten zutrifft, ja.

B: Mhm. Ja.

A: Erfreulich?

B: Das heißt, die Reaktion auf die Reklamation?

A: Genau. Ihre Emotion bezüglich der Bearbeitung der Beschwerde, ja.

B: Ja.

A: Erfreulich hätten wir da.

B: Das heißt was jetzt? Eins bis sechs?

A: Genau. Eins ist überhaupt nicht, Sie haben die Emotion gar nicht erlebt und sechs ist dann sehr viel.

B: Ähm, sagen wir einmal vier. Das ist relativ mittig.

A: Ja. Glücklich?

B: Nein. Gar nicht glücklich.

A: Ja. Also würden Sie eher eins sagen?

B: Ja.

A: Stolz?
 B: Pff. Vier.
 A: Mhm. Freundliche Gefühle?
 B: Fünf.
 A: Ja. Geschätzt fühlen?
 B: Auch fünf.
 A: Ja. Aufmerksam?
 B: Ah, auch fünf, ja.
 A: Ja. Aktiv?
 B: Aktiv. Es geht jetzt immer um die Reaktion meines Gegenübers, nicht? Was die Reaktion meines Gegenübers bei mir ausgelöst hat sozusagen?
 A: Genau. Ja.
 B: Ja. Eher nicht.
 A: Bitte?
 B: Eins.
 A: Interessiert?
 B: Eins.
 A: Ja. Aufgebracht?
 B: Hm, zwei.
 A: Ja. Wütend?
 B: Nein. Eins.
 A: Mhm. Traurig?
 B: Eins.
 A: Ja. Schlechter Laune?
 B: Eins.
 A: Verärgert?
 B: Mhm, zwei.
 A: Ja. Gehört auch ein bisschen dazu, nicht? Nervös?
 B: Äh, eins.
 A: Besorgt?
 B: Eins.

4 erfreulich	_5_ aufmerksam	_1_ traurig
1 glücklich	_1_ aktiv	_1_ schlechter Laune
4 stolz	_1_ interessiert	_2_ verärgert
5 freundliche Gefühle	_2_ aufgebracht	_1_ nervös
5 geschätzt fühlen	_1_ wütend	_1_ besorgt

A: Mhm. Das waren jetzt schon viele Emotionen. Haben Sie noch irgendwelche anderen Emotionen dabei empfunden?
 B: Pfff. Nein.

A: Ja. Ok. Und hat die Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Verbundenheit, Ihre Beziehung zu dem Unternehmen verändert?
 B: Nein.
 A: Also es ist genau so gleich geblieben wie vorher?
 B: Ja.

A: Mhm. Und können Sie sagen, warum das so war? Warum hat sich da nichts geändert?

B: Ah, weil einfach die Abwicklung funktioniert hat, das heißt sie ist partnerschaftlich gelöst worden.

A: Mhm.

B: Und somit gibt es auch keine Probleme mehr.

A: Mhm.

B: Und auch keine Überraschungen.

A: Ok. Ja. Und wie lange besteht die Beziehung bereits?

B: Äh, nachdem ich zehn Jahre in dem Job bin, für mich zehn Jahre.

A: Mhm. Ok. Und können Sie kurz die Entwicklung der Beziehung beschreiben? Hat es da schon öfters Vorfälle gegeben?

B: Sehr selten.

A: Mhm. Ok. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn wäre sehr große Bedeutung?

B: Mh. Na ja, schon sieben.

A: Mhm. Ok. Dann bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Wie alt sind Sie?

B: Ich bin 50.

A: Ja. Geschlecht ist klar, ja, weiblich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Ah, an und für sich Hauptschule.

A: Ja. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?

B: Einkauf.

A: Mhm. Ok. Ja. Danke. Das wär's dann auch schon gewesen. Sie haben mir sehr geholfen, ja. Dankeschön. Wiederhören.

B: Bitte. Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 9

Datum: 28.07.2009

Dauer: 00:13:15

A= Interviewer

B= Respondent

A: Es geht um Erfahrungen mit Beschwerden und Probleme mit Ihren Lieferanten und wie sich das dann auf die Geschäftsbeziehung auswirkt.

B: Mhm.

A: Können Sie sich da an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Lieferanten zu einer schlechten Einschätzung des beteiligten Unternehmens geführt hat?

B: Wer ist das beteiligte Unternehmen jetzt? Ich oder der andere?

A: Na, Sie mit Ihrem Lieferanten, ob es da schon Beschwerden oder Probleme gegeben hat? Und Sie haben dann eine schlechte Einschätzung von Ihrem Lieferanten gehabt.

B: Mhm, ja.

A: Ja. Könnten Sie das vielleicht ein bisschen ausführen, was da passiert ist?

B: Ähm, das ... das ist schwer. Das war so ein aufblasbares Schwimmbad, ein Swimmingpool und das ist undicht durch die Leiter, die sträubt sich offenbar und ähm, ja, das muss offenbar ein qualitativer Mangel sein und das verkauft sich nicht.

A: Ja. Mhm. Und Sie haben dann eine schlechte Einschätzung von dem Unternehmen gehabt?

B: Ja, wie gesagt, weil es so war.

A: Mhm. Und wie würden Sie die Beziehung zu dem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde beschreiben?

B: Hm, war gut. Und über mehrere ... und längerjährig.

A: Mhm. Ok. Ja. Und welche Emotionen hat die Erfahrung bezüglich der Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Pff. Man ärgert sich halt. Es löst ein gewisses, wie soll man sagen, Ärgernis aus. Je näher man hinrückt, um so höher wird der Grad der Ärgernis.

A: Mhm. Ist verständlich. Ich würde Ihnen jetzt ein paar Emotionen vorlesen und Sie können mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs, eins wäre Sie haben die Emotion gar nicht erlebt und sechs wäre sehr viel, Sie können auch alles dazwischen nehmen.

B: Quasi das, was man selber erlebt hat?

A: Genau, ja. Wie Sie das empfunden haben, die Bearbeitung der Beschwerde.

B: Mhm.

A: Also eins ist überhaupt nicht und sechs ist sehr viel.

B: Mhm.

A: Es fängt an mit erfreulich?

B: War das Ganze erfreulich? Ähm, nein. Eins.

A: Ja. Glückliche?

B: Auch eins.

A: Ja. Stolz?

B: Eins.

A: Freundliche Gefühle?

B: Pfff. Eins bis zwei.

A: Eins bis zwei?

B: Soll ich eins sagen?

A: Ja, Sie können auch alles dazwischen nehmen, ja.

B: Zwei.

A: Mhm. Geschätzt fühlen?

B: Ah, können Sie mir noch mal die Rolle ...

A: Also ob Sie die Emotion erlebt haben während der Bearbeitung der Beschwerde.

B: Sagen Sie mir die Frage noch Mal?

A: Die Emotion, die Sie erlebt haben während der Bearbeitung der Beschwerde und das Gefühl war geschätzt fühlen.

B: Ähm, vier.

A: Ja. Aufmerksam?

B: Drei.

A: Ja. Aktiv?

B: Fünf. Ah, nein, Blödsinn, drei.

A: Ja. Interessiert?

B: Vier. Ah, Entschuldigung, falsche Richtung. Drei.

A: Drei. Mhm. Aufgebracht?

B: Drei.
A: Ja. Wütend?
B: Drei.
A: Traurig?
B: Noch einmal.
A: Bitte?
B: Wenn es niedrig ist, ist es viel? Und wenn es hoch ist, ist es wenig?
A: Nein. Eins bedeutet überhaupt nicht, Sie haben die Emotion gar nicht erlebt und sechs wäre sehr viel.
B: Dann sagen Sie mir die letzten drei noch einmal, bitte.
A: Die letzten drei?
B: Ja.
A: Das war aufgebracht.
B: Ich habe in die falsche Richtung gedacht.
A: Ah, ok. Aufgebracht?
B: Ähm, fünf.
A: Ja. Wütend?
B: Mh, drei.
A: Ja. Traurig?
B: Ah, eins.
A: Schlechter Laune?
B: Vier bis fünf?
A: Mhm.
B: Wenn ich eins nur sagen kann, fünf.
A: Fünf. Ja. Verärgert?
B: Ja. Auch. Fünf.
A: Ja. Nervös?
B: Ähm, vier.
A: Ja. Besorgt?
B: Vier. Ah, fünf sogar.

1 erfreulich	_3_ aufmerksam	_1_ traurig
1 glücklich	_3_ aktiv	_5_ schlechter Laune
1 stolz	_3_ interessiert	_5_ verärgert
2 freundliche Gefühle	_5_ aufgebracht	_4_ nervös
4 geschätzt fühlen	_3_ wütend	_5_ besorgt

A: Ja. Ok. Das waren jetzt schon viele Emotionen. Haben Sie noch irgendwelche anderen empfunden?

B: Ähm, nein, Emotionen nicht. Allenfalls gewisses Nachdenken, inwieweit man das selber oder durch seine eigenen Leute verursacht, die Schuld. Das ist selten schwarz/weiß.

A: Mhm. Ok. Und hat die Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Verbundenheit, Ihre Beziehung zu dem beteiligten Unternehmen verändert?

B: Zu dem anderen jetzt?

A: Genau, ja.

B: Ja, schon. Mhm.

A: Ja. Wie hat sich die Beziehung verändert? Hat sich die eher verstärkt oder eher abgeschwächt?

B: Na, die Beziehung als solche oder die Meinung hat sich sicher abgeschwächt. Wir hatten eine gute Meinung und jetzt sieht man aber der hat da und dort eine Schwäche und die gibt er aber noch nicht zu und das sieht man erstmal selbst und so gesehen, ja, hat sich verändert.

A: Mhm. Aber ist nicht ganz abgebrochen worden die Beziehung?

B: Nein, es ist noch mitten drin.

A: Aha.

B: Das glaube ich auch nicht. Ich bin schon ein optimistischer Mensch. Also so schlimm wird es nicht sein. Ähm, hat sich abgeschwächt.

A: Mhm. Mhm. Ok. Und können Sie sagen, warum sie sich abgeschwächt hat, die Beziehung?

B: Na ja, weil man beim anderen einen Fehler erkannt hat, den der andere nicht zugeben will.

A: Ja.

B: Und man dann den Schaden hat, den der andere nicht abdecken möchte.

A: Mhm.

B: Das ist der aktuelle Stand der Dinge. Der weigert sich total und möglicherweise wird der dann nächstes Jahr nicht mehr unser Lieferant sein.

A: Mhm. Ok.

B: Da fangen dann die typischen Machtspiele an.

A: Ja.

B: Dann geht's hart auf hart. Aber so weit ist es noch nicht.

A: Mhm. Ok. Und wie lange besteht die Beziehung schon?

B: Mh, ungefähr fünf Jahre.

A: Ok. Und könnten Sie die Beziehung kurz beschreiben? Die Entwicklung. Hat es da schon öfters Probleme gegeben oder eigentlich noch nie etwas?

B: Es gab bis dato schon das eine oder andere Mal Probleme, aber die haben bisher immer halbwegs bereinigt werden können.

A: Mhm. Ok. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn wäre sehr große Bedeutung?

B: Die Beschwerde von uns selbst?

A: Genau, ja.

B: Also vieles ist eine sehr hohe Zahl. Zehn?

A: Ja.

B: Das war jetzt eine Frage von mir.

A: Ah, ok.

B: Dann ist es ungefähr bei acht.

A: Acht. Ja. So. Ok. Jetzt bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Wie alt sind Sie, bitte?

B: 40.

A: Mhm. Geschlecht ist klar, ja, männlich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Uni.

A: Ja. Welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?

B: Leiter Import.

A: Mhm. Ja. Danke. Das war's dann auch schon. Vielen, vielen Dank fürs Mitmachen, ja. Dankeschön. Wiederhören.

B: Bitteschön. Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 10

Datum: 28.07.2009

Dauer: 00:07:37

A= Interviewer

B= Respondent

A: Also grundsätzlich geht es jetzt um Erfahrungen mit Beschwerden oder Probleme mit euren Lieferanten und wie sich das auf die Geschäftsbeziehung auswirkt.

B: Mhm.

A: Kannst du dich an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Lieferanten zu einer schlechten Einschätzung des beteiligten Unternehmens geführt hat?

B: Das heißt jetzt aufgrund eines Problems und einer dementsprechenden Reklamation nachher ist eine Missstimmung gegenüber dem Lieferanten aufgetreten?

A: Genau, genau.

B: Mhm, ja.

A: Ja. Und kannst du das vielleicht kurz ausführen, was da passiert ist? Also du musst keine Firmennamen jetzt nennen.

B: Ähm, na ja, grundsätzlich war die Ware ... die Lieferung nicht in Ordnung.

A: Ok.

B: Der Lieferant hat aber diesen Mangel nicht anerkannt.

A: Mhm. Ok. Und du hast natürlich nachher keine gute Einschätzung gehabt von dem Lieferanten?

B: Ja, ich meine, irgendwie kommt man sich nachher vor als ob man nicht die Wahrheit sagen würde, was auf der Hand gelegen ist.

A: Mhm.

B: Und dass das natürlich das Klima dann beeinträchtigt, das ist klar.

A: Mhm. Ok. Und wie würdest du die Beziehung zu dem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde beschreiben?

B: Ähm, ja, als einwandfrei.

A: Mhm. Ok. Und als welche Art von Beziehung würdest du sie beschreiben? Ist das eine starke oder eine schwache Beziehung? Eine langjährige Beziehung?

B: Ja, über längere Jahre gehend.

A: Mhm. Ok. Und welche Emotionen, also welche Gefühle, hat die Erfahrung bezüglich der Bearbeitung der Beschwerde bei dir ausgelöst?

B: Hm. Das geht ja schon richtig in die Psychologie.

A: Ja. Kann man so sagen, ja.

B: Ja, sagen wir einmal ein wenig verärgert.

A: Mhm. Ja. Ist auch verständlich, ja. Ich hätte da jetzt ein paar Emotionen, ich würde sie dir vorlesen und du müsstest mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs, eins

wäre du hast die Emotion gar nicht erlebt und sechs wäre dann sehr viel, du kannst auch alles dazwischen nehmen.

B: Mhm.

A: Und, ja, es geht wieder um dieselbe Frage. Die Emotion bezüglich der Bearbeitung der Beschwerde. Und zwar hätte ich da erfreulich.

B: Das ist generell? Nicht auf den einen Fall bezogen?

A: Ja, doch, auf den Fall bezogen, ja. Also eins ist überhaupt nicht und sechs ist sehr viel.

B: Also zum Beispiel jetzt nachher, wenn es sich wieder zum Positiven gewandt hätte?

A: Nein, allgemein. Allgemein, wie du es aufgefasst hast, dass die Beschwerde bearbeitet worden ist. Die Emotion, die du dabei gehabt hast.

B: Aha, gut. Und was für eine Emotion jetzt noch einmal?

A: Erfreulich?

B: Ähm, eins.

A: Ja. Glücklich?

B: Eins.

A: Ja. Stolz?

B: Eins.

A: Freundliche Gefühle?

B: Zwei.

A: Ja. Geschätzt fühlen?

B: Eins.

A: Ja. Aufmerksam?

B: Zwei.

A: Aktiv?

B: Zwei.

A: Ja. Interessiert?

B: Von mir jetzt eigentlich oder ...?

A: Ja, ja.

B: Ja. Ähm, vier.

A: Ja. Aufgebracht?

B: Vier.

A: Wütend?

B: Drei.

A: Ja. Traurig?

B: Zwei.

A: Schlechter Laune?

B: Mh, zwei.

A: Ja. Verärgert?

B: Mh, fünf.

A: Ja. Nervös?

B: Zwei.

A: Besorgt?

B: Mh, vier.

1 erfreulich

2 aufmerksam

2 traurig

1 glücklich

2 aktiv

2 schlechter Laune

1 stolz

4 interessiert

5 verärgert

2 freundliche Gefühle

4 aufgebracht

2 nervös

1 geschätzt fühlen

3 wütend

4 besorgt

A: Ja. Ok. Das waren jetzt schon viele Emotionen. Hast du noch andere Emotionen empfunden?

B: Nein.

A: Ok. Und hat die Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde deine Verbundenheit, also deine Beziehung, zu dem Unternehmen verändert?

B: Mh, ja.

A: Ja. Ist sie dadurch schlechter geworden? Hat sich die Beziehung abgeschwächt?

B: Mhm.

A: Mhm. Aber hat das zu einem totalen Abbruch geführt?

B: Nein.

A: Ok. Mhm. Und warum war das so? Warum hat sich die Beziehung ein bisschen verschlechtert?

B: Ja, aufgrund der Tatsache, dass der Mangel, der nicht in unserem Bereich gelegen ist, nicht als solcher behandelt wurde.

A: Mhm. Also es ist sozusagen nicht anerkannt worden, dass da ein Mangel bestanden hat?

B: Die Schuld ist vom Lieferanten nicht anerkannt worden.

A: Mhm. Ok. Und wie lange besteht die Beziehung schon?

B: Um die drei Jahre.

A: Ok. Und kannst du kurz die Entwicklung der Beziehung beschreiben? Hat es da schon öfters Vorfälle gegeben?

B: Im Prinzip nicht.

A: Mhm. Und welche Bedeutung hatte für dich das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn wäre sehr große Bedeutung?

B: Fünf.

A: Ja. Fünf. Ok. Dann brauche ich noch ein paar demografische Daten. Und zwar wie alt bist du?

B: 28.

A: Ja. Geschlecht ist klar, männlich. Was ist dein höchster Schulabschluss?

B: Matura.

A: Mhm. Und welche Funktion bekleidest du genau im Unternehmen?

B: Einkauf.

A: Ja. Ok. Also vielen Dank. Du hast mir wirklich weitergeholfen. Also vielen Dank auf jeden Fall. Ok. Ciao.

B: Bitte. Ok. Ja.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 11

Datum: 28.07.2009

Dauer: 00:07:21

A= Interviewer

B= Respondent

A: Also, wie gesagt, es geht grundsätzlich um Erfahrungen mit Beschwerden oder Probleme mit Ihren Lieferanten und wie sich das auf die Geschäftsbeziehung auswirkt. Können Sie sich da an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems zu einer guten Einschätzung des beteiligten Unternehmens geführt hat?

B: Gute Einschätzung des Unternehmens.

A: Ja.

B: Das würde ich schon sagen. Ja.

A: Mhm. Könnten Sie das vielleicht ein bisschen ausführen, was da passiert ist?

B: Das war zum Beispiel ... also da ist es um eine Einstellung gegangen und als das dann von denen eingestellt wurde ... und das Problem war, dass es niemand gegeben hat und wir dann rasch eine Lösung finden haben müssen.

A: Mhm. Ok. Und wie würden Sie die Beziehung zu diesem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde beschreiben?

B: Ah, als neutral.

A: Neutral?

B: Neutral. Ja.

A: Mhm. Und als welche Art von Beziehung würden Sie sie beschreiben? Ist das eine starke Beziehung? Eine schwache Beziehung? Oder eine langjährige Geschäftsbeziehung?

B: Ah, eine völlig normale ... also keine langjährige Geschäftsbeziehung. Ganz normal, würde ich sagen.

A: Mhm. Ok. Und welche Emotionen hat die Erfahrung bezüglich der Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Ärger.

A: Ärger. Mhm. Und ich würde Ihnen jetzt ein paar Emotionen vorlesen und Sie müssten mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs, was am Besten zutrifft. Eins wäre überhaupt nicht, also Sie haben die Emotion gar nicht erlebt und sechs wäre sehr viel. Sie können auch alles dazwischen nehmen. Das erste wäre erfreulich?

B: Wie äh ...? Was war das jetzt? Ich habe nämlich gerade ... Was war ...? Eins war ...?

A: Eins war überhaupt nicht. Sie haben die Emotion gar nicht erlebt. Und sechs ist sehr viel. Und erfreulich ist die Emotion.

B: Gar nicht.

A: Ja. Also eins.

B: Ja.

A: Ja. Glückliche?

B: Was war das zweite?

A: Glückliche?

B: Eins.

A: Eins. Ja. Stolz?

B: Eigenartige Eigenschaft, aber ... Eins.

A: Ja. Freundliche Gefühle?

B: Zwei.

A: Ja. Geschätzt fühlen?

B: Vier.

A: Ja. Aufmerksam?

B: Vier.

A: Aktiv?

B: Drei.

A: Ja. Interessiert?

B: Drei.

A: Ja. Aufgebracht?

B: Fünf.

A: Ja. Wütend?

B: Hm, vier.

A: Ja. Traurig?

B: Eins.

A: Ja. Schlechter Laune?

B: Eins.

A: Verärgert?

B: Vier.

A: Ja. Nervös?

B: Haben Sie schon eins?

A: Eins haben Sie gesagt? Ah, Entschuldigung, habe ich nicht verstanden.

B: Eins. Da habe ich eins gesagt.

A: Ja. Besorgt?

B: Ähm, zwei.

1 erfreulich

4 aufmerksam

1 traurig

1 glücklich

3 aktiv

1 schlechter Laune

1 stolz

3 interessiert

4 verärgert

2 freundliche Gefühle

5 aufgebracht

1 nervös

4 geschätzt fühlen

4 wütend

2 besorgt

A: Ja. Ok. Das waren jetzt schon viele Emotionen. Haben Sie noch irgendwelche anderen empfunden?

B: Nein.

A: Ok. Und hat die Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Verbundenheit zu dem Unternehmen verändert?

B: Ähm.

A: Also hat sich die Beziehung zu dem Unternehmen verändert?

B: Nein.

A: Hat sich nicht verändert? Ist genauso geblieben wie vorher?

B: Ja.

A: Mhm. Und können Sie mir sagen, warum das so war? Warum hat sich die Beziehung nicht verändert?

B: Ah, weil ich das ganz emotionslos sehe. Es gibt einen Termin. Und weil das eine gute Vorgangsweise war und weil ... ja, da ist an und für sich für mich der Wert der Firma gleich geblieben. Ja.

A: Mhm. Ok. Und wie lange besteht die Beziehung schon?

B: Ein Jahr etwa.

A: Mhm. Und können Sie kurz die Entwicklung der Beziehung beschreiben? Ist da schon öfters etwas vorgefallen oder gar nichts?

B: Ja, ist schon öfters etwas vorgefallen.

A: Ja. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn wäre sehr große Bedeutung?

B: Die Beschwerde meinerseits oder was jetzt?

A: Die Beschwerde, die Sie an Ihren Lieferanten gehabt haben, ja.

B: Fünf.

A: Fünf?

B: Ja.

A: Ja. Dann bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Wie alt sind Sie?

B: 40.

A: Ja. Geschlecht ist klar, männlich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Das ist ...

A: Bitte?

B: Hauptschulabschluss.

A: Ja. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?

B: Ah, Manager.

A: Mhm. Ok. Dankeschön. Das war's dann auch schon. Vielen Dank.

B: Mit wem habe ich denn gesprochen?

A: Bitte?

B: Mit wem habe ich denn gesprochen?

A: Mit der Frau Bichler Barbara.

B: Und Sie machen welche Arbeit? Um was geht es da?

A: Das ist für meine Diplomarbeit. Für meine Abschlussarbeit sozusagen.

B: Wünsche ich Ihnen alles Gute dafür.

A: Ja, Dankeschön auf jeden Fall. Danke. Wiederhören.

B: Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 12

Datum: 17.08.2009

Dauer: 00:09:35

A= Interviewer

B= Respondent

A: Also es geht grundsätzlich um Erfahrungen mit Beschwerden oder Probleme, die Sie mit Ihren Lieferanten hatten und um deren Bearbeitung und wie sich das dann auf die Geschäftsbeziehung ausgewirkt hat. Können Sie sich da an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten dann zu einer schlechten Einschätzung des beteiligten Unternehmens geführt hat?

B: Mhm, ja, sicher, wenn es Probleme gibt mit einem Lieferanten und wenn das Problem dann noch dazu nicht gleich behoben wird, dann gibt es natürlich einen negativen Eindruck von der Firma.

A: Mhm. Ok. Und können Sie sich da an einen speziellen Fall erinnern?

B: Ja, im Prinzip schon. Meinen Sie da jetzt von einer Firma?

A: Ja. Sie müssen jetzt keine Firmennamen sagen. Nur kurz vielleicht, was da passiert ist.

B: Ja, zum Beispiel, bei der Lieferung von Latex-Handschuhen.

A: Ja.

B: Ähm, sind sie immer wieder reklamiert worden, dass die Lieferung nicht so funktioniert wie die Bestellung und die Firma hat aber eigentlich nichts dagegen unternehmen können. Allerdings aus dem Grund, weil ja die auch wieder von einer anderen Firma die Lieferung erwartet haben und die sind nicht rechtzeitig gekommen.

A: Mhm. Ok. Und wie würden Sie die Beziehung zu dem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde beschreiben?

B: Als gut.

A: Als gut?

B: Mhm.

A: Mhm. Und als welche Art von Beziehung würden Sie sie beschreiben? Ist das schon eine langjährige Beziehung?

B: Mhm. Eine langjährige.

A: Mhm. Eine langjährige Beziehung, ok.

B: Mhm.

A: Und welche Emotionen hat die Erfahrung bezüglich der Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Na ja, in erster Linie Ärger natürlich darüber, weil wir die Materialien nicht ausgeliefert ... einen Moment, bitte.

A: Ja.

B: So, jetzt geht's wieder.

A: Ok, gut.

B: Können Sie das noch mal wiederholen jetzt?

A: Ja, freilich. Bei den Emotionen waren wir. Und zwar welche Emotionen die Erfahrung bei Ihnen ausgelöst hat mit der Beschwerde?

B: Ja, man ärgert sich natürlich, weil man das nicht ausgeben kann. Auf der anderen Seite ist der Ärger groß auf den Stationen, weil sie das nicht bekommen, was sie anfordern und das bauscht sich natürlich auf und man ist dann quasi fürs Umändern in der Materialverwaltung wahrscheinlich genauso wenig schuld wie auch die Firma was dafür kann. Und das bauscht sich einfach auf vom Lieferanten über die Stationen bis zum Verbraucher hinein.

A: Mhm. Ja, genau. Ok. Ich würde Ihnen jetzt ein paar Emotionen vorlesen und Sie müssten mir sagen auf einer Skala von eins bis sechs was am besten zutrifft. Eins wäre dann überhaupt nicht, also Sie haben die Emotion gar nicht empfunden und sechs wäre sehr viel. Sie können dann auch alles dazwischen nehmen.

B: Mhm.

A: Also die Frage ist die gleiche. Also die Emotion während der Bearbeitung der Beschwerde.

B: Mhm.

A: Ok. Das wäre dann erfreulich?

B: Für diesen Fall, ob das jetzt zutrifft oder wie?

A: Für diesen Fall. Genau.

B: Mhm. Ah, nein, eins.

A: Ja. Glückliche?

B: Eins würde ich sagen.

A: Ja. Stolz?

B: Trifft nicht zu.
A: Ja. Freundliche Gefühle?
B: Zwei.
A: Ja. Geschätzt fühlen?
B: Trifft nicht zu. Eins.
A: Eins?
B: Mhm.
A: Mhm. Aufmerksam?
B: Äh, fünf.
A: Ja. Aktiv?
B: Hm. Drei.
A: Ja. Interessiert?
B: Na ja, sagen wir auch drei.
A: Ja. Aufgebracht?
B: Sechs.
A: Wütend?
B: Sechs.
A: Ja. Traurig?
B: Vier.
A: Ja. Schlechter Laune?
B: Vier.
A: Vier. Verärgert?
B: Sechs.
A: Ja. Nervös?
B: Fünf.
A: Mhm. Besorgt?
B: Fünf.

1 erfreulich	_5_ aufmerksam	_4_ traurig
1 glücklich	_3_ aktiv	_4_ schlechter Laune
1 stolz	_3_ interessiert	_6_ verärgert
2 freundliche Gefühle	_6_ aufgebracht	_5_ nervös
1 geschätzt fühlen	_6_ wütend	_5_ besorgt

A: Ok. Ja. Das waren jetzt schon viele Emotionen. Haben Sie auch noch andere Emotionen dabei empfunden?

B: Nein. Fällt mir jetzt nichts ein.

A: Ok. Und hat die Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Beziehung zu dem Unternehmen verändert?

B: Kaum.

A: Kaum. Hat sie sich ein bisschen verändert? Also ist sie ein bisschen schlechter geworden oder ...?

B: Ja. Na ja. Man überlegt natürlich dann, ob man das weiterhin dort beziehen soll. Auf der anderen Seite hängt es wieder von der Qualität des Materials ab, das man geliefert bekommt von dieser Firma, nicht?

A: Mhm. Ok. Aber es würde jetzt nicht zu einem völligen Abbruch kommen?

B: Nein.

A: Mhm. Ok. Also es ist vielleicht ein bisschen schlechter geworden kann man sagen?

B: Ja. Man überlegt vielleicht mehr.

A: Ja. Und können Sie sagen, warum das so war? Wieso hat sich die Beziehung ein bisschen verändert, ein bisschen ..., wieso ist die ein bisschen schlechter geworden?
B: Ähm, na ja, weil es einfach ... die Sicherheit, dass das nicht mehr passiert ... dadurch nicht mehr so gegeben ist, nicht?

A: Mhm. Ok. Und wie lange besteht die Beziehung schon?

B: Das ist schon lange vor meiner Zeit gewesen. Also das kann ich Ihnen jetzt gar nicht sagen.

A: Mhm. Ok. Jahresmäßig vielleicht ungefähr?

B: Na ja, ich bin jetzt zwei Jahre da und das geht sicher schon vier bis fünf Jahre.

A: Mhm. Ok. Es ist auf jeden Fall schon jahrelang?

B: Mhm.

A: Mhm. Und können Sie kurz die Entwicklung der Beziehung beschreiben? Hat es da schon mehrere Vorfälle gegeben oder eigentlich nicht?

B: Selten. Aber es kommt immer wieder vor. Das ist bei jeder Firma gleich.

A: Mhm. Ok. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn wäre sehr große Bedeutung?

B: Fünf.

A: Fünf. Mhm. Dann bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Wie alt sind Sie?

B: 42.

A: 42, ja. Geschlecht ist klar, ja weiblich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Eine zweijährige Fachschule.

A: Ja. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?

B: Materialverwaltung.

A: Mhm. Ok, ja. Dankeschön, das war's schon. Sie haben mir sehr geholfen. Danke.

B: Bitte. Ich wünsche Ihnen noch alles Gute für die Arbeit.

A: Dankeschön, ja, danke. Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 13

Datum: 17.08.2009

Dauer: 00:08:25

A= Interviewer

B= Respondent

A: Können Sie sich an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde zu einer guten Einschätzung von dem beteiligten Unternehmen geführt hat?

B: Zu einer guten was?

A: Zu einer guten Einschätzung des beteiligten Unternehmens. Also Sie haben eine Beschwerde oder ein Problem mit einem Lieferanten gehabt, aber im Nachhinein haben Sie dann eine gute Einschätzung von dem Unternehmen gehabt.

B: Ja. Pff. Ja, sicher, das kommt immer wieder vor, würde ich sagen.

A: Mhm. Und können Sie sich da vielleicht an einen speziellen Fall erinnern, was da passiert ist? Also Sie müssen keine Firmennamen jetzt nennen.

B: Ähm, ich würde mal so sagen, wenn die Abwicklung gut, also positiv erledigt wird, sage ich mal und schnell und rasch erledigt wird und dadurch sich Abläufe beziehungsweise ... ja, wenn das ein Lernprozess ist, sage ich mal, dann ist das immer positiv und da gibt es mehrere Möglichkeiten. Da gibt es mehrere Fälle, das kommt immer wieder vor. So etwas kommt immer wieder vor.

A: Mhm. Ok. Denken Sie einfach einmal an einen bestimmten Fall.

B: Puh, Entschuldigung, aber da habe ich jetzt kein konkretes Beispiel.

A: Ja. Sie müssen mir das jetzt auch gar nicht sagen, aber einfach nur daran denken.

B: Ja.

A: Und wie würden Sie dann sagen war die Beziehung zu dem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde?

B: Ah, nein, das kann man nicht ... Entschuldigung, das kann man nicht so pauschalisieren. Es ist meistens so, dass so etwas am Beginn einer Geschäftsbeziehung passiert und sich beide Unternehmen durch die Probleme erst einmal annähern müssen. Also und das ist der Lernprozess.

A: Mhm.

B: Also darum kommt es immer wieder vor, dass ... Kommt hauptsächlich, würde ich einmal sagen, in neuen Geschäftsbeziehungen vor.

A: Aha. Ok. Also könnten Sie sich da kein konkretes Beispiel jetzt vorstellen?

B: Ähm, ich kann mir eine konkrete Firma vorstellen, wo es mehrere solche Beispiele gibt und gegeben hat. Natürlich, ja.

A: Mhm.

B: Wie gesagt, das sind mehrere Dinge da, immer wieder.

A: Mhm. Ok. Und als welche Art von Beziehung würden Sie die beschreiben? Sind das schon langjährige Beziehungen?

B: Nein, eben nicht. Das sind meistens dann erst kurzfristige Beziehungen.

A: Mhm. Also neuere dann?

B: Neuere, genau.

A: Mhm. Ok. Und welche Emotionen hat die Erfahrung bezüglich der Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Äh, puh.

A: Also welche Emotionen sind da aufgetreten?

B: Emotionen ... Das ist für uns, wie gesagt, ganz logisch, dass das so ist. Da gibt es in diesem Sinn jetzt keine negativen Emotionen. Man wartet ab, was passiert und wenn sich das in Wohlgefallen auflöst und wenn das für beide Unternehmen ein Lernprozess ist, dann ist es ... dann ist alles ok. Aber wenn sich natürlich dann über einen längeren Zeitraum nichts ändert, dann muss man Konsequenzen ziehen.

A: Mhm. Ok. Ich würde Ihnen ein paar Emotionen vorlesen und Sie müssten mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs, was eher zugetroffen hat.

B: Mhm.

A: Also eins wäre überhaupt nicht, Sie haben das gar nicht empfunden und sechs wäre sehr viel. Sie können auch alles dazwischen nehmen, ja.

B: Ja.

A: Also da hätte ich erfreulich?

B: Also wenn das positiv ausgeht?

A: Genau, ja.

B: Ja, das ist sechs.

A: Ja. Glücklich?
 B: Äh, drei.
 A: Ja. Stolz?
 B: Ah, sechs.
 A: Ja. Freundliche Gefühle?
 B: Sechs.
 A: Ja. Geschätzt fühlen?
 B: Auch sechs, ja.
 A: Ja. Aufmerksam?
 B: Ah, aufmerksam jetzt in Bezug auf was?
 A: Dass Sie aufmerksam dabei waren, bei diesem ganzen Fall.
 B: Ähm, drei.
 A: Mhm. Aktiv?
 B: Äh, auch drei.
 A: Ja. Interessiert?
 B: Sechs.
 A: Ja. Aufgebracht?
 B: Eins.
 A: Ja. Wütend?
 B: Eins.
 A: Traurig?
 B: Was? Traurig?
 A: Traurig, ja.
 B: Dass sich das aufgelöst hat?
 A: Ja, allgemein, also dass, ja ...
 B: Ah, nein. Eins.
 A: Ja. Schlechter Laune?
 B: Ähm, zwei.
 A: Ja. Verärgert?
 B: Auch zwei.
 A: Zwei, ja. Nervös?
 B: Eins.
 A: Ja. Besorgt?
 B: Drei.

6 erfreulich	_3_ aufmerksam	_1_ traurig
3 glücklich	_3_ aktiv	_2_ schlechter Laune
6 stolz	_6_ interessiert	_2_ verärgert
6 freundliche Gefühle	_1_ aufgebracht	_1_ nervös
6 geschätzt fühlen	_1_ wütend	_3_ besorgt

A: Ok. Das waren jetzt schon viele Emotionen. Haben Sie noch eine andere Emotion empfunden?
 B: Fällt mir jetzt, ehrlich gesagt, nichts ein.

A: Ok. Ja. Das waren eh schon viele. Und hat die Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde die Beziehung zu dem Unternehmen verändert?
 B: Ja.
 A: Ja. Und in welcher Weise? Ist es ...
 B: Na, wie gesagt, positiv. Das ist der Lernprozess.
 A: Positiv, ja. Ok. Also es hat sich sozusagen verstärkt, die Beziehung?

B: Ja, natürlich. Also es gibt immer nur die zwei Möglichkeiten. Entweder die Probleme werden gelöst und dadurch lernen beide Unternehmen voneinander, von den ganzen Abläufen, der Logistik und so weiter und was wichtig ist und was nicht wichtig ist oder eben, wenn das nicht der Fall ist und die beiden Unternehmen kommen nicht zusammen, dann muss man sich wieder voneinander trennen.

A: Mhm. Ok. Und warum war das so? Warum hat sich die Beziehung dadurch verstärkt?

B: Ja, weil man sich gegenseitig kennenlernt. Wie die Abläufe funktionieren.

A: Mhm. Ok. Und wie lange besteht die Beziehung schon?

B: Die besteht jetzt seit vorigem Jahr im Sommer.

A: Mhm. Ok. Und können Sie kurz die Entwicklung vielleicht beschreiben? Hat es da schon ein paar Zwischenfälle gegeben einmal oder ...?

B: Ja, hat es. Ja.

A: Mhm. Ok. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn wäre sehr große Bedeutung?

B: Ah, jede Beschwerde hat eigentlich die Nummer zehn.

A: Ok. Mhm. Gut. Dann bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Wie alt sind Sie?

B: 37.

A: Ja. Geschlecht ist klar, weiblich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Matura.

A: Ja. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?

B: Sachbearbeiter.

A: Mhm. Ok, ja. Danke, das war's dann schon. Sie haben mir auch sehr gut helfen können. Ja.

B: Also mein Name scheint nirgends auf?

A: Nein, nein. Der scheint nirgends auf, nein. Das bleibt vollkommen anonym. Ok, also Dankeschön. Wiederhören.

A: Bitte. Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 14

Datum: 18.08.2009

Dauer: 00:08:14

A= Interviewer

B= Respondent

A: Können Sie sich da an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten dann zu einer guten Einschätzung des beteiligten Unternehmens geführt hat?

B: Na ja, es bleibt sicher ein ... Glaube ich nicht. Also das kommt darauf an, das kann man jetzt nicht sagen. Grundsätzlich kommt es auf die Beschwerde an. Wenn es ein gravierender Mangel war, dann ist es sicher eher negativ.

A: Mhm. Ja. Fällt Ihnen da vielleicht ein Beispiel ein, ein konkretes? Sie müssen jetzt keine Firmennamen oder so nennen.

B: Puh. Ja, wenn die Liefermenge nicht stimmt, wenn es öfters nicht stimmt oder die Qualität.

A: Mhm. Ja. Ok. Wäre das dann der Fall, dass Sie dann eher eine schlechte Einschätzung gehabt haben?

B: Ja, sicher.

A: Mhm. Ok. Dann machen wir vielleicht mit diesem Fall weiter. Wie würden Sie sagen war dann die Beziehung zu dem Unternehmen, bei dem es die Beschwerde dann gegeben hat oder das Problem, vor dem Auftreten der Beschwerde?

B: Na ja, es wird sich nichts ändern, aber zumindest ein bitterer Beigeschmack ist dann trotzdem, nicht? Also im Hinterkopf hat man „vorsichtig“.

A: Mhm. Ok. Da kann man sagen, dass die Beziehung vorher besser war, aber im Nachhinein dann nicht mehr so gut?

B: Ja, sicher. Das kommt jetzt aber wieder darauf an, ob das nur einmalig war oder wenn es nur einmalig ist, ist es sicher kein Problem. Das kommt auf die Häufigkeit an.

A: Mhm. Ok. Und welche Emotionen hat die Erfahrung bezüglich der Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Das ist ... puh. Haben Sie da eine Skala?

A: Ja. Ich könnte Ihnen jetzt ein paar Emotionen vorlesen und Sie müssten mir dann sagen vielleicht auf einer Skala von eins bis sechs, was am besten zutreffend hat. Eins wäre überhaupt nicht, Sie haben die Emotion gar nicht empfunden und sechs wäre sehr viel. Sie können auch alles dazwischen nehmen.

B: Ja.

A: Und zwar hätte ich da erfreulich?

B: Nein, sicher nicht. Also sechs ist nicht zutreffend?

A: Sechs ist sehr viel und eins ist überhaupt nicht.

B: Achso. Eins.

A: Das heißt eins wäre das dann. Ja. Glücklich?

B: Bitte?

A: Glückliche?

B: Ich glaube, das passt überhaupt nicht das Wort.

A: Ok. Auch eins. Dann stolz?

B: Äh, nein. Eins.

A: Ja. Freundliche Gefühle?

B: Eins.

A: Geschätzt fühlen?

B: Bitte?

A: Geschätzt fühlen?

B: Ich verstehe das nicht. Wie?

A: Geschätzt fühlen? Also haben Sie sich geschätzt gefühlt dabei?

B: Achso. Eins.

A: Ja. Aufmerksam?

B: Eins.

A: Ja. Aktiv?

B: Ja, sicher wird man dann aktiv werden.

A: Ja. Was bitte?

B: Drei.

A: Drei. Mhm. Interessiert?

B: Eins.

A: Ja. Aufgebracht?

B: Drei.

A: Ja. Wütend?

B: Bitte?

A: Wütend?

B: Eins.

A: Ja. Traurig?

B: Eins.

A: Schlechter Laune?

B: Eins.

A: Verärgert?

B: Zwei.

A: Ja. Nervös?

B: Eins.

A: Besorgt?

B: Eins.

1 erfreulich

1 aufmerksam

1 traurig

1 glücklich

3 aktiv

1 schlechter Laune

1 stolz

1 interessiert

2 verärgert

1 freundliche Gefühle

3 aufgebracht

1 nervös

1 geschätzt fühlen

1 wütend

1 besorgt

A: Ja. Ok. Das waren jetzt schon viele Emotionen. Haben Sie noch andere Emotionen empfunden?

B: Nein.

A: Ok. Und hat die Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde die Beziehung zu dem Unternehmen verändert?

B: Das kommt darauf an, das kann man nicht so sagen, nicht? Da müsste man eine Analyse machen.

A: Mhm. Ja. Na, nehmen Sie den konkreten Fall her. Hat sich dann die Beziehung verändert?

B: Na ja, sicher, wenn nichts passt. Da muss man schauen, dass man eine Alternative findet.

A: Mhm. Ok. Kann das dann auch sein, dass das zum völligen Abbruch führt?

B: Ja, sicher. Ja. Aber in diesem Fall nicht.

A: Mhm. Ok. Und warum war das so? Warum ändert sich die Beziehung?

B: Was heißt ... Na, wenn er nicht liefern kann. Ja, sicher. Man braucht ja einen Lieferanten, mit dem man zusammenarbeiten kann. Wir brauchen einen Partner.

A: Ja. Mhm. Das heißt, Sie müssen sich darauf verlassen können ganz einfach?

B: Ja, so ist es.

A: Ja. Ok. Und wie lange besteht die Beziehung schon?

B: Das ist verschieden.

A: Ok. In dem konkreten Fall? Ist das eher eine langjährige Beziehung?

B: Na ja, wenn es langjährig ist und es passiert was, dann ist das eh nie ein Problem. Aber wir haben ja auch kürzere, mit denen wir noch nicht so lange zusammenarbeiten. Hier war es eher eine kürzere.

A: Mhm. Ok. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn wäre sehr große Bedeutung?

B: Die Frage habe ich nicht verstanden.

A: Welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde?

B: Das kommt auch wieder darauf an.

A: Mhm. Können Sie es vielleicht ungefähr sagen?

B: Von eins bis zehn?

A: Ja, genau.

B: Eins ist was?

A: Eins ist überhaupt keine Bedeutung.

B: Achso. Zwei.

A: Mhm. Ok. Dann bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Wie alt sind Sie?

B: 57.

A: Ja. Geschlecht ist klar, männlich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Äh.

A: Bitte?

B: Bitte?

A: Was war das?

B: MBA.

A: Mhm. Welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?

B: Einkauf.

A: Einkauf. Ja.

B: Technischer Einkauf.

A: Ok. Ja. Danke. Das war's dann auch schon. Sie haben mir sehr weitergeholfen. Wiederhören.

B: Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 15

Datum: 18.08.2009

Dauer: 00:08:00

A= Interviewer

B= Respondent

A: Es geht um Erfahrungen mit Beschwerden oder Probleme, die Sie mit Ihren Lieferanten hatten und wie sich dann das auf die Geschäftsbeziehung auswirkt.

B: Ja. Ok.

A: Ok. Können Sie sich da an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten dann zu einer guten Einschätzung des beteiligten Unternehmens geführt hat?

B: In letzter Zeit eigentlich nicht. Also es hat keine Probleme mit den Lieferanten gegeben.

A: Mhm. Hat es gar keine Probleme gegeben? Es muss auch nicht in letzter Zeit gewesen sein. Irgendein Vorfall einmal vielleicht?

B: Mit einem Lieferanten.

A: Mhm.

B: Ja, ja, ja. Weiß ich.

A: Mhm. Ok. Könnten Sie das vielleicht ein bisschen ausführen? Sie müssen da jetzt keine Firmennamen nennen oder so.

B: Also es hat sich schlussendlich unterm Strich positiv entwickelt für uns, da wir das Material ersetzt bekommen haben. Die haben das falsche Format geliefert von den Fliesen. Sie haben die Wandplatten geliefert, obwohl wir Boden bestellt haben. Und, ja, also sie haben die Wand zurückgenommen und den Boden kostenlos per DHL gesendet. Also das hat alles gepasst dann.

A: Mhm. Ok. Also Sie hatten nachher eine gute Einschätzung sozusagen?

B: Genau, richtig. Ja.

A: Mhm. Und wie würden Sie die Beziehung zu dem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde beschreiben?

B: Positiv, also es hat ... Es funktioniert immer alles.

A: Mhm. Ok. Und als welche Art von Beziehung würden Sie sie beschreiben? Ist das eine langjährige Beziehung? Eine engere Beziehung?

B: Ja, langjährig auf jeden Fall.

A: Ok. Mhm. Und welche Emotionen hat die Erfahrung bezüglich der Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Puh.

A: Ist vielleicht nicht so einfach.

B: Na ja, am Anfang waren wir schon ... ja, wie soll man sagen? Ja, nicht positiv erfreut, ist logisch.

A: Mhm. Ja, ist klar.

B: Da waren wir schon, ja, verärgert sozusagen.

A: Mhm. Ok.

B: Aber es hat sich ja alles zum Positiven gewendet und dann waren wir wieder glücklich sozusagen.

A: Ok. Ja. Ich würde Ihnen jetzt ein paar Emotionen vorlesen und Sie müssten mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs, was am besten zugetroffen hat. Eins wäre überhaupt nicht, Sie haben die Emotion gar nicht empfunden und sechs wäre sehr viel. Sie können auch alles dazwischen nehmen.

B: Ja. Ok.

A: Ok. Erfreulich?

B: Auf was ist das jetzt bezogen?

A: Wieder auf den Fall bezüglich der Bearbeitung der Beschwerde.

B: Aha, ok. Also das erste war jetzt er...?

A: Erfreulich.

B: Na ja, erfreulich war ich nicht. Also, ja, eins.

A: Ok. Eins. Ja. Glückliche?

B: Eins.

A: Ja. Stolz?

B: Bitte?

A: Stolz?

B: Ich habe Sie jetzt nicht verstanden.

A: Stolz? Hören Sie mich?

B: Hallo?

A: Ja. Verstehen Sie mich?

B: Jetzt geht es wieder.

A: Stolz habe ich gesagt.

B: Achso. Na ja, stolz war ich auch nicht. Also eins.

A: Ok. Freundliche Gefühle?

B: Eins.

A: Ja. Geschätzt fühlen?

B: Hm. Eins.

A: Ja. Aufmerksam?

B: Ja. Also bei dem Fall war ich auf jeden Fall aufmerksam. Also fünf.

A: Ja. Aktiv?

B: Fünf.

A: Ja. Interessiert?

B: Fünf.

A: Aufgebracht?

B: Fünf.

A: Ja. Wütend?

B: Bitte?

A: Wütend?

B: Vier.

A: Ja. Traurig?

B: Nein. Also eins.

A: Ja. Schlechter Laune?

B: Na ja. Drei.

A: Ja. Verärgert?

B: Drei.

A: Nervös?

B: Zwei.

A: Ja. Besorgt?

B: Vier.

1 erfreulich

5 aufmerksam

1 traurig

1 glücklich

5 aktiv

3 schlechter Laune

1 stolz

5 interessiert

3 verärgert

1 freundliche Gefühle

5 aufgebracht

2 nervös

1 geschätzt fühlen

4 wütend

4 besorgt

A: Mhm. Ok. Das waren jetzt schon viele Emotionen. Haben Sie noch andere empfunden?

B: Eigentlich nicht. Das waren jetzt schon viele.

A: Die kann man sich gar nicht alle merken.

B: Ja. Auf die wäre ich sicher nicht selber gekommen auf alle.

A: Ja. Ok. Und hat die Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Beziehung zu dem Unternehmen verändert?

B: Eigentlich nicht. Also sie ist ...

A: Also sie ist genau gleich geblieben? Mhm.

B: Hat sich jetzt nicht verschlechtert deswegen.

A: Ok. Und warum war das so? Wieso ist die Beziehung gleich geblieben? Können Sie das sagen?

B: Ja, weil wir dann, ehrlich gesagt, alle wieder glücklich waren, dass die das dann so schnell gelöst haben das Problem. Den Fehler, den sie gemacht haben, das Werk. Dass die den wieder so schnell positiv erledigt haben. Von dem her waren alle glücklich. Wir, der Händler und auch unsere Kundschaft. Also von dem her, ja ... Das werden wir ihnen sicher nicht nachtragen. Ja, weil Fehler kann jeder machen. Solange man sie lösen kann, passt alles wieder.

A: Mhm. Genau. Ok. Also Hauptsache, das Endergebnis war dann positiv?

B: Genau. Das ist das wichtigste. Dass die Kundschaft zufrieden ist und der Rest ist zweitrangig.

A: Mhm. Ja. Und wie lange besteht die Beziehung schon?

B: Puh. Zu diesem Werk. Sicher, ja, zehn Jahre. Dreizehn Jahre oder so, schätze ich einmal.

A: Mhm. Ok. Und können Sie kurz die Entwicklung der Beziehung beschreiben? Hat es da schon öfters Vorfälle gegeben? Oder war das das erste Mal?

B: Nein. Also ich bin jetzt, ja, circa fünf Jahre in der Firma und seitdem war das das erste Mal.

A: Aha. Ok. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn wäre sehr große Bedeutung?

B: Puh. Na ja, ich schätze ... ja sieben.

A: Sieben. Ok. Dann bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Wie alt sind Sie?

B: 22.

A: Ja. Geschlecht ist klar, weiblich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Die Fachschule. Die dreijährige.

A: Mhm. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?

B: Kaufmännische Angestellte.

A: Ok. Das wär's dann auch schon gewesen. Vielen Dank. Sie haben mir wirklich sehr geholfen.

B: Kein Problem.

A: Dankeschön. Ja.

B: Bitte.

A: Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 16

Datum: 18.08.2009

Dauer: 00:12:47

A= Interviewer

B= Respondent

A: Können Sie sich vielleicht an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde zu einer schlechten Einschätzung des beteiligten Unternehmens geführt hat?

B: Ah. Eine schlechte Einschätzung des Unternehmens. Kann natürlich schon vorkommen. Ja.

A: Mhm. Ja. Können Sie das vielleicht ein bisschen ausführen, was da passiert ist? Sie müssen jetzt keine Firmennamen nennen.

B: Na ja, so auf Anhieb ... Puh. Ah, im Detail ist das jetzt schwer so zu präzisieren, wie man das beschreiben kann. Wenn natürlich zum Beispiel, ja, zum Beispiel bei einer Holzlieferung trotz Reklamation von Maßungenauigkeit sich bei nächster Gelegenheit natürlich wieder Ungenauigkeiten einschleichen, dann muss man natürlich schon die ganze Kompetenz der Firma in Frage stellen und die natürlich auch natürlich anders bewerten als solches über ein Bewertungssystem.

A: Mhm. Ok. Ja.

B: Dadurch ergibt sich natürlich für Firmen teilweise, ja, auch eine schlechte Kritik. In der Hinsicht, dass man sagt, ja, die Firma ist ... ich sage jetzt einmal nicht tragbar. Und dass man sagt, man listet sie dann ... das geht dann so weit, dass man sie rauslistet. Und wo man auch sagen muss, dass man dann über eine längere Zeit sicher nichts kauft oder überhaupt dann nichts mehr kauft bei diesem Lieferanten.

A: Mhm. Ok. Und wie würden Sie die Beziehung zu dem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde beschreiben?

B: Na ja, als normal. Das heißt, man hat regelmäßig Kontakt mit dem Lieferanten und ja, man holt Informationen ein, man bestellt regelmäßig, nicht? Also ich sage jetzt einmal eine normale Geschäftsbeziehung. Man hat, ja, in regelmäßigen Abständen Kontakt. Ja, und sobald natürlich da irgendein größerer Vorfall ist, dass man sagt, man listet sie aus, dann führt das natürlich zum Kontaktabbruch und wenn man normalerweise bei einer normalen Geschäftsbeziehung, das kommt natürlich auf die Lieferanten darauf an und auf das Sortiment, im Durchschnitt so, ich sage einmal, monatlich oder 14tägig beziehungsweise so zweimonatlich zu tun hat, hat man dann vielleicht, ja, einmal im Jahr ein Telefonat.

A: Mhm. Ok. Also ist das von der Art von Beziehung eher eine langjährige Beziehung?

B: Kann man so sagen. Ja.

A: Mhm. Ok. Und welche Emotionen hat die Erfahrung bezüglich der Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Puh. Emotionen. Das ist schwer zu sagen. Emotion, Emotionen. Ich meine, ich muss ... sagen wir so, Emotion das ist weitreichend. Man macht das meistens schriftlich und telefoniert mit dem Lieferanten. Ja, ansonsten Emotionen kann man eigentlich nicht wirklich, ja ... Man wird ja nicht ausfällig oder so. Es arbeiten überall Menschen, sage ich jetzt einmal und Menschen machen Fehler und wenn man dann sagt, dass diese Fehler oft passieren, dann muss man eben eine Konsequenz ziehen daraus und wer irgendwie mit dieser Konsequenz nicht leben kann, sage ich jetzt einmal, dass er ausfällig wird und so, der ist sowieso in diesem Geschäft, glaube ich, etwas fehl am Platz.

A: Mhm. Ok. Ich würde Ihnen jetzt ein paar Emotionen vorlesen und Sie müssten mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs, was am meisten zutrifft. Also eins wäre überhaupt nicht, Sie haben die Emotion gar nicht empfunden und sechs wäre dann sehr viel. Sie können auch alles dazwischen nehmen.

B: Mhm.

A: Ok. Da hätte ich erfreulich?

B: Ah, jetzt sagen Sie mir noch mal den Bezug. Also zu dieser Reklamation?

A: Genau. Ja. Genau.
B: Na, erfreulich ist das nicht. Also eher sechs.
A: Mhm. Also eins wäre das dann, überhaupt nicht.
B: Ah, eins. Ja.
A: Ja. Mhm. Glückliche?
B: Bitte?
A: Glückliche?
B: Auch eins.
A: Ja. Stolz?
B: Wie?
A: Stolz?
B: Holz?
A: Stolz?
B: Ich verstehe Sie ganz schlecht.
A: Oje. Stolz?
B: Stolz auch nicht. Nein. Also eins.
A: Ja. Eins. Freundliche Gefühle?
B: Habe ich auch nicht dafür.
A: Eins. Ja. Geschätzt fühlen?
B: Bitte?
A: Geschätzt fühlen?
B: Geschätzt fühlen? Ich verstehe Sie ganz schlecht. Da ist irgendetwas in der Leitung.
A: Oje.
B: Ah, an und für sich nicht. Zwei.
A: Ja. Aufmerksam?
B: Aufmerksam. Ja, mit drei.
A: Ja. Aktiv?
B: Ah, aktiv. Ja, würde ich auf jeden Fall ... Aktiv muss man natürlich sein bei sowas.
Würde ich mit vier ...
A: Ja. Interessiert?
B: Ah, interessiert. Auch mit vier.
A: Ja. Aufgebracht?
B: Mh. Aufgebracht. Nein. Würde ich mit zwei ... Eher nicht.
A: Ja. Zwei. Wütend?
B: Bitte?
A: Wütend?
B: Wütend auch nicht.
A: Würden Sie sagen eins?
B: Bitte?
A: Eins oder ...?
B: Eins. Ja.
A: Ja. Traurig?
B: Nein. Traurig. Eins.
A: Ja. Schlechter Laune?
B: Zwei.
A: Ja. Verärgert?
B: Nein, verärgert. Auch zwei.
A: Ja. Nervös?
B: Zwei.
A: Ja. Besorgt?
B: Zwei.

1 erfreulich	_3_ aufmerksam	_1_ traurig
1 glücklich	_4_ aktiv	_2_ schlechter Laune
1 stolz	_4_ interessiert	_2_ verärgert
1 freundliche Gefühle	_2_ aufgebracht	_2_ nervös
2 geschätzt fühlen	_1_ wütend	_2_ besorgt

A: Mhm. Das waren jetzt schon viele Emotionen. Haben Sie noch andere Emotionen empfunden?

B: Kann ich momentan ... Nein. Ist alles dabei gewesen.

A: Ok. Und hat die Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Beziehung zu dem Unternehmen verändert?

B: Ah, nein, nicht wirklich.

A: Und warum hat sie sich nicht wirklich verändert?

B: Na, eine Beschwerde macht einen irgendwo immer ein bisschen vorsichtiger, sage ich einmal. Nicht misstrauisch, aber vorsichtiger im Umgang mit dem Lieferanten.

A: Mhm. Ok. Also hat sich vielleicht die Beziehung ein bisschen abgeschwächt?

B: Abgeschwächt weniger. Ich täte ... wie gesagt vorsichtiger.

A: Mhm. Ok. Und warum war das so?

B: Tja, ich sage einmal, wenn ein Lieferant, ja, nicht mehr die gewünschte Qualität beziehungsweise gewünschte Sachen so fertigt oder macht, wie man sich das ... wie man das bestellt oder wie man das gewohnt ist, dann hat das meistens irgendeinen Grund. Und, ja, und wenn das öfters vorkommt, ist da sicher Vorsicht geboten bei dem Lieferanten. Und es gibt natürlich da viele Hintergründe, die solche Ursachen erzeugen.

A: Mhm. Und kann das dann sogar bis zum Abbruch führen?

B: Kann bis zum Abbruch der Beziehung führen, ja. Aber in diesem Fall nicht.

A: Mhm. Ok. Und wie lange besteht die Beziehung schon?

B: Puh. Ich kann jetzt das nicht sagen. Das ist sicher vor meiner Zeit gewesen.

A: Mhm. Also aber man kann sagen, das ist schon längere Jahre?

B: Schon länger, ja.

A: Mhm. Und hat es da schon öfters irgendwelche Zwischenfälle gegeben?

B: In letzter Zeit natürlich mehr.

A: Mhm. Ok. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn wäre sehr große Bedeutung?

B: Was für eine Bedeutung? Auf was ...?

A: Die Bedeutung von der Beschwerde, dass die aufgetreten ist.

B: Die Bedeutung von der Beschwerde. Na, ich sage jetzt einmal fünf. Das ist eine mittlere Bedeutung, ich sage einmal, es kommen immer wieder Beschwerden vor irgendwo. Ich meine, ob das jetzt speziell der Lieferant ist oder irgendwelche anderen Lieferanten und Beschwerden sind da, um behandelt zu werden, nicht? Ich sage einmal, die gehört zum Alltag dazu und, ja, es gibt ... man muss auch sagen, ich meine, es ist nicht in diesem einzelnen Fall. Es gibt auch Beschwerden, wo man einfach dann sogar durch die Erledigung dieser Beschwerde oder dieser Reklamation oder was auch immer eine bessere Beziehung zum Lieferanten bekommt. Also es kann das Gegenteil natürlich auch daraus resultieren.

A: Mhm. Natürlich. Kommt immer darauf an dann, wie es gelöst wird.

B: Und wie die Lösung ist, nicht? Wenn die Lösung kompetent ist, ja, es ist immer eine Sache der Kompetenz und der Möglichkeit ... man kann auch von einer Reklamation mehr profitieren teilweise als, ja, als ... aus irgendetwas anderes, weil man kommt mit Leuten dann in Kontakt, man weiß, wie die reagieren, was für Fehler gemacht worden sind. Man hat persönlichen Kontakt teilweise dann zu diesen Leuten und es ist ein Thema, wo man dann natürlich auf dieses aufbauen kann, nicht? Weil eine Beziehung, sage ich jetzt einmal über Jahre besteht. Das läuft sich teilweise fest und es wird dann natürlich ... es hat einen gewissen Rhythmus drinnen und wenn dann irgendetwas passiert, dann wird man aus diesem Rhythmus herausgerissen und wird für was Neues wieder offen.

A: Mhm. Ja. Genau, ja. Dann bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Wie alt sind Sie?

B: 40.

A: 40, ja. Geschlecht ist klar, männlich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Ah, HTL.

A: Mhm. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?

B: Zentraleinkauf.

A: Ok. Ja. Das war's dann auch schon. Dankeschön. Sie haben mir wirklich sehr weitergeholfen.

B: Bitte.

A: Danke. Wiederhören.

B: Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 17

Datum: 19.08.2009

Dauer: 00:11:24

A= Interviewer

B= Respondent

A: Es geht grundsätzlich um Erfahrungen mit Beschwerden oder Probleme, die Sie mit Ihren Lieferanten gehabt haben und wie sich das dann auf die Geschäftsbeziehung auswirkt. Können Sie sich da an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten dann zu einer schlechten Einschätzung des beteiligten Unternehmens geführt hat?

B: Mh. Ja.

A: Ja. Können Sie das vielleicht ein bisschen mehr ausführen? Sie müssen keine Firmennamen nennen, nur was passiert ist.

B: Ja. Und zwar haben wir gekauft eine Notstromanlage, wo die Firma eben da war und gesagt hat, ja, sie schicken uns die Pläne und Unterlagen. Mittlerweile sind vier Wochen vergangen und wir haben noch immer nichts bekommen. Wir sollten nächste Woche die Anlage bekommen und haben im Prinzip die Infrastruktur nicht vorbereiten können. Wie wir vorige Woche bei der Firma angerufen haben, hat es geheißen, es sind alle Beteiligten, die damit überhaupt etwas zu tun haben, in Urlaub. Und das ist natürlich nicht sehr günstig, weil wir ja unsere Zeiten auch planen beziehungsweise die Auslastung unserer Mitarbeiter und dadurch natürlich massiv Probleme haben, weil das hätten wir

uns für vorige Woche eingeteilt, da sind wir vom Betriebsurlaub zurückgekommen und da hätten wir das mehr oder weniger durchführen wollen. Und jetzt ist da natürlich eine sehr miese Stimmung. Das können Sie sich vorstellen, nicht?

A: Ja. Oje. Das ist verständlich.

B: Das ist sehr unangenehm. Und jetzt können wir warten. Nächste Woche kommen die Herren wieder vom Betriebsurlaub zurück und da werden wir dann weitersehen. Mittlerweile habe ich gebeten um einen Rückruf vom Geschäftsführer von der Firma. Das ist auch noch nicht erfolgt. Ich gehe davon aus, der ist aber angeblich ... also die haben nicht Betriebsurlaub, die haben nur Urlaub. Der ist aber angeblich in der Arbeit. Also ich bin gespannt, ob er sich heute meldet. Und dann werden wir schauen, was wir da ausschnapsen werden im Detail. Aber auf alle Fälle sind wir natürlich sehr verärgert. Das hat natürlich immens unangenehme Mehrkosten verursacht für uns.

A: Mhm. Ja. Ist verständlich. Ja.

B: Und so was hat man natürlich in der Planung auch im Vorhinein nie kalkuliert, nicht?

A: Mhm. Ja, sicher. Ja. Und wie würden Sie sagen ...

B: Hallo?

A: Ja?

B: Ja. Ich höre Sie.

A: Verstehen Sie mich?

B: Ist ok.

A: Wie würden Sie sagen war die Beziehung zu dem Unternehmen vor dem Auftreten des Problems?

B: Vor dem Auftreten war die Beziehung sehr gut. Das Unternehmen haben wir sehr geschätzt. Noch dazu hat es, ich sage einmal, mehrere Unternehmensbereiche, ok? Und da waren wir bis jetzt immer in Kontakt oder sind nach wie vor in Kontakt mit einem anderen Unternehmensbereich von derselben Firma, mit einer anderen Sparte und dort funktionieren die Sachen eigentlich sehr gut. Und umso enttäuschter sind wir natürlich jetzt.

A: Mhm. Ok. Ja, klar. Und als welche Art von Beziehung würden Sie sie beschreiben? Ist das eine langjährige Beziehung? Eine engere Beziehung? Verstehen Sie mich?

B: Gibt es sonst noch Fragen dazu?

A: Ja. Als welche Art von Beziehung würden Sie sie beschreiben?

B: Bitte?

A: Als welche Art von Beziehung würden Sie sie beschreiben? Ist das eine langjährige Beziehung?

B: Welche Art von Beziehung. Puh. Im Moment auf alle Fälle eine nicht sehr gute, nicht?

A: Ja, natürlich.

B: Ich meine, man wird schauen, was der Geschäftsführer jetzt für einen Joker hat in der Lade. Dass man sagt, ok, wie er uns da entgegen kommt. Aber im Moment, sage ich einmal, ist die Beziehung eher sehr angespannt und eher miserabel. Würde sie eher als miserabel bezeichnen.

A: Ja. Ok. Und ist das schon eine langjährige Beziehung? Besteht die schon länger? Verstehen Sie mich, was ich gesagt habe? Besteht die Beziehung schon länger?

B: Ja, die Beziehung besteht schon, puh, ich sage, 20 Jahre.

A: Aha, ja. Na, ist schon sehr lange, ja.

B: Also gerade nicht neu.

A: Ja. Und welche Emotionen hat die Erfahrung bezüglich der Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Na, die hat natürlich enorme Emotionen ausgelöst. Das ist gegangen bei uns bis zur Geschäftsleitung, die natürlich auch sehr verärgert ist über das Unternehmen. Und man wird schauen, ob man in Zukunft überhaupt noch zusammenarbeiten wird, vor allem in diesem ... sicherlich nicht in diesem Unternehmensbereich, sage ich einmal. Ich meine, in dem anderen ... das muss man ganz einfach schlicht trennen. Dort sind andere Leute tätig, nicht? Und das darf man nicht alles in einen Korb werfen, nicht? Es gibt eben ganz einfach Unternehmensbereiche oder Abteilungen, egal, wie man sie bezeichnet, die arbeiten ganz einfach engagierter und dann gibt es auch wieder Abteilungen, die arbeiten nicht so engagiert. Und die lassen es eher rutschen. Und in solcher sind wir jetzt gelandet.

A: Ja. Mhm. Genau.

B: Das Ärgerliche ist nämlich, wie die vor vier Wochen da waren mit einem Techniker haben gesagt, wir bekommen die kompletten Ausführungspläne, alles innerhalb einer Woche. Bekommen eine Auftragsbestätigung, wo das so bestätigt wurde und jetzt sind vier Wochen, fünf Wochen vorbei, mittlerweile fünf Wochen und wir haben nichts bekommen.

A: Mhm. Ja, das ist ärgerlich. Das ist klar, ja. Also es kann sogar zum Abbruch führen sozusagen?

B: Ja.

A: Mhm. Ich würde Ihnen jetzt ein paar Emotionen vorlesen und Sie müssten mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs, was am besten zutrifft. Eins wäre überhaupt nicht, Sie haben die Emotion gar nicht erlebt und sechs wäre sehr viel. Sie können auch alles dazwischen nehmen.

B: Ok.

A: Erfreulich? Erfreulich hätte ich da.

B: Nein, das wäre nachher ... also wenn es negativ ist, ist es sechs?

A: Eins ist überhaupt nicht. Also eins ist überhaupt nicht und sechs ist sehr viel.

B: Was ist ... eins ist ...

A: Eins ist überhaupt nicht.

B: Eins.

A: Ok.

B: Eins ist überhaupt nicht oder was?

A: Genau. Ja. Überhaupt nicht.

B: Ja.

A: Dann glücklich?

B: Eins.

A: Ja. Stolz?

B: Stolz?

A: Stolz. Ja.

B: Eins.

A: Freundliche Gefühle?

B: Eins.

A: Ja. Geschätzt fühlen?

B: Zwei.

A: Ja. Aufmerksam?

B: Drei.

A: Ja. Aktiv?

B: Mmh, zwei.

A: Ja. Interessiert?

B: Drei.

A: Aufgebracht?

B: Zwei.

A: Wütend?

B: Drei.

A: Traurig?

B: Eins.

A: Schlechter Laune?

B: Drei.

A: Verärgert?

B: Zwei.

A: Nervös?

B: Mmh, vier.

A: Ja. Besorgt?

B: Eins.

1 erfreulich

3 aufmerksam

1 traurig

1 glücklich

2 aktiv

3 schlechter Laune

1 stolz

3 interessiert

2 verärgert

1 freundliche Gefühle

2 aufgebracht

4 nervös

2 geschätzt fühlen

3 wütend

1 besorgt

A: Ok. Das waren jetzt schon viele Emotionen. Haben Sie noch andere empfunden?

B: Nein, ich glaube, da war jetzt eh alles dabei oder?

A: Ok. Ja, es waren eh schon viele. Hat die Erfahrung dann in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Beziehung zu dem Unternehmen verändert?

B: Ja.

A: Ja. Und in welcher Art und Weise?

B: Ah, dass wir sie als nicht zuverlässig einstufen.

A: Mhm. Kann man auch sagen, dass sich die Beziehung dadurch abgeschwächt hat?

B: Ja.

A: Mhm. Ok. Und warum war das so? Warum hat sich die Beziehung da verändert?

B: Einfach weil Vereinbarungen nicht eingehalten wurden.

A: Mhm. Ok. Und wie lange besteht die Beziehung schon?

B: 20 Jahre.

A: 20 Jahre. Und können Sie kurz beschreiben, wie sich die Beziehung entwickelt hat? Hat es da schon öfters Vorfälle gegeben oder war das das erste Mal?

B: Also in einer Geschäftsbeziehung gibt es immer irgendetwas. Aber das wird ja alles, sage ich einmal, stand alone erledigt und das kann man nicht als wirkliches Problem bezeichnen. Das bezeichne ich eher als Geschäftsleben, das war in Ordnung. Aber jetzt ist es halt ärgerlich, weil sich auch niemand meldet und niemand kümmert, nicht?

A: Mhm. Natürlich, ja. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde oder des Problems? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn sehr große Bedeutung?

B: Bei 10.

A: 10. Ja. Dann bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Wie alt sind Sie?
B: 42.
A: Ja. Geschlecht ist klar, männlich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?
B: Ah, Meisterprüfung.
A: Mhm. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?
B: Einkaufsleitung.
A: Mhm. Ok. Das wär's dann auch schon gewesen. Sie haben mir sehr weitergeholfen. Vielen Dank.
B: Gerne.
A: Danke. Wiederhören.
B: Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 18

Datum: 21.08.2009

Dauer: 00:12:29

A= Interviewer

B= Respondent

A: Es geht grundsätzlich um Erfahrungen mit Beschwerden oder Probleme, die Sie mit Ihren Lieferanten hatten und wie sich das dann auf die Geschäftsbeziehung auswirkt.
B: Mhm.
A: Können Sie sich da an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten dann zu einer schlechten Einschätzung des beteiligten Unternehmens geführt hat?
B: Ähm, gibt es sicher immer wieder, wobei der umgekehrte Fall sicher öfter eintritt, sagen wir so.
A: Aha. Na, wir können auch den anderen Fall machen, wenn Sie eine gute Einschätzung gehabt haben. Fällt Ihnen da vielleicht irgendein konkreter Fall ein?
B: Puh. Ich meine, im Grunde ist ja das fast Tagesgeschäft bei uns. Ich sage, wir haben ein paar 100 Lieferanten. Und das sind immer wieder eben so Sachen, die was wir halt gemeinsam mit dem... Also wir haben immer einen Ansprechpartner bei der Industrie und mit dem klärt man das. Und ich sage, wenn man das einvernehmlich dann irgendwie klärt, ist sicher das Verhältnis dann manchmal ein bisschen näher gerückt oder ein bisschen besser. Das gibt es schon. Ja. Konkrete Beispiele sind, weiß ich nicht, zum Beispiel laufende Rechnungs differenzen. Weil halt irgendwo EDV-technisch bei der Industrie ein Problem auftaucht und das wird dann mit dem Ansprechpartner besprochen, der schaut, dass er das intern durchsetzt und das ist oft nicht so leicht, wie sich das vielleicht anhört im heutigen Zeitalter und ja, danach kann sein oder ist gelegentlich das Verhältnis vielleicht eine Spur besser.

A: Ja. Mhm. Ok. Na, nehmen Sie einfach einmal einen konkreten Fall her, der Ihnen einfällt. Wie würden Sie sagen war die Beziehung zu dem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde?
B: In Ordnung. War ok.

A: Mhm. Ok. Und als welche Art von Beziehung würden Sie sie beschreiben? Ist das eine langjährige Beziehung? Eine enge Beziehung?

B: Es sind eigentlich fast ausschließlich langjährige und kommt darauf an, also sind immer langjährige Beziehungen und ja, wie eng diese Beziehung wird, das kommt darauf an, wie viel man mit der Firma zu tun hat. Es gibt manche, da hat man monatlich oder mehrmals im Monat damit zu tun. Mit anderen hat man einmal im Jahr ein Jahresgespräch. Also das gibt es von bis.

A: Aha. Ok. Und welche Emotionen hat die Erfahrung bezüglich der Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Hm.

A: Ist vielleicht nicht so einfach.

B: Ja. Das kommt jetzt natürlich darauf an.

A: Ja, wenn wir wieder von dem Fall ausgehen, dass Sie dann eine gute Einschätzung hatten.

B: Mhm. Ähm, ist wirklich ganz unterschiedlich. Also manchmal ist es wirklich emotional, wobei man sicher immer sachlich bleibt. Und ein anderes Mal wird es ein bisschen lockerer genommen. Ich sage, das kommt immer ganz darauf an, wie einen der gegenüber am Telefon, wie der reagiert und auf einen eingeht. Wenn der jetzt irgendwo aufstur schaltet und man ist im Recht, argumentiert man sicher viel härter und emotionaler, als wie wenn der einsichtig ist und versucht, gemeinsam daran zu arbeiten, als wie wenn er das abstreitet und sagt, nein, das ist nicht so und hin und her und das hat so zu sein und fertig. Also das gibt es wirklich von ganz partnerschaftlichen und ich sage einmal fairen ... ich meine, fair ist es eh immer, aber ich sage einmal, ruhigen Verhandlungen bis hin zu emotional hoch aufbrausenden Gesprächen gibt es das genauso.

A: Mhm. Ok. Ich würde Ihnen jetzt ein paar Emotionen vorlesen und Sie müssten mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs, was am besten zutrifft. Eins wäre Sie haben die Emotion überhaupt nicht erlebt und sechs wäre sehr viel. Sie können auch alles dazwischen nehmen und es geht wieder um den konkreten Fall, also welche Emotionen Sie dabei erlebt haben.

B: Mhm. Ok.

A: Ok. Es geht los mit erfreulich?

B: Also, Entschuldigung, eins war noch einmal ...? Gar nicht? Und ...

A: Eins ist überhaupt nicht. Und sechs ist sehr viel.

B: Ok. Dann machen wir fünf.

A: Ja. Glückliche?

B: Fünf.

A: Ja. Stolz?

B: Stolz. Sechs.

A: Ja. Freundliche Gefühle?

B: Fünf.

A: Ja. Geschätzt fühlen?

B: Sechs.

A: Aufmerksam?

B: Wer?

A: Von Ihnen jetzt aus gesehen. Also Sie waren aufmerksam oder nicht, je nachdem?

B: Ich war aufmerksam. Ja. Auch fünf.

A: Ja. Aktiv? Also das ist wieder von Ihrer Seite gesehen.

B: Wie meinen Sie jetzt?

A: Aktiv? Ob Sie da aktiv geworden sind sozusagen?

B: Kann ich Ihnen jetzt nicht ganz folgen. Ob ich beim Gespräch aktiv geworden bin? Also bei den Verhandlungen?

A: Genau. Ja. Genau.

B: Ja, freilich. Also sechs.

A: Mhm. Interessiert?

B: Sechs.

A: Ja.

B: Sonst hätte ich den falschen Beruf.

A: Aufgebracht?

B: Fünf.

A: Ja. Wütend?

B: Vier.

A: Ja. Traurig?

B: Drei.

A: Mhm. Schlechter Laune?

B: Vier.

A: Ja. Verärgert?

B: Verärgert. Ja. Drei.

A: Ja. Nervös?

B: Zwei.

A: Besorgt?

B: Zwei.

5 erfreulich

5 aufmerksam

3 traurig

5 glücklich

6 aktiv

4 schlechter Laune

6 stolz

6 interessiert

3 verärgert

5 freundliche Gefühle

5 aufgebracht

2 nervös

6 geschätzt fühlen

4 wütend

2 besorgt

A: Ok. Ja, das waren jetzt schon viele Emotionen. Haben Sie noch andere dabei empfunden?

B: Puh. Also ich glaube, wir sind eh da ziemlich alles durch.

A: Ja, ich glaube auch, ja. Und hat die Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Beziehung zu dem Unternehmen verändert?

B: Ja, freilich. Im Grunde prägt ja jedes Zusammensein, jedes Gespräch. Ja. Also ja.

A: Ja. Und in welcher Weise? Hat sich die Beziehung verstärkt oder eher abgeschwächt?

B: Na, kann sowohl als auch vorgekommen sein oder ist es schon. Es kann sein, dass man wirklich dann besser und enger zusammenarbeitet oder dass man einfach wirklich sagt, ok, der geht von seinem Standpunkt nicht runter und ja, das ist dann eher halt sicher gegenteilig genauso.

A: Mhm. Ok. Und kann das dann sogar bis zum Abbruch führen?

B: Gibt es oder hat es sicher schon gegeben. Also kann sicher sein, dass wir schon einmal einen Industriepartner, wenn ein Gespräch war, man gesagt hat, ok, man bricht ab und schickt ihn nach Hause beziehungsweise ist es auch schon vorgekommen, dass ein Bereichseinkäufer einfach den gesamten Lieferanten abgegeben hat. Wenn der sagt, er kann mit diesem Menschen einfach nicht, kann vorkommen, ist sehr, sehr selten. Nur ist auch schon vorgekommen, dass man sagt, ok, ich kann mit diesem Menschen nicht zusammenarbeiten und wir haben ja sieben oder acht Bereichseinkäufer bei uns in der

Firma, dann übernimmt halt den ein anderer. Wobei das ist wirklich ein Ausnahmefall. Aber kann und ist auch schon vorgekommen.

A: Und wie hat sich im konkreten Fall die Beziehung verändert?

B: Ist besser geworden, also stärker.

A: Mhm. Und warum war das so? Warum hat die Erfahrung jetzt mit der Beschwerde zu einer Verstärkung geführt der Beziehung?

B: Warum?

A: Ja.

B: Na ja, das kommt eigentlich immer auf die beiden Verhandlungspartner darauf an, nicht? Weil wir versuchen immer ... das ist so ein Motto bei uns in der Firmengruppe, dass wir halt wirklich partnerschaftlich und freundlich mit den Industriepartnern umgehen und so erwarten wir das auch, dass mit uns umgegangen wird. Und wenn halt irgendeiner glaubt, ich sage jetzt, das sind öfter größere Konzerne, die was halt wirklich ein System haben und uns versuchen in ein Korsett zu zwängen und wenn man dann versucht, natürlich da auszubrechen und sagt, irgendwo eigene Wege beschreiten zu wollen, kracht man schon öfters zusammen. Und da kann es wirklich dann so weit gehen, das ist aber dann immer emotional, wenn man wirklich mit dem dann nicht mehr kann, dass man jetzt sagt, ok, man bricht das Ganze ab und ja, werden dann oft Werbungen gestrichen, Artikel ausgelistet. Kann so weit gehen, dass im Grunde der Lieferant ausgelistet wird. Aber hier war es so, dass der Umgang mit dem Industriepartner sehr partnerschaftlich und freundlich abgelaufen ist.

A: Aha. Ok. Es wird wahrscheinlich auch immer darauf ankommen, inwieweit die Beschwerde anerkannt wird?

B: Freilich. Ich meine, das ist oft ... kommt dann eines zum anderen, nicht?

A: Mhm. Genau, ja. Und wie lange besteht die Beziehung schon?

B: Von welchem jetzt?

A: Zu dem Lieferanten?

B: Na ja, im Grunde ist das wie bei den meisten Lieferanten, weiß ich nicht, zehn, 20, 30 Jahre, noch länger. Also das ...

A: Mhm. Ok. Und können Sie kurz die Entwicklung vielleicht beschreiben, wie sich die Beziehung entwickelt hat? Hat es da schon öfters Vorfälle gegeben?

B: Im Grunde gibt es immer Vorfälle. Seien es positive, seien es negative. Gibt eigentlich laufend irgendwo etwas. Es wird immer weniger mit der Zeit und umso länger man mit dem zusammenarbeitet, umso besser wird das in der Regel. Wobei es sind immer wieder irgendwo EDV-Umstellungen und dann stellen wir etwas um, dann bekommen wir eine Firma dazu, übernehmen wir eine, also es ist immer irgendwo ... wo halt was zu arbeiten und zu tun ist.

A: Mhm. Ok. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn wäre sehr große Bedeutung?

B: Na ja, das kann man halt auch nicht so verallgemeinern.

A: Mhm.

B: Wollen Sie da von dem konkreten Fall ausgehen oder ...?

A: Ja, schon, ja.

B: Ich sage einmal im Regelfall ist das so etwa ein dreier. Das ist halt ein bisschen schwierig. Weil ich sage, es gibt dutzende oder hunderte Fälle und da jetzt nur einen herauszupicken, das ist halt nicht sehr repräsentativ, nicht? Ich kann Ihnen etwas sagen, wo das Anliegen in einem zwei Minuten Telefonat erledigt war oder ich kann Ihnen

etwas sagen, wo es einfach bei uns durch alle Instanzen gegangen ist und in der Industrie genauso. Durch das kann man das jetzt nicht so einfach über einen Kamm scheren und sagen, ok, die und die Emotionen waren da.

A: Mhm. Sie haben schon recht. Gut. Dann bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Wie alt sind Sie?

B: 29.

A: Ja. Geschlecht ist klar, männlich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Die Handelsschule.

A: Mhm. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?

B: Ich mache den Bereich Einkauf Getränke.

A: Mhm. Ok. Ja. Danke. Das war's dann eigentlich auch schon.

B: Ich habe eine Doppelfunktion. Ich habe noch die Sortimentsverantwortung für den Ansichtsbereich, das obliegt mir auch noch.

A: Ok. Ja. Dann auf jeden Fall vielen Dank. Sie haben mir sehr weitergeholfen. Danke schön, ja.

B: Bitte.

A: Wiederhören.

B: Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 19

Datum: 24.08.2009

Dauer: 00:09:11

A= Interviewer

B= Respondent

A: Es geht, wie gesagt, grundsätzlich um Erfahrungen mit Beschwerden und wie sich das dann auf die Geschäftsbeziehung auswirkt.

B: Ok. Sie stellen mir die Fragen? Oder was wollen Sie jetzt genau wissen?

A: Ja, ja. Ich stelle Ihnen die Fragen.

B: Bitteschön.

A: Können Sie sich an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten zu einer schlechten Einschätzung des beteiligten Unternehmens geführt hat?

B: Zu einer was?

A: Zu einer schlechten Einschätzung.

B: Äh, natürlich. Ja.

A: Mhm. Und könnten Sie das vielleicht ein bisschen ausführen, was da passiert ist? Ohne jetzt da auf Firmennamen einzugehen.

B: Ah, ja, es geht um diverse Differenzen im Prinzip, die wir mit einem Lieferanten zum Beispiel gehabt haben, wo einige Sachen nicht gepasst haben. Zum Beispiel ob das jetzt eine preisliche Geschichte ist oder eine Betreuungsgeschichte von Mitarbeitern von ihm. Und da natürlich lassen wir das Ganze schon in die Bewertung miteinfließen, wie wir mit dem Lieferanten zusammenarbeiten dann im Endeffekt.

A: Ja. Mhm. Ok. Und in diesem Fall war das dann eine schlechte Einschätzung, die Sie gehabt haben?

B: Ja. Eine schlechte Einschätzung und man kann natürlich ... es gibt ja, sage ich einmal, bei uns verschiedene Lieferanten, die, sage ich einmal, in gleichen Gebieten produzieren im Prinzip oder ... wie soll ich denn sagen, es sind mehrere Lieferanten, was im Prinzip die gleichen Produkte machen und dann kann man natürlich schon auswählen und sagen, ok, mit dem machen wir jetzt ein bisschen mehr oder weniger, ja? Also das Geschäft in eine gewisse Richtung lenken, kann man sagen.

A: Ja. Ja, natürlich. Ok. Bleiben wir bei dem einen Fall mit der schlechten Einschätzung. Wie würden Sie sagen war die Beziehung zu dem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde?

B: Eigentlich relativ gut. Relativ gut. Eine gute Geschäftsbeziehung im Prinzip. Natürlich kann dann so eine Reklamation ... ich meine, man kann nicht jede Kleinigkeit jetzt im Prinzip dazu heranziehen, dass ich sage, ok, jetzt beende ich eine Geschäftsbeziehung. Es muss halt wirklich was Grobes vorgefallen sein, dass ich dann sage, ok, den Lieferanten den schmeiß ich jetzt raus, nehme ich nicht mehr rein oder wie auch immer, ja.

A: Ist klar, ja. Mhm. Ok. Aber grundsätzlich war die Beziehung gut vorher.

B: Ja. Die Beziehung war gut, ja.

A: Und als welche Art von Beziehung würden Sie sie beschreiben? Ist das eine langjährige Beziehung? Eine enge Beziehung?

B: Eine langjährige Beziehung im Prinzip. Ja.

A: Mhm. Ok. Und welche Emotionen hat die Erfahrung bezüglich der Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Ah, man sollte normalerweise die Emotionen hinten anstellen und nicht Emotionen im Prinzip walten lassen. Weil es ist halt so, dass man das ganz nüchtern betrachten muss und das Geschäft im Prinzip basiert nicht auf Emotionen, sondern da muss man schon die Vor- und Nachteile abwägen und dann eine Entscheidung treffen. Braucht man den Lieferanten, braucht man ihn nicht. Da muss man schon ein bisschen in die Zukunft denken.

A: Mhm. Ok. Ich würde Ihnen trotzdem ein paar Emotionen vorlesen und Sie müssten mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs, was am besten zutrifft. Eins wäre überhaupt nicht, Sie haben die Emotion gar nicht erlebt und sechs wäre sehr viel. Sie können auch alles dazwischen nehmen. Die Frage ist dieselbe, also die Emotionen bezüglich der Bearbeitung der Beschwerde.

B: Ok. Bitte.

A: Es fängt an mit erfreulich?

B: Äh, ob ich erfreut war oder was?

A: Genau. Genau.

B: Bei der Reklamation?

A: Ja.

B: Na, dann eher nicht. Nein. Ah, sechs.

A: Also sechs ist sehr viel. Also, wenn, dann wäre das eher eins.

B: Eins. Eins natürlich jetzt in dem Fall, dass ich nicht erfreut bin.

A: Genau. Ja. Dann glücklich?

B: Auch nicht. Nein. Eins.

A: Ja. Stolz?

B: Wie?

A: Stolz?

B: Ich habe Sie jetzt nicht verstanden.

A: Stolz?

B: Ah, zwei.
A: Ja. Freundliche Gefühle?
B: Drei.
A: Ja. Geschätzt fühlen?
B: Bitte?
A: Geschätzt fühlen?
B: Ah. Drei.
A: Ja. Aufmerksam?
B: Drei.
A: Ja. Aktiv?
B: Hallo? Geht schon.
A: Ja. Aktiv?
B: Ich habe Sie wieder nicht verstanden jetzt.
A: Aktiv?
B: Aktiv?
A: Ja.
B: Vier.
A: Ja. Interessiert?
B: Sechs.
A: Ja. Aufgebracht?
B: Hm. Drei.
A: Ja. Wütend?
B: Wie?
A: Wütend?
B: Habe ich nicht verstanden.
A: Wütend?
B: Bückend?
A: Wütend? Ob Sie wütend waren?
B: Ah, ob ich wütend war. Ok.
A: Ja.
B: Zwei.
A: Ja. Traurig?
B: Mhm. Zwei.
A: Ja. Schlechter Laune?
B: Mh, zwei.
A: Ja. Verärgert?
B: Vier.
A: Mhm. Nervös?
B: Drei.
A: Ja. Besorgt?
B: Drei.

1 erfreulich	_3_ aufmerksam	_2_ traurig
1 glücklich	_4_ aktiv	_2_ schlechter Laune
2 stolz	_6_ interessiert	_4_ verärgert
3 freundliche Gefühle	_3_ aufgebracht	_3_ nervös
3 geschätzt fühlen	_2_ wütend	_3_ besorgt

A: Ok. Das waren jetzt schon viele Emotionen. Haben Sie noch andere empfunden?
B: Nein, eigentlich nicht. Sie haben schon mehr als genug aufgezählt.
A: Ok. Ja.

B: Mehr als vorgekommen sind, sagen wir einmal so.

A: Ok. Und hat diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Beziehung zu dem Unternehmen verändert?

B: Schon, ja.

A: Ja. Und in welcher Weise?

B: Man geht das vielleicht ein bisschen kritischer an die Geschäftsbeziehung ganz einfach.

A: Mhm. Und hat sich die vielleicht ein bisschen abgeschwächt dadurch?

B: Natürlich, ja. Kann man ja von unserer Seite lenken, in welche Richtung man auch will.

A: Mhm. Und können Sie sagen, warum das so war, warum sich die Beziehung abgeschwächt hat?

B: Na ja, weil man vielleicht nicht zufrieden war mit der Reklamationsbearbeitung oder vielleicht mit dem Resultat von dem Unternehmen.

A: Mhm. Ok. Und wie lange besteht die Beziehung schon?

B: Mh, Jahrzehnte.

A: Jahrzehnte, ok. Und können Sie da kurz die Entwicklung beschreiben? Hat es da schon öfters Vorfälle gegeben? War das das erste Mal?

B: Bei dem Unternehmen jetzt?

A: Genau.

B: Nein. Da sind schon öfters ... Es gibt natürlich öfters Sachen, nur, wie schon gesagt, man nimmt natürlich die groben Sachen heraus und wegen Kleinigkeiten wird man nicht gleich die Geschäftsbeziehung aufgeben, ja? Aber natürlich fallen hie und da kleine Sachen natürlich an, ja.

A: Ja. Mhm. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn sehr große Bedeutung?

B: Für uns jetzt die Reklamation, die Beschwerde?

A: Genau, genau.

B: Na ja, schon sehr große Bedeutung, sonst hätte ich sie ja nicht gemacht.

A: Ja. Und können Sie sagen von eins bis zehn vielleicht irgendwo?

B: Ah. Acht.

A: Ja. Ok. Dann bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Wie alt sind Sie?

B: 31.

A: Ja. Geschlecht ist klar, männlich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Mittelschule.

A: Mhm. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?

B: Baustoffeinkauf.

A: Mhm. Ok. Ja. Danke. Das wär's dann auch schon gewesen. Vielen Dank. Sie haben mir sehr geholfen. Dankeschön.

B: Bitte.

A: Wiederhören.

B: Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 20

Datum: 27.08.2009

Dauer: 00:11:54

A= Interviewer

B= Respondent

A: Wie gesagt, es geht um Erfahrungen mit Beschwerden und wie sich das dann auf die Geschäftsbeziehung auswirkt. Können Sie sich da an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten dann zu einer guten Einschätzung des beteiligten Unternehmens geführt hat?

B: Nein.

A: Können Sie sich an den gegenteiligen Fall erinnern? An eine schlechte Einschätzung?

B: So gesehen, meistens ist der Zug dann schon abgefahren, nicht?

A: Mhm. Genau. Könnten Sie sich da vielleicht an ein konkretes Beispiel erinnern?

B: Ja.

A: Ja. Könnten Sie das vielleicht ein bisschen ausführen? Sie müssen keine Firmennamen jetzt nennen.

B: Na ja, es spielt sich in der Praxis so ab. Es gibt zum Beispiel, eine ISO-Norm in einer Firma und da wird eine Lieferantenbeurteilung durchgeführt zum Beispiel. Und in diesem Sinn, wenn Sie jetzt ... weil Sie gehen ja von qualitativen Mängeln aus von den gelieferten Produkten oder?

A: Ja. Was auch immer, ja.

B: Ja. Dann führt das in der Regel also zu einer Verschlechterung in der Lieferantenbeurteilung und dann wird der Lieferant quasi verwarnet oder so auf die Art schriftlich verständigt, dass eben eine Herabstufung passiert ist, dass eben eine weitere Herabstufung droht. Also da gibt es dann so auf die Art drei Stufen. Bei uns ist das eben so A, B, C zum Beispiel. Und wenn er dann auf C gestuft wird, nachdem er also vorgewarnt wurde, also dass es Probleme gibt, dann sieht man sich dann einfach nach einem anderen Lieferanten um, nicht? Wenn sich da jetzt nichts verbessert, also man gibt ihm quasi dann eine Frist, diese Fehler, Qualitäten, was auch immer für Mängel sind, also in der Lieferung irgendwo zu beheben. Und wenn er das nicht tut, dann wird er noch weiter abgestuft und wenn er das quasi nicht hinkriegt, dann sucht man sich einfach einen anderen Lieferanten. Also bei uns in der Praxis ist das meistens so, dass man da eh dem Lieferanten ein bisschen eine Zeit gibt, aber wenn der sich da nicht bemüht, dann ist, also wie gesagt, der Zug abgefahren, nicht? Das wollen wir nicht. Wir wollen von Anfang an einen guten Lieferanten haben. Und sicher gibt man ihm eine Chance, dass er sich verbessert, aber meistens geht das so in eine Richtung, nicht?

A: Mhm. Natürlich, ja. Nehmen Sie jetzt einfach einmal einen Fall her, bei dem Sie dann eine schlechte Einschätzung hatten und wie würden Sie sagen, war die Beziehung zu diesem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde?

B: Na ja, in der Praxis hat man einen gewissen Lieferantenstamm, der schon über Jahre und Jahrzehnte läuft. Da weiß man dann eh schon, wie die Produkte und die Qualitäten sind und am öftesten passiert das, wenn man einen neuen Lieferanten dazu nimmt. Und also ein gewisser Stock ist da, der passt dann auch. Und wenn was Neues ... passiert meistens was bei neuen Lieferanten. Und wenn wir da jetzt zum Beispiel für einen Lkw einen Warnbalken kaufen, der dann davonfliegt, weil die Befestigungsteile nicht halten

oder von mir aus eine schlechte Qualität ist und dann reklamieren die Kunden den Balken, dann nimmt man eben einfach wieder Abstand von dem Produkt und nimmt dann einen anderen Lieferanten für das, nicht?

A: Mhm. Ja. Aber an und für sich wäre die Beziehung vorher schon gut gewesen?

B: Ja. Also wie gesagt, die Guten sind die Guten und die haben wir als fixen Stamm. Die bleiben auch gut und meistens sind es die Neuen und die stellen sich dann als gut oder schlecht heraus und wenn sie gut sind, bleiben sie eh und wenn sie schlecht sind, sind sie gleich wieder weg.

A: Ja. Ist klar, ja. Und welche Emotionen, also welche Gefühle, hat die Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Na ja, das ist ... also das ist keine emotionale Sache muss ich sagen. Aber man sieht das halt einfach betriebswirtschaftlich.

A: Ja. Also eher sachlich eben?

B: Sicher, nicht? Also die Kunden beschwerten sich jetzt über irgendetwas, machen eine Reklamation, dann sind die Kunden verärgert und das muss man dann halt möglichst abblocken und für eine Konversation sorgen, für eine Ersatzlieferung, für eine Reklamationsbearbeitung, für eine Garantiebearbeitung. Und das ist halt natürlich ... es ist immer ärgerlich für ... weil Sie sagen Emotion ... der Kunde ... in erster Linie ist der Kunde verärgert, nicht? Er bringt den Ärger dann natürlich an uns als Händler weiter. Und dieser Ärger geht dann von uns auf den Lieferanten über und zum Schluss ärgert sich der, dass der nicht mehr unser Lieferant ist wahrscheinlich, nicht? Ja, also ich meine, jede Firma will natürlich qualitativ einwandfreie Produkte liefern und insofern ist die Emotion schon ärgerlich, nicht?

A: Ja. Das verstehe ich. Ist klar. Ich würde Ihnen trotzdem ein paar Emotionen jetzt vorlesen und Sie müssten mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs, was am besten zutrifft. Eins wäre es trifft überhaupt nicht zu, also Sie haben die Emotion gar nicht empfunden und sechs wäre sehr viel. Sie können auch alles dazwischen nehmen. Also das wäre dann erfreulich?

B: Eins.

A: Ja. Glückliche?

B: Eins.

A: Ja.

B: Geht es jetzt noch ...

A: Bitte?

B: Geht es jetzt noch um die Frage, was ein ...? Wie war die Frage überhaupt?

A: Genau. Es geht wieder um die Emotion in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde.

B: Aha. Ja.

A: Ja. Dann geht es weiter mit stolz?

B: Eins.

A: Ja. Freundliche Gefühle?

B: Eins.

A: Geschätzt fühlen?

B: Bitte?

A: Geschätzt fühlen?

B: Eins.

A: Ja. Aufmerksam?

B: Aufmerksam?

A: Ja. Genau. Also waren Sie aufmerksam dabei?

B: Ja. Fünf.

A: Ja. Aktiv?

B: Fünf.

A: Ja. Interessiert?

B: Fünf.

A: Mhm. Aufgebracht?

B: Drei.

A: Ja. Wütend?

B: Wie?

A: Wütend?

B: Eins.

A: Ja. Traurig?

B: Eins.

A: Schlechter Laune?

B: Eins.

A: Verärgert?

B: Vier.

A: Ja. Nervös?

B: Eins.

A: Besorgt?

B: Eins.

1 erfreulich

5 aufmerksam

1 traurig

1 glücklich

5 aktiv

1 schlechter Laune

1 stolz

5 interessiert

4 verärgert

1 freundliche Gefühle

3 aufgebracht

1 nervös

1 geschätzt fühlen

1 wütend

1 besorgt

B: Na, wissen Sie eh, Emotionen ... das ist Arbeit, nicht?

A: Na, das verstehe ich schon. Ja, ja. Und haben Sie noch andere Emotionen empfunden? Das waren jetzt schon viele, das weiß ich. Haben Sie noch andere empfunden?

B: Nein.

A: Ok. Und hat die Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Beziehung zu dem Unternehmen verändert?

B: Ja, ja.

A: Ok. Also hat sich die dann eher abgeschwächt?

B: Ja, genau, ja.

A: Mhm. Ok. Und warum war das so? Können Sie das kurz erklären vielleicht?

B: Na ja, wenn Sie was kaufen, was nicht funktioniert, nicht? Man will ja was haben für sein Geld.

A: Ja. Mhm. Ok. Und wie lange besteht die Beziehung schon?

B: Ja. Relativ kurz. So bis zu einem Jahr.

A: Aha. Ok. Und können Sie da vielleicht kurz die Entwicklung beschreiben? Hat es da schon öfters Vorfälle gegeben?

B: Nein, nein, wie gesagt, also das ist dann ... also im Normalfall ist das ein neuer Lieferant. Also das kommt kaum vor, dass sich jetzt dann ein Lieferant, den man schon seit 20 Jahren hat, sich dann plötzlich zu verschlechtern beginnt. Also die Qualitätsstandards, die einmal bestehen, die bleiben auch bestehen. So ist es meistens.

A: Mhm. Mhm. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn sehr große Bedeutung.
B: Ah, wie war die Frage? Was die Beschwerde ...?
A: Welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde?
B: Ja, so acht oder so.

A: Mhm. Acht. Ok. Jetzt bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Wie alt sind Sie?
B: 46.
A: Ja. Geschlecht ist klar, männlich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?
B: Berufsbildende Höhere Schule.
A: Mhm. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?
B: Ich bin im Einkauf.
A: Mhm. Ok. Ja. Das wär's dann auch schon gewesen. Vielen Dank. Sie haben mir sehr geholfen. Danke.
B: Gut. Dann Danke.
A: Danke. Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 21

Datum: 02.09.2009

Dauer: 00:10:06

A= Interviewer

B= Respondent

A: Können Sie sich an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten dann zu einer schlechten Einschätzung des beteiligten Unternehmens geführt hat?
B: Ist das von meiner Seite gesehen?
A: Genau.
B: Ja. Ich muss sagen, ich habe wenige Probleme. Aber im Prinzip, wenn es etwas gibt, wird das eh zu 99 % positiv erledigt.
A: Mhm. Ok. Können Sie sich da vielleicht an einen konkreten Fall erinnern?
B: In letzter Zeit jetzt nicht. Vor zwei Jahren da hat es mehrere Bröseln gegeben.
A: Ja. Na, Sie können auch das erzählen, was da passiert ist.
B: Ja, da war etwas nicht lieferbar, aber wenn, dann mit Verspätung, in diese Richtung, dass das ein bisschen später wieder lieferbar ist, aber im Großen und Ganzen hat das dann eh immer geklappt.

A: Mhm. Ok. Na, stellen Sie sich jetzt einmal den Fall vor, dass das so war und wenn Sie einen in Erinnerung haben, wie würden Sie sagen, war die Beziehung zu diesem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde?
B: Ja. Gut.
A: Mhm. Also war gut vorher?
B: Ja.

A: Mhm. Und als welche ...

B: Moment, bitte.

A: Ja.

B: Moment. Bitte?

A: Ja. Und als welche Art von Beziehung würden Sie sie beschreiben? War das eine enge Beziehung? Eine langjährige Beziehung?

B: Ja, das war eh schon immer eine jahrelange Geschäftsbeziehung.

A: Mhm. Ok. Und welche Emotionen hat die Erfahrung bezüglich der Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Hm.

A: Ist vielleicht nicht ganz einfach, ja.

B: Ist nicht ganz einfach. Ja, richtig. Zuerst geht man einmal auf 100, aber dann kommt man ja eh wieder runter, nicht?

A: Ja. Mhm, mhm. Ich würde Ihnen ein paar Emotionen vorlesen und Sie müssten mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs, was am besten zugetroffen hat. Eins wäre überhaupt nicht, Sie haben die Emotion gar nicht empfunden und sechs wäre sehr viel. Sie können auch alles dazwischen nehmen.

B: Ja.

A: Ok. Ich hätte da erfreulich?

B: Irgendetwas um drei.

A: Erfreulich?

B: Was?

A: Die Emotion wäre erfreulich? Haben Sie die empfunden?

B: Ich jetzt? Als negativ jetzt?

A: Ja. Also Sie während des Falles, also dass dann die Beschwerde ... also dass es dann eine Beschwerde gegeben hat, ob Sie diese Emotion empfunden haben dabei. Erfreulich wäre das gewesen.

B: Was ... was soll ich da erfreulich sein, wenn ich eine Beschwerde habe?

A: Ja. Das heißt also, überhaupt nicht trifft das zu? Ist das richtig?

B: Ja.

A: Ja. Glückliche?

B: Bitte?

A: Glückliche?

B: Ich verstehe kein Wort.

A: Glückliche?

B: Glückliche? Na, glücklich bin ich da nicht.

A: Ja. Also auch überhaupt nicht. Stolz?

B: Was war das jetzt?

A: Stolz?

B: Ich verstehe nichts.

A: Oje.

B: Entweder höre ich schlecht oder ...

A: Nein, ich weiß es auch nicht. Stolz? Waren Sie stolz dabei?

B: Jetzt, weil das erledigt worden ist?

A: Ja.

B: Da brauche ich nicht deswegen stolz sein.

A: Ja. Also auch überhaupt nicht. Freundliche Gefühle?

B: Ja, wenn alles erledigt ist, selbstverständlich.

A: Ok. Welche Zahl würde da am besten zutreffen?

B: Vier.

A: Mhm. Geschätzt fühlen? Haben Sie sich geschätzt gefühlt dabei?
 B: Jein. Weiß ich nicht, was die Fragen bringen.
 A: Ja, es tut mir leid. Die sind leider so. Welche Zahl würden Sie eher sagen?
 B: In der Mitte. Drei.
 A: Drei. Ja. Aufmerksam?
 B: Ja, alles ok.
 A: Ja. Also aufmerksam sehr viel oder ...?
 B: Ja, hat gepasst. Sechs.
 A: Ja. Aktiv?
 B: Liegt auch so bei drei.
 A: Ja. Interessiert?
 B: Von meiner Seite oder von der ...?
 A: Von Ihrer Seite, von Ihrer Seite, ja.
 B: Ja. Auch in diese Richtung. Das kommt immer darauf an, was es war.
 A: Also eher drei?
 B: Eher vier würde ich sagen.
 A: Eher vier. Ok. Aufgebracht?
 B: Jein. Würde ich sagen drei.
 A: Ja. Wütend?
 B: Ja, auch.
 A: Auch drei?
 B: Drei. Ja.
 A: Traurig?
 B: Nein, traurig weniger.
 A: Gar nicht?
 B: Gar nicht.
 A: Ok. Eins. Mhm. Schlechter Laune?
 B: Auch. Schlechter Laune kann ich da nicht sagen.
 A: Ja. Also eher ...
 B: Eher nicht.
 A: Gar nicht?
 B: Eher weniger, eher zwei, nicht?
 A: Aha. Eher zwei, ok. Verärgert?
 B: In erster Linie ja, freilich. Eher vier.
 A: Ja. Nervös?
 B: Eher weniger.
 A: Mhm. Also eher zwei vielleicht?
 B: Mhm.
 A: Besorgt?
 B: Besorgt?
 A: Mhm.
 B: Täte ich sagen nicht.

1 erfreulich	_6_ aufmerksam	_1_ traurig
1 glücklich	_3_ aktiv	_2_ schlechter Laune
1 stolz	_4_ interessiert	_4_ verärgert
4 freundliche Gefühle	_3_ aufgebracht	_2_ nervös
3 geschätzt fühlen	_3_ wütend	_1_ besorgt

A: Ok. Also eins.
 B: Was haben die Fragen mit dem Ganzen zu tun? Sind da noch viele Fragen?

A: Nein, es ist dann bald vorbei. Hat die Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Beziehung zu dem Unternehmen verändert?

B: Im Prinzip nicht wesentlich.

A: Mhm. Hat sie sich etwas abgeschwächt vielleicht?

B: Könnte man so sagen, ja.

A: Ja. Ok. Und warum war das dann so?

B: Na ja, wenn des Öfteren etwas vorkommt, dann muss man einmal überlegen, ob man nicht woanders auch etwas kauft, nicht?

A: Mhm. Mhm. Also es kann bis zum Abbruch der Beziehung führen sozusagen?

B: Ja.

A: Mhm. Und wie lange besteht die Beziehung schon?

B: Seit elf Jahren.

A: Ok. Hat es da schon öfters etwas gegeben? War das der erste Zwischenfall?

B: Ja, selten eigentlich.

A: Mhm. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn wäre sehr große Bedeutung.

B: Hm. Fünf.

A: Mhm. Jetzt bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Wie alt sind Sie?

B: 50.

A: Mhm. Geschlecht ist klar, männlich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Jetzt wird es aber schon sehr persönlich.

A: Ok.

B: Was gibt es sonst noch?

A: Welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?

B: Inhaber.

A: Ok. Ja. Danke. Das wär's dann auch schon gewesen. Sie haben mir sehr geholfen. Danke. Wiederhören.

B: Bitte. Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 22

Datum: 03.09.2009

Dauer: 00:08:05

A= Interviewer

B= Respondent

A: Es geht grundsätzlich um Beschwerden oder Probleme, die Sie mit Ihren Lieferanten hatten und wie sich das dann auf die Geschäftsbeziehung auswirkt. Können Sie sich da an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten dann zu einer schlechten Einschätzung des beteiligten Unternehmens geführt hat?

B: Äh, würden Sie die Frage noch einmal wiederholen? Ich war da dazwischen kurz weg.

A: Ok. Können Sie sich an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten zu einer schlechten Einschätzung des beteiligten Unternehmens geführt hat?

B: Nein.

A: Und können Sie sich an den gegenteiligen Fall vielleicht erinnern? Also dass Sie dann eine gute Einschätzung hatten? Also es geht grundsätzlich darum, also Sie haben eine Beschwerde oder ein Problem mit einem Lieferanten gehabt ...

B: Ja, ja, das ist mir schon klar. Nur ich habe eigentlich wenige Problemfälle in dieser Richtung. Deswegen brauche ich so lange, um nachzudenken.

A: Mhm. Na, kein Problem, ja.

B: Ja, ja, kann ich mich erinnern. Ist sehr gut gelöst worden so ein Fall.

A: Ja. Ok. Und könnten Sie mir das vielleicht ein bisschen ausführen? Sie müssen keine Firmennamen jetzt nennen, nur was da passiert ist.

B: Es ist um eine Impfstofflieferung gegangen, die nicht ordnungsgemäß ausgezeichnet gewesen war, wo es um einen sehr hohen Wert gegangen ist. Ja, wo die Ware eigentlich kaputt gewesen ist. Und das ist damals sehr unproblematisch von der Firma gelöst worden, wo ich jäh überrascht war, weil der Warenwert ein relativ hoher gewesen ist.

A: Mhm. Mhm. Ok. Also Sie haben dann eigentlich eine gute Einschätzung gehabt?

B: Ja, ja.

A: Mhm. Und wie würden Sie sagen, war die Beziehung zu dem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde?

B: Eigentlich auch eine sehr gute, ja. Eine problemlose eigentlich, ja.

A: Auch eine sehr gute. Mhm. Mhm. Und als welche Art von Beziehung würden Sie sie beschreiben? Ist das eine langjährige, eine enge Beziehung?

B: Nein, eher eine, sage ich einmal, sporadische.

A: Mhm. Ok. Und welche Emotionen hat die Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Äh, Freude.

A: Freude. Ok, sehr gut. Ich würde Ihnen ein paar Emotionen jetzt vorlesen und Sie müssten mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs, was am besten zutroffen hat.

B: Für diesen Fall?

A: Genau. Für diesen Fall. Also es geht wieder um die Emotionen. Also eins wäre überhaupt nicht, Sie haben die Emotion gar nicht empfunden und sechs wäre sehr viel. Sie können auch alles dazwischen nehmen. Da hätte ich ...

B: Äh, ich würde es mit fünf bezeichnen.

A: Ah, Moment, ich würde Ihnen die Emotionen erst vorlesen.

B: Einen Moment bitte. Ich muss nur geschwind zum anderen Apparat.

A: Ja. Ja.

B: Einen kurzen Moment, ja?

A: Ja.

B: So, jetzt bin ich wieder bei Ihnen.

A: Ok. Ja. Also es geht wieder um die Emotionen in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde. Da hätte ich einmal erfreulich?

B: Fünf.

A: Ja. Glückliche?

B: Auch mit fünf, ja.

A: Ja. Stolz?

B: Bitte? Ich habe Sie nicht verstanden.

A: Stolz? Waren Sie stolz dabei?

B: Ja. Auch fünf.

A: Ja. Freundliche Gefühle?

B: Drei.

A: Ja. Geschätzt fühlen?

B: Entschuldigung, ich habe Sie wieder nicht verstanden.

A: Geschätzt fühlen? Also haben Sie sich geschätzt gefühlt dabei?

B: Ah. Vier.

A: Ja. Aufmerksam?

B: Sechs.

A: Ja. Aktiv?

B: Drei.

A: Ja. Interessiert?

B: Vier.

A: Ja. Aufgebracht?

B: Zwei.

A: Mhm. Wütend?

B: Eins.

A: Traurig?

B: Eins.

A: Schlechter Laune?

B: Eins.

A: Verärgert?

B: Eins.

A: Nervös?

B: Eins.

A: Besorgt?

B: Drei.

5 erfreulich

6 aufmerksam

1 traurig

5 glücklich

3 aktiv

1 schlechter Laune

5 stolz

4 interessiert

1 verärgert

3 freundliche Gefühle

2 aufgebracht

1 nervös

4 geschätzt fühlen

1 wütend

3 besorgt

A: Ok. Das waren jetzt schon viele Emotionen. Haben Sie noch andere empfunden?

B: Nein.

A: Ok. Und hat die Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Beziehung zu dem Unternehmen verändert?

B: Also zu einem ... Ja.

A: Ja? Hat sie sich verstärkt oder abgeschwächt oder ...?

B: Verstärkt.

A: Verstärkt?

B: Ja.

A: Mhm. Und können Sie mir sagen, warum das so war?

B: Weil man sich als Kunde geschätzt fühlt und wahrgenommen fühlt, ja?

A: Mhm. Also man fühlt sich sozusagen anerkannt von dem anderen?

B: Genau.

A: Ja. Und wie lange besteht die Beziehung schon?

B: Circa sechs Jahre.

A: Mhm. Ok. Können Sie da kurz die Entwicklung beschreiben? Also Sie haben gesagt, es war eher problemlos bis jetzt?

B: War eine problemlose Beziehung, war eine sporadische Beziehung bei größeren Einkaufsmöglichkeiten. Mittlerweile hat sich das ausgedehnt auf, sage ich einmal, regelmäßige Bestellungen, wenn Bedarf da ist, ja?

A: Mhm. Ok. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn sehr große Bedeutung.

B: Na ja, sieben bis acht. Sieben nehmen wir, ja?

A: Sieben? Ja. Ok. Dann bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Wie alt sind Sie?

B: 46.

A: Ja. Geschlecht ist klar, weiblich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Ein Hochschulstudium.

A: Mhm. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?

B: Ich leite das Unternehmen.

A: Mhm. Ok. Ja, Danke. Das wär's dann auch schon gewesen. Danke, dass Sie sich Zeit genommen haben. Danke. Wiederhören.

B: Bitte gerne. Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 23

Datum: 04.09.2009

Dauer: 00:06:22

A= Interviewer

B= Respondent

A: Also es geht um Erfahrungen mit Beschwerden oder Probleme, die du mit deinen Lieferanten gehabt hast und wie sich das dann auf die Geschäftsbeziehung auswirkt.

B: Mhm. Ok.

A: Kannst du dich da an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder es kann auch ein Problem mit einem Lieferanten gewesen sein dann zu einer schlechten Einschätzung des beteiligten Unternehmens geführt hat?

B: Nein.

A: Und kannst du dich erinnern, dass es eine gute Einschätzung dann war?

B: Na, wir sind immer wieder zu einem guten Ergebnis gekommen.

A: Mhm. Also eher gut, ja?

B: Mhm.

A: Und kannst du da vielleicht ein bisschen ausführen, was da passiert ist? Ein konkretes Beispiel vielleicht? Ohne Firmennamen jetzt.

B: Mhm. Nein, eigentlich nicht, weil es bemüht sich jetzt ein jeder und das ist eigentlich schon lange nicht mehr passiert so was.

A: Mhm. Ok. Na gut. Denk einmal auf irgendeine Gelegenheit, die einmal war und du hast dann eine gute Einschätzung gehabt. Wie würdest du sagen, war die Beziehung zu dem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde? Zu dem konkreten Unternehmen.

B: Na, eh gut.

A: Mhm. War eh gut also?

B: Ja, ja.

A: Und als welche Art von Beziehung würdest du sie beschreiben? Ist das eine langjährige Beziehung? Eine engere Beziehung?

B: Ja, schon. Eine langjährige. Und vorkommen tut immer wieder ein wenig was, aber es ergibt sich immer wieder dann zum Besten.

A: Mhm. Ok. Also dass das gut gelöst wird?

B: Genau.

A: Ok. Und welche Emotionen hat die Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde bei dir ausgelöst? Fällt dir vielleicht spontan irgendetwas ein?

B: Na, Ärger.

A: Mhm.

B: Ja.

A: Ok. Ich würde dir jetzt da ein paar Emotionen vorlesen und du müsstest mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs, was am besten zugetroffen hat. Die Frage ist dieselbe.

B: Ok.

A: Eins ist überhaupt nicht, du hast die Emotion gar nicht erlebt und sechs ist dann sehr viel. Du kannst auch alles dazwischen nehmen.

B: Mhm.

A: Da hätten wir erfreulich?

B: Vier.

A: Mhm. Glückliche?

B: Na, glücklich. Drei.

A: Ja. Stolz?

B: Vier.

A: Mhm. Freundliche Gefühle?

B: Fünf.

A: Mhm. Geschätzt fühlen?

B: Na ja. Auch fünf.

A: Mhm. Aufmerksam? Also warst du aufmerksam dabei?

B: Drei.

A: Mhm. Aktiv?

B: Fünf.

A: Interessiert?

B: Vier.

A: Mhm. Aufgebracht?

B: Drei.

A: Wütend?

B: Drei.

A: Traurig?

B: Zwei.

A: Mhm. Schlechter Laune?

B: Drei.

A: Verärgert?

B: Vier.

A: Nervös?

B: Drei.

A: Mhm. Besorgt?

B: Drei.

4 erfreulich

3 aufmerksam

2 traurig

3 glücklich

5 aktiv

3 schlechter Laune

4 stolz

4 interessiert

4 verärgert

5 freundliche Gefühle

3 aufgebracht

3 nervös

5 geschätzt fühlen

3 wütend

3 besorgt

A: Ok. Das waren jetzt schon viele Emotionen. Hast du noch andere dabei empfunden?

B: Nein.

A: Waren eh schon viele.

B: Ja.

A: Und hat die Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde deine Verbundenheit, also deine Beziehung, zu dem Unternehmen verändert?

B: Nein.

A: Ist genau gleich geblieben wie vorher? Ganz neutral sozusagen?

B: Mhm. Genau.

A: Mhm. Und warum war das so? Kannst du das ein bisschen ausführen vielleicht? Warum hat sich das nicht verändert?

B: Na, weil die Geschäftsverbindung nach wie vor besteht. Und man immer wieder im Guten dann auskommen muss ja, nicht?

A: Mhm. Genau. Und wie lange besteht die Beziehung schon?

B: Solange ich diese Geschäft habe. Und das ist 22 Jahre.

A: Mhm. Ok. Und kannst du kurz die Entwicklung der Beziehung beschreiben? War da schon öfters was oder ...?

B: Ja, sicher. Es kommt immer wieder ein wenig wo was vor. Ja, und da muss man eben darüber reden und das wieder ... ja, und auch durch die Firma ist das immer wieder dann im Guten ausgegangen.

A: Mhm. Und welche Bedeutung hatte für dich das Auftreten der Beschwerde? Auf einer Skala von eins bis zehn, eins ist überhaupt keine Bedeutung und zehn sehr große Bedeutung.

B: In der Mitte nehmen wir halt. Vier.

A: Mhm. Gut. Dann brauche ich noch ein paar demografische Informationen. Wie alt bist du?

B: 48.

A: Mhm. Ja, Geschlecht ist eh klar, weiblich. Was ist dein höchster Schulabschluss?

B: Der höchste Schulabschluss. Ja, vier Jahre Gymnasium und dann noch ein Jahr Haushaltungsschule.

A: Mhm. Und welche Funktion genau bekleidest du im Unternehmen?

B: Die Chefin.

A: Mhm. So. Na, gut. Das wär's dann auch schon gewesen.

B: Ok.

A: Danke, dass du dir Zeit genommen hast. Danke.

B: Bitte sehr. Gerne.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 24

Datum: 10.09.2009

Dauer: 00:08:25

A= Interviewer

B= Respondent

A: Also grundsätzlich geht es um Erfahrungen mit Beschwerden oder Probleme, die ihr mit euren Lieferanten gehabt habt und wie sich das dann auf die Geschäftsbeziehung ausgewirkt hat.

B: Ja, ja. Ok.

A: Kannst du dich da an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem eurer Lieferanten dann zu einer guten Einschätzung des beteiligten Unternehmens geführt hat?

B: Das ist ... Na, kommt schon vor, ja, kommt schon vor, dass man manche Dinge ein bisschen zu überzogen sieht und dann im Endeffekt doch nicht so sind, ja?

A: Mhm. Ja. Und kannst du dich da vielleicht an ein konkretes Beispiel erinnern? Ohne jetzt Firmennamen zu nennen.

B: Ja, kann ich mich erinnern. Ja.

A: Mhm. Und was ist da passiert?

B: Ja, da ist es um ein Qualitätsthema gegangen und letztendlich hat sich herausgestellt, dass dieses Qualitätsthema ja nicht nur von denen, sondern auch von uns verursacht worden ist.

A: Mhm. Aber ihr habt letzten Endes eher eine gute Einschätzung von dem Unternehmen, von dem Lieferanten, gehabt?

B: Genau. Genau.

A: Mhm. Ok. Und wie würdest du sagen, war die Beziehung zu dem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde?

B: Ähm, ja, grundsätzlich gut.

A: Mhm. Gut. Ok. Und als welche Art von Beziehung würdest du sie beschreiben? Ist das schon eine langjährige Beziehung? Eine starke Beziehung oder eher eine schwächere Beziehung?

B: Das ist eine eher schwächere Beziehung gewesen.

A: Mhm. Ok. Und welche Emotionen hat die Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde bei dir ausgelöst?

B: Mhm. Also ich würde sagen, dass das sehr emotional war.

A: Mhm. Mhm. Ok. Und ich würde dir jetzt ein paar Emotionen vorlesen und du müsstest mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs, was da am ehesten zugetroffen hat.

B: Ja. Mhm.
A: Eins wäre überhaupt nicht.
B: Bitte?
A: Eins wäre überhaupt nicht, also du hast die Emotion gar nicht erlebt und sechs wäre dann sehr viel. Und du kannst aber auch alles dazwischen nehmen.
B: Aha. Ok.
A: Ok. Dann hätten wir erfreulich?
B: Äh, also würde ich jetzt eins sagen. War nicht erfreulich, ja. Wenn ich das jetzt richtig verstanden habe.
A: Genau, ja. Eins. Mhm. Ok. Glückliche?
B: Wie?
A: Glückliche?
B: Glückliche?
A: Ja.
B: Nein. Also auch eins.
A: Ok. Stolz?
B: Ähm, würde ich jetzt drei sagen.
A: Ja. Freundliche Gefühle?
B: Mh, zwei.
A: Ja. Geschätzt fühlen?
B: Ähm, auch zwei.
A: Ja. Aufmerksam?
B: Würde ich vier sagen.
A: Mhm. Aktiv?
B: Würde ich fünf sagen.
A: Ja. Interessiert?
B: Würde ich auch fünf sagen.
A: Mhm. Aufgebracht?
B: Würde ich vier sagen.
A: Mhm. Wütend?
B: Äh, zwei.
A: Ja. Traurig?
B: Drei.
A: Mhm. Schlechter Laune?
B: Würde ich zwei sagen.
A: Ja. Verärgert?
B: Wie?
A: Verärgert?
B: Würde ich vier sagen.
A: Mhm. Nervös?
B: Auch vier.
A: Ja. Besorgt?
B: Wie?
A: Besorgt?
B: Würde ich fünf sagen.

1 erfreulich	_4_ aufmerksam	_3_ traurig
1 glücklich	_5_ aktiv	_2_ schlechter Laune
3 stolz	_5_ interessiert	_4_ verärgert
2 freundliche Gefühle	_4_ aufgebracht	_4_ nervös
2 geschätzt fühlen	_2_ wütend	_5_ besorgt

A: Mhm. Ok. Das waren jetzt schon recht viele Emotionen. Hast du noch etwas anderes dabei empfunden?

B: Nein, also das war schon ausreichend.

A: Ok. Ist eh alles abgedeckt.

B: Ja. Genau. So ist es.

A: Und hat die Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde die Verbundenheit oder die Beziehung zu dem Unternehmen verändert?

B: Ähm, hat sie verändert. Ja.

A: Mhm. Und in welcher Art und Weise?

B: Ah, indem man genauer miteinander umgegangen ist. Exakter geschaut hat sozusagen.

A: Mhm. Ok. Und kann man da vielleicht sagen, dass sie sich verstärkt hat oder ein bisschen abgeschwächt dadurch?

B: Eher verstärkt, ja.

A: Eher verstärkt. Mhm.

B: Mhm.

A: Und warum war das so? Kannst du das sagen?

B: Ähm, weil man besser verstanden hat, was die Anforderungen des anderen sind. Oder die Möglichkeiten des anderen sind.

A: Mhm, mhm. Ok. Und wie lange besteht die Beziehung schon?

B: Ma, das kann ich jetzt schwer sagen. Also sicher fünf Jahre oder acht Jahre oder so. In der Richtung auf jeden Fall.

A: Mhm. Mhm. Und kannst du vielleicht kurz die Entwicklung beschreiben? Ist da schon öfters was vorgefallen, war das das erste Mal?

B: Also ich glaube, dass das ... also eher weniger ... also eher weniger Vorfälle gewesen sind. Aber im Detail weiß ich es jetzt nicht.

A: Mhm. Ok. Und welche Bedeutung hat für dich das Auftreten der Beschwerde gehabt? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn sehr große Bedeutung.

B: Ja, für das Unternehmen gesehen, hat es Bedeutung vier gehabt, sage ich einmal. Eher weniger.

A: Vier. Mhm. Ok. Gut. Dann bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Und zwar dein Alter bitte?

B: 46.

A: Ja. Geschlecht ist klar, männlich. Was ist dein höchster Schulabschluss?

B: Die Handelsakademie.

A: Mhm. Und welche Funktion genau bekleidest du im Unternehmen?

B: Ich bin der kaufmännische Leiter von Hueck Folien.

A: Mhm. So. Na, das wär's dann eigentlich auch schon gewesen. Na, auf jeden Fall vielen Dank. Du hast mir wirklich sehr geholfen, ja.

B: Bitte.

A: Tschüss.

B: Tschüss.

Fragebogennummer: 25

Datum: 11.09.2009

Dauer: 00:10:18

A= Interviewer

B= Respondent

A: Also es geht, wie gesagt, um Beschwerden oder Probleme mit Ihren Lieferanten. Können Sie sich da an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten dann zu einer guten Einschätzung des beteiligten Unternehmens geführt hat?

B: Pff. Ja, freilich gibt es dann irgendwo, sage ich einmal, auch Lösungen dafür, nicht? Wenn das irgendwo auftritt, musst du das ansprechen, an und für sich meistens über den Außendienst der Firma. Man versucht dann irgendwo eine Lösung zu finden, was man auch, ja, größtenteils dann irgendwo erreicht an und für sich, aber, ja, hin und wieder geht es halt auch nicht. Das ist halt die andere Geschichte.

A: Mhm. Ja, na ist klar. Können Sie sich da vielleicht an einen konkreten Fall erinnern, wo Sie dann eine gute Einschätzung gehabt haben?

B: Na ja, so viele Beschwerden haben wir im Moment auch nicht tagtäglich, dass ich mich irgendwo über was beschwere, Beschwerden durchführe. Aber ja ...

A: Mhm. Ja, sonst denken Sie einfach an irgendeinen Fall, der irgendwann in der Vergangenheit passiert ist.

B: Ja.

A: Und wie würden Sie sagen, war die Beziehung zu dem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde?

B: Na, wie gesagt, wir haben unsere Geschäftspartner, mit denen wickeln wir das ab. Wenn etwas nicht passt, wie gesagt, wenn eine Beschwerde irgendwo einlangt wegen einer, was weiß ich, einer kaputten Lieferung oder wegen irgendeinem anderen Detail, wird das über den Außendienst eh meistens dann abgewickelt die Beschwerde. Ja, wie gesagt, so, dass es eben dann eine Beschwerde gibt, dass du jetzt bei dieser Firma nichts mehr bestellst, das kannst du eh fast nicht, weil im Waldviertel oder weiß ich nicht zum Beispiel hast du nicht die große Auswahl, sage ich einmal, als wie in vielleicht Wien oder sonst wo. Das heißt, du versuchst das eh irgendwie wieder hinzubiegen mit dem Außendienst, nicht? Hin und wieder, ja, muss man halt ... ist man halt dann zum Schluss zufrieden, was der angeboten hat und hin und wieder ist man nicht zufrieden, sage ich einmal, nicht? Ja, das Problem ist eher dann hin zum Endkunden, wenn man eine Beschwerde hat, ob der dann zufrieden ist, weil wenn der jetzt das so ausgemacht hat und er will das jetzt haben und er bekommt das aber nicht, weil die Firma einen Fehler macht, die Industrie oder so, kannst du nur versuchen, das dann im Guten ... eine gute Lösung dem Kunden anzubieten. Ob der dann schlussendlich zufrieden ist, ja, das ist schwierig dann das auch zu erfahren, sage ich einmal.

A: Mhm. Mhm. Also von Ihnen aus gesehen, ist die Beziehung dann eher gut zu anfangs gewesen?

B: Ja. Und versucht hat man es, wie gesagt, momentan gibt es auch Firmen, wo es eher, ja, Beschwerden oder wo einfach das ganze Service nicht passt. Das ist natürlich auch ... da muss man ein bisschen Geduld haben an und für sich, weil da haben sich zum Beispiel, was weiß ich, zwei Firmen haben sich fusioniert. Das geht momentan nicht wirklich. Und ich meine, ja, ich meine, das ist eben die Frage, wie das weitergeht, aber das können wir eh nicht entscheiden, nicht? Man versucht halt dann, wenn ein Kunde

dasteht, vielleicht über eine andere Industrie da auszuweichen oder so, ja. So läuft an und für sich die Geschichte, sage ich einmal.

A: Mhm. Ja. Ok. Und welche Emotionen hat die Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Ja, pff, ja, so wie es bei uns ist, ist sowieso, was weiß ich ... Baubranche ist bis März eher leichter. Und so wie es jetzt ist, ist es Stress pur, darum komme ich zu nichts. Wenn dann noch Beschwerden oder so Reklamationen sind, dann sage ich einmal, hält das noch zusätzlich natürlich noch auf und bringt zusätzlich dann natürlich noch vom Zeitfaktor her dich ans Limit an und für sich, nicht?

A: Mhm. Mhm. Ja, na ist klar. Ich würde Ihnen trotzdem ein paar Emotionen vorlesen und Sie müssten mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs, was am besten zugefallen hat. Also eins wäre Sie haben die Emotion gar nicht erlebt und sechs wäre sehr viel. Sie können auch alles dazwischen nehmen.

B: Eine kurze Zwischenfrage. Wie lange dauert das, weil, wie gesagt, ich will da jetzt nicht eine Viertelstunde am Telefon verbringen.

A: Ja, ja. Na, ich würde sagen, circa fünf Minuten wird es noch dauern.

B: Ok. Gut.

A: Ok. Ich hätte da als Emotion erfreulich? Also eins ist überhaupt nicht und sechs ist sehr viel.

B: Ja. Zwei.

A: Ja. Glücklich?

B: Bitte?

A: Glücklich?

B: Pff, drei.

A: Ja. Stolz?

B: Bitte?

A: Stolz?

B: Ich verstehe Sie nicht. Noch einmal.

A: Stolz? Waren Sie stolz dabei?

B: Was meinen Sie mit stolz?

A: Also haben Sie die Emotion stolz empfunden während der Beschwerde?

B: Ich verstehe die Frage nicht.

A: Also es gab die Beschwerde und haben Sie die Emotion stolz dabei empfunden? Also waren Sie stolz dabei?

B: Warum soll ich stolz sein, wenn ich jetzt eine Beschwerde habe, warum soll ich da stolz darauf sein? Das verstehe ich nicht.

A: Also überhaupt nicht sozusagen?

B: Nein. Also wieso soll ich stolz sein, wenn ich eine Beschwerde habe. Das verstehe ich jetzt nicht die Frage.

A: Dann hätte ich freundliche Gefühle?

B: Nein, überhaupt nicht, nein.

A: Mhm. Also auch eins. Haben Sie sich geschätzt gefühlt?

B: Teils, ja.

A: Mhm. Was für eine Zahl würden Sie eher sagen

B: Ja. Nehmen wir drei, ja. Mittelmaß.

A: Ja. Ja. Waren Sie aufmerksam dabei?

B: Ja, schon. Selbstverständlich. Also ist das dann wieder eins oder sechs?

A: Sechs. Sechs ist sehr viel, ja. Genau. Waren Sie aktiv dabei?

B: Ja, schon.

A: Ja. Auch sechs oder ...?

B: Ja.
A: Ja. Interessiert?
B: Bitte?
A: Waren Sie interessiert dabei?
B: Ich höre Sie ganz schlecht. Ich weiß nicht, ich verstehe die Hälfte nicht.
A: Oje. Waren Sie interessiert dabei?
B: Ja, selbstverständlich. Ja. Sechs.
A: Ja. Auch sechs. Aufgebracht?
B: Ja, teils. Drei.
A: Mhm. Wütend?
B: Nein, eher nicht. Zwei.
A: Zwei. Ok. Traurig?
B: Nein, traurig macht mich das nicht. Eins, ja.
A: Ja. Schlechter Laune?
B: Eins. Auch nicht.
A: Ja. Verärgert?
B: Verärgert kann man schon sagen, zwei, also kann man schon sein, vier. Ja.
A: Ja. Nervös?
B: Nein, braucht man nicht sein. Zwei.
A: Ja. Besorgt?
B: Bitte?
A: Besorgt?
B: Besorgt. Na, drei.

2 erfreulich	_6_ aufmerksam	_1_ traurig
3 glücklich	_6_ aktiv	_1_ schlechter Laune
1 stolz	_6_ interessiert	_4_ verärgert
1 freundliche Gefühle	_3_ aufgebracht	_2_ nervös
3 geschätzt fühlen	_2_ wütend	_3_ besorgt

A: Ja. Ok. Das waren jetzt schon viele Emotionen. Haben Sie noch irgendwelche anderen empfunden?
B: Nein, weil, pff, ja ...
A: Da ist eh schon alles abgedeckt.
B: Ja, eigentlich schon.

A: Ja. Und hat die Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Beziehung zu dem Unternehmen verändert?
B: Nein, nicht wirklich.
A: Mhm. Also ist ganz gleich geblieben?
B: Abgesehen von der Arbeit, wenn irgendwo Probleme auftreten, versucht man die zu lösen und ja, wie gesagt, so gut als möglich ist, macht man das Ganze und ja, irgendwo gehört das dazu, weil eine Firma ohne Beschwerden wird es nicht geben wahrscheinlich.

A: Mhm. Ja, ja, ist verständlich. Und warum war das so? Warum ist das neutral geblieben? Einfach weil das dann gelöst worden ist?
B: Ja, freilich. Die Beschwerde ist da und da muss man das Beste daraus machen und letztendlich den Kunden dann zufrieden stellen beziehungsweise dann mit der Firma etwas aushandeln, dass man nicht selber sitzenbleibt dann darauf.

A: Mhm. Genau. Und wie lange besteht die Beziehung schon?
B: Was für eine Beziehung?
A: Zu dem Unternehmen, wo es die Beschwerde gegeben hat.
B: Normalerweise ist das schon eine langjährige Beziehung.

A: Mhm. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn sehr große Bedeutung.
B: Na ja, wer ist zufrieden mit einer Beschwerde? Da kann man nicht zufrieden sein. Das ist alles nicht wirklich zufriedenstellend.
A: Mhm. Nein, es geht um die Bedeutung. Welche Bedeutung für Sie diese Beschwerde hatte.
B: Die Beschwerde, ja, einerseits lernt man daraus, wenn es eine Beschwerde irgendwo gibt. Ja, zwei.

A: Ok. Jetzt bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Wie alt sind Sie?
B: Ehrlich, ich meine, ich habe einen Riesenstress. Zu mir kommen noch zwei Leute vor Mittag. Ich muss noch etwas fertig machen.
A: Ja, das sind schon die letzten Fragen. Ja, wirklich. Wie alt sind Sie, wenn ich fragen darf?
B: 35.
A: Ja. Geschlecht ist klar, männlich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?
B: Handelsschule.
A: Mhm. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?
B: Einkauf.
A: Ok. Ja. Das war's dann eigentlich auch schon. Danke, Sie haben mir sehr geholfen. Danke. Wiederhören.
B: Ok.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 26

Datum: 11.09.2009

Dauer: 00:09:37

A= Interviewer

B= Respondent

A: Also grundsätzlich geht es um Erfahrungen mit Beschwerden oder Probleme, die Sie mit Ihren Lieferanten hatten und wie sich das dann auf die Geschäftsbeziehung auswirkt. Können Sie sich da an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems dann zu einer schlechten Einschätzung des beteiligten Unternehmens geführt hat?
B: Das geht jetzt von meinem Lieferanten ...?
A: Genau, genau. Also Sie haben ein Problem oder eine Beschwerde an einen Lieferanten gehabt und Sie haben nachher eine schlechte Einschätzung gehabt von dem Lieferanten.
B: Aha. Nein, habe ich eigentlich nicht gehabt.

A: Mhm. Und vielleicht den umgekehrten Fall, dass Sie dann eine gute Einschätzung hatten? Also dass das dann gut ausgegangen ist?

B: Ja, das schon. Mhm, das ist öfters.

A: Ok. Und können Sie sich da vielleicht an einen konkreten Fall erinnern? Sie müssen keine Firmennamen jetzt nennen.

B: Aha. Na, es sind einige Sachen gewesen, wo es auch dann Probleme gegeben hat und die waren dann trotzdem kulant und haben das noch ...

A: Mhm. Ok. Und wie würden Sie sagen, war die Beziehung zu dem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde?

B: Na, ich habe die vorher schon ausgewählt. Also es gibt ja ziemlich viele Großhändler da in unserem Bereich und ich habe mir eigentlich die drei genommen, wo das Gefühl her ... also wo ich es vom Gefühl her gehabt habe, dass da die beste Kundenbeziehung und beziehungsweise die beste Firmenbeziehung daraus werden kann, nicht? Mit den anderen habe ich jetzt ja gar keinen Kontakt mehr.

A: Ja. Mhm. Ok. Also das heißt in dem konkreten Fall, wenn wir wieder ausgehen von dem konkreten Fall, dass Sie eine gute Einschätzung hatten, war die Beziehung vorher auch gut.

B: Ja. Ganz genau so. Mhm.

A: Ok. Und als welche Art von Beziehung würden Sie sie beschreiben? Ist das schon eine langjährige Beziehung? Eine stärkere Beziehung?

B: Zehn Jahre. Über zehn Jahre. Mhm.

A: Mhm. Ok. Und welche Emotionen hat die Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Pff, das ist ein ganz ein normaler Arbeitsauftrag, so wie eine Bestellung, gewesen. Also da ist überhaupt kein Unterschied, ob da jetzt Geld dahinter ist oder ob es wo auf Kulanzsachen geht. Also wird auch ganz normal erledigt wie ein Auftrag.

A: Mhm. Also eher emotionslos kann man sagen?

B: Hm. Genau.

A: Ok. Ich würde Ihnen trotzdem ein paar Emotionen vorlesen und Sie müssten mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs, was am besten zutrifft.

B: Mhm.

A: Eins wäre dann überhaupt nicht, Sie haben die Emotion gar nicht empfunden und sechs wäre sehr viel. Sie können auch alles dazwischen nehmen.

B: Mhm.

A: Und zwar erfreulich?

B: Ah. So, wie gehört das jetzt? Also ob die Kulanzgeschichte jetzt erfreulich war für mich?

A: Genau, genau.

B: Ja, ja. Das war einmal ein Einser.

A: Ok. Also eins ist überhaupt nicht.

B: Achso. Sechs ist dann ...

A: Sechs ist dann sehr viel.

B: Das funktioniert nicht nach dem Schulnotensystem.

A: Sechs ist dann sehr viel, ja. Also würden Sie eher sagen sechs dann?

B: Ja.

A: Ja. Glückliche?

B: Also das war erfreulich oder?

A: Erfreulich war das jetzt, ja. Und jetzt wäre glücklich.

B: Irgendwie verstehe ich die Fragestellung so in dem Zusammenhang nicht. Also ...

A: Na, haben Sie die Emotion ... also waren Sie glücklich dabei? Während der Beschwerde eben? Haben Sie diese Emotion empfunden?

B: Also dieses erfreulich, diese Worte da ... Die warten darauf, dass ... wenn ich das erledigen muss oder dass es da irgendeine Sache gibt, dass es einfach erledigt wird ohne dass man da glücklich oder sonst irgendwas ist. Das ist einfach normale Arbeit.

A: Mhm. Ja. Na, ich muss das leider fragen. Das gehört nun mal dazu und das ist halt so auszufüllen. Das tut mir leid. Ja.

B: Ok.

A: Sie müssten mir nur die Zahl sagen, die halt am Besten zutrifft. Wenn Sie das gar nicht empfunden haben, dann können Sie einfach sagen eins, und das passt. Also Sie ... Das ist gar nicht ...

B: Ok.

A: Also erfreulich war sechs.

B: Mhm.

A: Und glücklich würden Sie eher sagen eins?

B: Mhm.

A: Mhm. Dann hätte ich stolz? Also waren Sie stolz dabei?

B: So. Eins ist jetzt wieder gut? Ah, eins ist ...?

A: Eins ist überhaupt nicht.

B: Mhm. Ja.

A: Also eins?

B: Machen wir vier.

A: Vier?

B: Vier. Mhm.

A: Ja. Mhm. Ok. Freundliche Gefühle?

B: Freundliche Gefühle. Ja, das waren sie. Also auch wieder vier.

A: Ja. Haben Sie sich geschätzt gefühlt?

B: Eher nicht. Also zwei.

A: Mhm. Aufmerksam?

B: Aufmerksam, ja. Würde ich fünf geben.

A: Ja. Aktiv?

B: Vier.

A: Ja. Interessiert?

B: Mhm. Fünf.

A: Ja. Aufgebracht?

B: Nein. Eins.

A: Eins?

B: Eins. Mhm.

A: Ja. Wütend?

B: Eins. Ich war nicht wütend.

A: Ja. Traurig?

B: Auch nicht. Eins.

A: Ja. Schlechter Laune?

B: Bester oder schlechter?

A: Schlechter Laune?

B: Schlechter Laune. Drei.

A: Ja. Verärgert? Bitte? Was war das für eine Zahl?

B: Eins.

A: Eins. Ja. Nervös?

B: Auch nicht. Eins.

A: Ja. Besorgt?

B: Das habe ich jetzt wieder nicht gehört.

A: Besorgt?

B: Besorgt.

A: Ja.

B: Nein. Zwei.

6 erfreulich

5 aufmerksam

1 traurig

1 glücklich

4 aktiv

3 schlechter Laune

4 stolz

5 interessiert

1 verärgert

4 freundliche Gefühle

1 aufgebracht

1 nervös

2 geschätzt fühlen

1 wütend

2 besorgt

A: Ja. Mhm. Also das waren jetzt schon viele Emotionen. Haben Sie noch andere empfunden?

B: Ah, pff, wenn so was passiert, ist es eher das, dass das eine zusätzliche Arbeit ist, die man nicht eingeplant hat. Dass man sagt, das ist ein zusätzlicher Aufwand. Wenn das halt gerade in einem Moment ist, wo man keine Zeit hat, dann ist es halt blöd, nicht?

A: Mhm. Mhm. Na, ist klar, ja. Und hat die Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Beziehung zu dem Unternehmen verändert?

B: Eher positiv, ja.

A: Eher positiv. Also kann man sagen, sie hat sich verstärkt dadurch?

B: Mhm. Genau.

A: Mhm. Und warum war das so? Warum hat sich die Beziehung verstärkt? Können Sie das sagen?

B: Ja, weil einfach ... wie soll ich sagen? In unserer modernen Zeit ist es nicht selbstverständlich, dass da eine Kundenbeziehung so geschätzt wird.

A: Mhm, mhm. Das heißt, man fühlt sich sozusagen anerkannt durch den anderen?

B: Ja, genau. Genau. Mhm.

A: Mhm. Gut. Und wie lange besteht die Beziehung schon?

B: Seit zehn Jahren.

A: Mhm. Und können Sie kurz die Entwicklung beschreiben? Hat es da schon öfters irgendwelche Vorfälle gegeben? Oder war da eigentlich nie irgendetwas?

B: Ah, es hat dazwischen einmal eine Zeit gegeben, so vor sieben, acht Jahren, da war die Sache eher schwieriger. Da ist es sogar durch verschiedene Hände gegangen. Also da war offenbar diese Reklamation/Beschwerdenstelle überlastet. Das ist einfach jetzt aufgestockt worden, also da dürfte es offenbar Kundenkontakt gegeben haben, da ist diese Beschwerdenstelle eigentlich um 200 % mehr geworden. Also da sind aus einer Person oder zwei Personen, sind, glaube ich, vier oder fünf da drinnen. Und jetzt läuft das tadellos.

A: Aha. Jetzt funktioniert alles sozusagen, ja?

B: Mhm.

A: Mhm. Und können Sie sagen welche Bedeutung für Sie das Auftreten der Beschwerde hatte? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn sehr große Bedeutung.

B: Machen wir acht.

A: Acht. Mhm. Dann bräuchte ich noch als Abschluss ein paar demografische Informationen. Wie alt sind Sie?
B: 37.
A: Bitte?
B: 37.
A: 37. Ja. Geschlecht ist klar, männlich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?
B: Matura. HTL.
A: Mhm. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?
B: Ich bin der Firmeninhaber.
A: Mhm. Ok.
B: Ein-Personen-Firma.
A: Genau. Ok. Also Danke. Das wär's dann eigentlich auch schon gewesen. Vielen Dank, dass Sie sich Zeit genommen haben. Danke. Wiederhören.
B: Bitte. Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 27
Datum: 14.09.2009
Dauer: 00:10:10

A= Interviewer
B= Respondent

A: Können Sie sich an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten dann zu einer schlechten Einschätzung des beteiligten Unternehmens geführt hat?
B: Sicher, ja. Kann ich.
A: Mhm. Ja. Und könnten Sie das vielleicht ein bisschen ausführen, was da passiert ist? Ohne jetzt auf Firmennamen einzugehen.
B: Ja. Reklamationsabwicklungen zum Beispiel im Garantiefall, die zuerst schleppend erledigt werden, schleppend bis gar nicht erledigt werden und wenn dann die Ware so wie vereinbart endlich bei der ausliefernden Firma wieder zurück ist, dann passiert zwei Monate nichts. Das heißt, du hörst nichts, du musst reklamieren, was ist eigentlich passiert etc. etc. Das ist so ein klassischer Fall. Irgendwann, wenn dir das ein- oder zweimal passiert, dann schaust du, dass du um den Lieferanten einen Bogen machst.
A: Ja. Ok. Mhm. Natürlich. Und da hat man dann halt auch eine schlechte Einschätzung?
B: Natürlich, ja. Schlechte Einschätzung heißt, es gibt Lieferanten, die kann man fast nicht aus der ... quasi aus der Lieferantenliste streichen. Ah, dann gibt es wieder welche, ja, wenn die Einschätzung schlecht ist, dann gibt es ihn quasi nicht mehr.

A: Natürlich, das ist klar. Mhm. Ok. Stellen Sie sich jetzt einmal einen konkreten Fall vor.
B: Mhm.
A: Und wie würden Sie sagen, war die Beziehung zu diesem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde?
B: Neutral.
A: Neutral.

B: Also relativ ... wenn ich jetzt diesen konkreten Fall nehme, von dem ich jetzt gesprochen habe, war ein relativ neuer Lieferant von uns, dem steht man zuerst einmal neutral gegenüber.

A: Mhm. Ok. Und als welche Art von Beziehung würden Sie sie beschreiben? Also Sie haben gesagt, das war eher ein neuerer Lieferant?

B: Ja.

A: Ok. Also dann ist da noch nicht so eine Beziehung aufgebaut?

B: So ist es.

A: Ok. Und welche Emotionen hat die Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Mein Gott, Emotionen, ... ah, Emotionen ... grantig ist man. Grantig ist man, wenn es nicht funktioniert, nicht? Also das ist Abneigung, Ärger, irgendsowas, nicht? Unnötig. Man möchte das erledigt haben und das erledigt sich nicht.

A: Ja. Ja, ist klar. Ich würde Ihnen jetzt trotzdem ein paar Emotionen vorlesen und Sie müssten mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs, was am besten zugetroffen hat.

B: Mhm. Mhm.

A: Also die Frage ist dieselbe. Die Emotion in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde. Und eins wäre dann überhaupt nicht, Sie haben die Emotion gar nicht erlebt und sechs wäre sehr viel. Sie können auch alles dazwischen sagen.

B: Mhm.

A: Also die erste Emotion wäre erfreulich?

B: Also wir gehen jetzt von dieser Beschwerde, die ich da genannt habe und die bearbeitet wurde aus?

A: Genau. Mhm.

B: Da kann erfreulich ja kaum der Fall sein, nicht? Eine schlecht bearbeitete Beschwerde kann nicht erfreulich sein. Gut, standardisierter Fragebogen. Ist mir egal, geht mich nichts an. Äh, fünf.

A: Ja. Mhm. Ah, fünf wäre dann viel. Also eins wäre überhaupt nicht.

B: Also gar nicht erfreulich. Da müsste ich jetzt in dem Fall sagen ... sagen wir eins oder zwei.

A: Genau.

B: Nehmen Sie eins, ich kenne mich schon aus.

A: Genau. Mhm. Genau. Glückliche?

B: Eins.

A: Ja. Stolz?

B: Stolz?

A: Stolz. Ja, genau.

B: Drei.

A: Ja. Freundliche Gefühle?

B: Eins.

A: Ja. Geschätzt fühlen?

B: Sich geschätzt fühlen. Zwei.

A: Ja. Waren Sie aufmerksam dabei?

B: Ob ich aufmerksam war dabei?

A: Ja.

B: Bei der Beschwerdebearbeitung?

A: Mhm.

B: Na ja, natürlich. Das ist in dem Fall sechs. Gerade wenn es um Beschwerden geht.

A: Ja. Genau. Aktiv?

B: Fünf.
A: Ja. Interessiert?
B: Fünf.
A: Ja. Aufgebracht?
B: Vier.
A: Ja. Wütend?
B: Habe ich nicht verstanden.
A: Wütend?
B: Bittend?
A: Wütend?
B: Wütend. Mein Gott, drei.
A: Ja. Traurig?
B: Traurig. Überhaupt nicht. Das ist in dem Fall eins.
A: Mhm. Schlechter Laune?
B: Bester Laune überhaupt nicht.
A: Nein. Schlechter Laune?
B: Bitte?
A: Schlechter Laune?
B: Bester Laune. Das wäre eins.
A: Nein, nicht bester Laune, sondern schlechter Laune?
B: Schlechter Laune. Das mit der Freisprechanlage, damit Sie schreiben können, ist nicht einfach.
A: Ja. Das tut mir leid, ja.
B: Aber sonst können Sie nicht schreiben.
A: Ja, genau. Genau.
B: Na, schlechter Laune. Ah, mein Gott, fünf.
A: Mhm.
B: Also das ist zutreffend jetzt wieder, nicht?
A: Ja, ja, genau.
B: Ja. Passt schon.
A: Verärgert?
B: Verärgert. Ja. Fünf.
A: Ja. Nervös?
B: Zwei.
A: Ja. Besorgt?
B: Drei.

1 erfreulich	_6_ aufmerksam	_1_ traurig
1 glücklich	_5_ aktiv	_5_ schlechter Laune
3 stolz	_5_ interessiert	_5_ verärgert
1 freundliche Gefühle	_4_ aufgebracht	_2_ nervös
2 geschätzt fühlen	_3_ wütend	_3_ besorgt

A: Mhm. Ok. Das waren jetzt schon viele Emotionen. Haben Sie noch andere empfunden?
B: Gibt es noch welche? Nein, keine anderen.

A: Nein, ist eh verständlich. Ja. Und hat die Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Beziehung zu dem Unternehmen verändert?
B: Natürlich.
A: Ja. Und in welcher Weise?

B: Ja, man versucht den Kontakt zu diesem Unternehmen zu verringern. In jeder Art, also, wenn es jetzt um eine Geschäftsbeziehung geht, wird der weniger Geschäft mit uns machen, wenn das nicht funktioniert.

A: Mhm. Also man könnte sagen, sie hat sich abgeschwächt die Beziehung?

B: Ja.

A: Mhm. Und können Sie mir sagen, warum das so war? Warum hat sich die abgeschwächt?

B: Na ja, das ergibt sich eigentlich aus den gestellten Fragen. Wenn es Probleme in einer Beschwerde-, Reklamationsabwicklung wie auch immer gibt und man kommt los von diesem Geschäftspartner wird man schauen, dass man die Kontakte, welcher Art auch immer, seien es jetzt Einkäufe oder weiß der Kuckuck was auch immer zurückfährt, um den Problemen zu entgehen, nicht?

A: Mhm, mhm. Ok. Und wie lange besteht die Beziehung schon? Also in dem konkreten Fall?

B: Zu dem Unternehmen? Von dem Sie ... von dem ich jetzt im Konkreten spreche?

A: Genau. Genau.

B: Pff, zwei Jahre.

A: Mhm. Und können Sie kurz die Entwicklung beschreiben? Hat es da schon öfters irgendwelche Vorfälle gegeben oder noch nie?

B: Ja, ja.

A: Hat es schon öfters was gegeben?

B: Es war bekannt, wie wir mit dem Lieferanten begonnen haben, dass die nicht ... Also die gab es öfters schon. Ja.

A: Mhm. Aha. Ok. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde, wieder in dem konkreten Fall? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn sehr große Bedeutung. Was würden Sie da eher sagen? Haben Sie mich verstanden?

B: Ich höre nichts mehr.

A: Oje. Wir waren bei der Bedeutung.

B: ... gesagt.

A: Bitte?

B: Ich habe sieben gesagt. Das war mein letztes Wort.

A: Aha, ok. Das habe ich jetzt nicht gehört. Tut mir leid. Ok, sieben. Dann bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Wie alt sind Sie?

B: 51.

A: Ja. Geschlecht ist klar, männlich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Ich höre wieder nichts.

A: Was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Moment. Also das Letzte, was ich gehört habe, war, wie alt sind Sie. Das habe ich beantwortet.

A: Genau. Genau. Und die nächste Frage war dann, was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Universität.

A: Mhm. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?

B: Geschäftsführer.

A: Mhm. Ok. Danke. Das war's dann auch schon. Sie haben mir sehr geholfen. Danke, dass Sie sich Zeit genommen haben. Ja. Danke. Wiederhören.

B: Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 28

Datum: 14.09.2009

Dauer: 00:07:40

A= Interviewer

B= Respondent

A: Können Sie sich an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten dann zu einer guten Einschätzung des beteiligten Unternehmens geführt hat?

B: Mhm. Ja, natürlich, wegen der Reklamationserledigung.

A: Mhm. Und können Sie da vielleicht ein konkretes Beispiel nennen, was da genau passiert ist? Ohne auf Firmennamen einzugehen.

B: Ja, zum Beispiel ... Die Firma Haro zum Beispiel. Wenn es da ein Problem gibt mit Parkettboden, da kommt dann persönlich einer und repariert den Boden zum Beispiel.

A: Mhm. Mhm. Ok. Und Sie haben dann eine gute Einschätzung gehabt selbstverständlich?

B: Ja, genau. Weil das dann so gut klappt.

A: Mhm. Ok. Dann bleiben wir vielleicht bei dem konkreten Beispiel. Wie würden Sie sagen, war die Beziehung zu dem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde?

B: Sowieso sehr gut, ja.

A: Mhm. Sehr gut, ok. Und als welche Art von Beziehung würden Sie sie beschreiben? Ist das eine langjährige Beziehung? Eine starke Beziehung?

B: Auf jeden Fall.

A: Mhm. Ok. Und welche Emotionen hat die Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Hm, na ja, am Anfang ... Einen kleinen Moment, bitte.

A: Ja.

B: Hallo?

A: Ja.

B: Ja, na, am Beginn, ja, sicher ärgert man sich darüber, aber durch das, weil das immer so gut geklappt hat ...

A: Mhm. Ist man nachher irgendwie schon erlöst?

B: Ja, ja, genau.

A: Ich würde Ihnen trotzdem ein paar Emotionen vorlesen und Sie müssten mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs, was am besten zugetroffen hat.

B: Mhm. Mhm.

A: Eins wäre überhaupt nicht, also Sie haben die Emotion gar nicht empfunden und sechs wäre sehr viel. Sie können auch alles dazwischen nehmen.

B: Mhm.

A: Ok. Die erste Emotion wäre erfreulich? Haben Sie mich verstanden?

B: Ja, ja.

A: Ja? Die erste Emotion wäre erfreulich. Also welche Zahl würden Sie da eher nehmen?
 B: Fünf.
 A: Ja. Glücklich?
 B: Mh. Drei.
 A: Drei. Ja. Stolz?
 B: Nein, das hat eigentlich mit dem ... Nein, eins.
 A: Mhm. Freundliche Gefühle?
 B: Drei.
 A: Ja. Geschätzt fühlen?
 B: Bitte?
 A: Geschätzt fühlen?
 B: Ich habe Sie immer noch nicht verstanden.
 A: Haben Sie sich geschätzt gefühlt dabei?
 B: Achso. Nein, das eigentlich ... Na ja, eigentlich schon, ja. Ah, vier.
 A: Mhm. Vier. Ok. Aufmerksam?
 B: Fünf.
 A: Ja. Aktiv?
 B: Fünf.
 A: Ja. Interessiert?
 B: Fünf.
 A: Mhm. Aufgebracht?
 B: Am Anfang sicher, ja. Sechs.
 A: Mhm. Ja. Wütend?
 B: Bitte?
 A: Wütend?
 B: Nein, das nicht. Eins.
 A: Mhm. Traurig?
 B: Eins.
 A: Mhm. Schlechter Laune?
 B: Eins.
 A: Ja. Verärgert?
 B: Mh, vier.
 A: Ja. Nervös?
 B: Eins.
 A: Mhm. Besorgt?
 B: Bitte?
 A: Besorgt?
 B: Ah, vier.

5 erfreulich	_5_ aufmerksam	_1_ traurig
3 glücklich	_5_ aktiv	_1_ schlechter Laune
1 stolz	_5_ interessiert	_4_ verärgert
3 freundliche Gefühle	_6_ aufgebracht	_1_ nervös
4 geschätzt fühlen	_1_ wütend	_4_ besorgt

A: Vier. Ja. Mhm. Also das waren jetzt schon viele Emotionen. Haben Sie noch andere empfunden?
 B: Wüsste ich jetzt nichts als wie die.

A: Ok. Und hat diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Beziehung zu dem Unternehmen verändert?

B: Nein, nicht wirklich. Nur, wir wissen halt jetzt, dass da alles funktioniert.

A: Mhm. Also, dass das dann gelöst wird sozusagen?

B: Mhm, genau.

A: Mhm. Also es hat sich gar nicht verändert? Ja.

B: Mhm.

A: Und warum war das so? Können Sie das irgendwie sagen?

B: Ah, na ja, da hat es halt Probleme mit dem Boden selbst gegeben und natürlich der Lieferant hat zuerst gemeint, na, wahrscheinlich hat da der Kunde schuld und dann der Kunde, nein, der hat keine Schuld und ist aber dann gelöst worden.

A: Mhm. Mhm. Also das Problem ist sozusagen anerkannt worden?

B: Mhm.

A: Mhm. Und können Sie sagen, wie lange die Beziehung zu dem konkreten Unternehmen schon besteht?

B: Pfuh, ich würde schätzen, 20 Jahre.

A: Mhm. Ok. Und können Sie kurz die Entwicklung der Beziehung beschreiben? Hat es da schon öfters Vorfälle gegeben oder war da eh noch nie etwas?

B: Mh, na ja, so kleine Sachen gibt es schon immer. Aber nicht wirklich etwas Grobes.

A: Mhm. Ok. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn sehr große Bedeutung.

B: Mhm, ja, an und für sich schon eine große Bedeutung. Eben durch das, weil wir jetzt wissen, dass das funktioniert.

A: Mhm. Können Sie vielleicht eine Zahl sagen, was eher zutrifft?

B: Ah, ja, zehn.

A: Zehn. Mhm. Ok. Dann bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Wie alt sind Sie?

B: 31.

A: Mhm. Geschlecht ist klar, männlich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Ah, Handelsschule.

A: Mhm. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?

B: Einkauf, Verkauf, Lagerbuchhaltung, EDV-Vertretung.

A: Mhm. Ok. Ja. Danke. Das wär's dann auch schon gewesen. Sie haben mir sehr weitergeholfen. Danke, dass Sie sich Zeit genommen haben. Danke. Wiederhören.

B: Gut. Bitte. Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 29

Datum: 17.09.2009

Dauer: 00:07:27

A= Interviewer

B= Respondent

A: Können Sie sich an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten dann zu einer schlechten Einschätzung des beteiligten Unternehmens geführt hat?

B: Dann zu einer schlechten Einschätzung des Unternehmens geführt hat. Das heißt des Lieferanten?

A: Genau. Genau.

B: Natürlich gibt es die.

A: Mhm. Und könnten Sie da vielleicht ein konkretes Beispiel nennen, ohne jetzt auf Firmennamen einzugehen?

B: Natürlich. Nehmen wir jetzt ganz einfach her, Vereinbarungen, die preislicher Natur rühren, die im Vorfeld klar festgemacht sind. Die tatsächliche Abrechnung natürlich nicht dem Vereinbarten entsprach. Das Urgieren nichts brachte. Das heißt, Rechnungen, die vom Lieferanten an uns gelegt wurden, sind falsch und die werden in der ersten Zeit natürlich korrigiert, es wird auf Gutschriften gewartet. So, da sich das Problem nicht löste, lösten wir uns vom Lieferanten. Schlechte Einschätzung. Ende der Durchsage.

A: Mhm. Ja. Mhm. Ok. Also es ist zu einem völligen Abbruch gekommen sozusagen?

B: Genau, zum Beispiel. Ist ein Beispiel.

A: Ok. Und bleiben wir jetzt bei dem konkreten Beispiel. Wie würden Sie sagen, war die Beziehung zu diesem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde?

B: Ja, grundsätzlich in Ordnung.

A: Aha. War in Ordnung. Gut. Und als welche Art von Beziehung würden Sie sie beschreiben? Ist das schon eine langjährige Beziehung? Eine starke Beziehung?

B: Selbstverständlich.

A: Mhm. Und welche Emotionen hat diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Meine persönlichen Emotionen?

A: Ja.

B: Das ist emotional nicht wirklich behaftet. Das sind Dinge, die normaler Ablauf sind. Man lässt einem Lieferanten die Chance, man schmeißt ja das nicht von einem Teil auf den anderen hin, man gibt ihm die Chance, das zu regulieren und Emotionen gibt es da keine drinnen, wenn das nach einer angemessenen Zeit, auch wenn es partnerschaftlich gelaufen ist, nicht funktioniert, dann ist das Thema erledigt. Emotional ist das nicht wirklich besetzt.

A: Mhm. Ok. Ja, genau. Ok. Ich würde Ihnen trotzdem ein paar Emotionen vorlesen, wenn ich darf. Sie müssten mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs, was da am besten zutroffen hat.

B: Mhm.

A: Also eins wäre überhaupt nicht, Sie haben die Emotion überhaupt nicht empfunden und sechs wäre dann sehr viel. Sie können auch alles dazwischen nehmen.

B: Mhm.

A: Die Frage ist dieselbe, wieder in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde. Und zwar hätte ich da als erste Emotion erfreulich?

B: Das habe ich jetzt nicht verstanden. Noch einmal bitte.

A: Die erste Emotion war erfreulich?

B: Mhm. Also würde ich auf vier setzen.

A: Vier. Mhm. Glückliche?

B: Bitte?

A: Glückliche?

B: Ich habe Sie ... ich verstehe Sie so schlecht.

A: Oje. Glücklich?
 B: Ah, glücklich. Drei.
 A: Ja. Mhm. Stolz?
 B: Zwei.
 A: Ja. Freundliche Gefühle?
 B: Vier.
 A: Ja. Geschätzt fühlen?
 B: Sechs ist schlecht, nicht?
 A: Nein, sechs ist sehr viel.
 B: Sechs ist sehr viel, ja. Entschuldigung.
 A: Eins ist überhaupt nicht, ja.
 B: Äh, vier.
 A: Ja. Aufmerksam?
 B: Fünf.
 A: Ja. Aktiv?
 B: Wieder nicht verstanden.
 A: Aktiv?
 B: Aktiv. Ah, drei.
 A: Ja. Mhm. Interessiert?
 B: Ah, vier.
 A: Ja. Aufgebracht?
 B: Zwei.
 A: Ja. Wütend?
 B: Sorry. Nicht verstanden.
 A: Wütend?
 B: Sie sind abgehackt. Ich habe Sie wieder nicht gehört.
 A: Wütend?
 B: Bittend?
 A: Wütend?
 B: Wütend.
 A: Ja, genau.
 B: Ah, zwei.
 A: Mhm. Traurig?
 B: Zwei.
 A: Ja. Schlechter Laune?
 B: Zwei.
 A: Mhm. Verärgert?
 B: Drei.
 A: Ja. Nervös?
 B: Eins.
 A: Mhm. Besorgt?
 B: Zwei.

4 erfreulich	_5_ aufmerksam	_2_ traurig
3 glücklich	_3_ aktiv	_2_ schlechter Laune
2 stolz	_4_ interessiert	_3_ verärgert
4 freundliche Gefühle	_2_ aufgebracht	_1_ nervös
4 geschätzt fühlen	_2_ wütend	_2_ besorgt

A: Mhm. Das waren jetzt schon viele Emotionen. Haben Sie noch irgendwelche anderen empfunden?

B: Nicht wirklich.

A: Ok. Und hat die Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde, wieder in dem konkreten Fall, Ihre Beziehung zu dem Unternehmen verändert?

B: Also nachdem das abgebrochen ist, gab es keine Veränderung, weil im Grunde genommen, die gar nicht möglich wäre, weil dieser Lieferant mit uns keine Beziehung mehr hat.

A: Mhm. Ok. Also es kam zum völligen Abbruch. Und können Sie sagen, warum das so war?

B: Ja, genau aus dem besagten Grund. Weil einfach Dinge, die mehrmals nachgefordert wurden, einfach nicht eingehalten oder nicht nachgereicht wurden und damit ist der völlige Bruch gekommen.

A: Mhm. Mhm. Also man fühlt sich auch nicht anerkannt dadurch sozusagen, ja?

B: So ist es.

A: Und wie lange hat die Beziehung dann bestanden?

B: Wie lange?

A: Ja.

B: Zehn Jahre.

A: Mhm. Und können Sie da kurz die Entwicklung beschreiben? Hat es da öfters Vorfälle gegeben oder war das das erste Mal?

B: Ah, nicht wirklich. Solche Dinge passieren meistens, wenn es zu Führungswechseln kommt. Speziell, wenn andere Personen dann handeln. Meistens dann, dass Leute, die dann an der Spitze stehen, die halt einfach neue Konzepte versuchen aufzulegen, die für die Mitarbeiter dort nicht wirklich motivierend sind und dann passieren diese Fehler.

A: Mhm. Mhm. Ok. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn sehr große Bedeutung.

B: Na ja, das würde ich in der Mitte wo einreihen. Vier. Fünf.

A: Mhm. Vier. Fünf. Ja. Dann bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Und zwar wie alt sind Sie?

B: 40.

A: Ja. Geschlecht ist klar, männlich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Ah, Pflichtschule.

A: Mhm. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?

B: Ich habe die Prokura.

A: Mhm. Ok. Ja. Danke. Das wär's dann auch schon gewesen. Danke, dass Sie sich Zeit genommen haben. Dankeschön. Wiederhören.

B: Viel Erfolg für Ihre Arbeit. Bitte. Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 30

Datum: 17.09.2009

Dauer: 00:09:15

A= Interviewer

B= Respondent

A: Können Sie sich da an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten dann zu einer guten Einschätzung des beteiligten Unternehmens geführt hat?

B: Ja, sicher. Also das sind jetzt mehrere, pfuh, ... also gut ist jede Lösung, wo man sich auf einen, einen, wie soll ich sagen, eine Lösung findet, wo man einen Preisnachlass oder was auch immer bekommt.

A: Mhm. Ja. Könnten Sie da vielleicht einen konkreten Fall nennen ohne irgendwelche Firmennamen zu nennen?

B: Ah, nein, das kommt darauf an, meistens gibt es ja nur Beschwerden, wenn Probleme auftreten. Das heißt, irgendetwas wurde jetzt falsch, zu spät und so weiter geliefert. In dem Fall war es so, dass eine falsche Farbe geliefert wurde und da hat es eben dann einen Preisnachlass gegeben. Das war so bei einem Tuch zum Beispiel.

A: Ja. Ja. Ok. Und Sie hatten danach eine gute Einschätzung sozusagen von dem Lieferanten?

B: Ja, na klar, weil damit hatten wir zumindest das Problem gelöst und, ja, das kommt immer darauf an, wie man es löst. Also wenn das Problem da ist, kann man eh nur mehr Schadensbegrenzung machen.

A: Genau. Ja. Mhm. Bleiben wir vielleicht bei dem konkreten Fall. Wie würden Sie sagen, war Ihre Beziehung zu diesem Lieferanten vor dem Auftreten der Beschwerde?

B: War gut.

A: War gut. Ok. Als welche Art von Beziehung würden Sie sie beschreiben? Ist das eine langjährige Beziehung? Eine starke Beziehung?

B: Würde sagen nicht so lange, aber eine intensive Beziehung.

A: Mhm. Ok. Und wieder auf den konkreten Fall bezogen, welche Emotionen hat die Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Hm, da das einer der ersten ... also mehr oder weniger der erste Fall war also ... wirklich, nachdem, wie gesagt, wir uns auf etwas geeinigt haben, was für beide, also zumindest für uns, zufriedenstellend war, also hatte das dann keinerlei Auswirkungen mehr.

A: Mhm. Ja. Mhm. Also eher emotionslos?

B: Genau.

A: Ok. Ich würde Ihnen trotzdem ein paar Emotionen vorlesen und Sie müssten mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs, was am besten zugetroffen hat.

B: Mhm.

A: Eins wäre überhaupt nicht, also Sie haben die Emotion gar nicht empfunden und sechs wäre sehr viel. Sie können auch alles dazwischen nehmen. Die Frage ist dieselbe.

B: Bitte?

A: Die Frage ist dieselbe, es geht wieder um die Emotion in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde.

B: Ja. Mhm.

A: Ok. Die erste wäre jetzt erfreulich?

B: Mhm. Nein. Nein.

A: Also eins?

B: Mhm.

A: Ja. Dann glücklich?

B: Nein. Also ...

A: Auch eins?

B: Mhm.
A: Ja. Stolz?
B: Stolz?
A: Stolz. Ja.
B: Nein.
A: Ok. Eins. Freundliche Gefühle?
B: Nein.
A: Auch eins?
B: Ja.
A: Ja. Haben Sie sich geschätzt gefühlt?
B: Pfuh, das sind Fragen.
A: Nicht ganz einfach, ich weiß.
B: Nein, vor allem das geschätzt gefühlt, das ... Das stellt sich da in dem Fall eigentlich nicht unbedingt. Ich meine, davon geht man aus, dass das so abgewickelt wird oder zu unserer Zufriedenheit dann irgendwo eine Lösung findet. Weiß ich nicht, was Sie da jetzt nehmen können. Ich kann es Ihnen nicht sagen, also irgendetwas in der Mitte.
A: Mhm. Ja. Ok. Können Sie ... vielleicht drei oder vier?
B: Mhm.
A: Drei?
B: Ja.
A: Ja. Aufmerksam?
B: Pff, würde ich auch etwas in der Mitte nehmen.
A: Ja.
B: Also drei oder sowas.
A: Drei. Ok. Aktiv?
B: Das ist jetzt eine schwierige Frage, weil ich sage, aktiv werden wir, wenn wir ein Problem haben oder eine Reklamation, dann kommen wir von unserer Seite und ich meine, aktiv, ja, der Lieferant muss reagieren, natürlich kann er sich Zeit lassen, dann müsste man sagen, nein, er war nicht aktiv, aber ...
A: Nein. Es geht eh um die Emotion, die Sie empfunden haben. Also waren Sie aktiv sozusagen?
B: Ja.
A: Ja. Also würden Sie eher sagen sechs oder ...?
B: Ja.
A: Ja. Ok. Interessiert? Wieder von Ihrem Standpunkt aus.
B: Ja, sechs.
A: Ja. Aufgebracht?
B: Nein, das ist eher vier.
A: Ja. Wütend?
B: Bitte?
A: Wütend?
B: Auch vier.
A: Ja. Traurig?
B: Vier.
A: Ja. Schlechter Laune?
B: Nein, stimmt nicht. Also eins oder?
A: Ja. Verärgert?
B: Nein. Vier.
A: Vier. Nervös?
B: Fünf.
A: Mhm. Besorgt?

B: Was sagen wir da wieder? Vier.

1 erfreulich	_3_ aufmerksam	_4_ traurig
1 glücklich	_6_ aktiv	_1_ schlechter Laune
1 stolz	_6_ interessiert	_4_ verärgert
1 freundliche Gefühle	_4_ aufgebracht	_5_ nervös
3 geschätzt fühlen	_4_ wütend	_4_ besorgt

A: Mhm. Ok. Das waren jetzt schon viele Emotionen. Haben Sie noch andere empfunden?

B: Ah, nein. Das sind schon so viele, die ich gar nicht in Zusammenhang mit so was bringe normalerweise.

A: Ja. Ok. Und hat die Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Beziehung zu dem Unternehmen verändert?

B: Nein.

A: Also ist ganz gleich geblieben wie sie vorher war?

B: Ja.

A: Und können Sie sagen, warum das so war? Warum ist die genau so geblieben wie vorher?

B: Weil es eben zu unserer Zufriedenheit abgewickelt wurde. Also wenn es nicht so gewesen wäre, wäre es natürlich anders, aber so ...

A: Mhm. Ja. Also dadurch, dass das Problem gelöst worden ist und das anerkannt worden ist ...

B: Genau. Genau. Für uns ... auf eine Art und Weise, wie es für uns ok war. Probleme entstehen leider immer. Es geht halt einfach dann auch darum, wie man das löst letztendlich.

A: Genau. Genau. Und wie lange besteht die Beziehung schon?

B: Hm, das werden jetzt sein ... Ich schätze jetzt einmal zwei Jahre.

A: Zwei Jahre. Und können Sie kurz die Entwicklung beschreiben vielleicht? Ist da schon öfters etwas vorgefallen oder war da eh noch nie etwas?

B: Bei dem Fall nicht, nein, da war nichts.

A: Mhm. Ok. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn sehr große Bedeutung.

B: Fünf würde ich sagen. Wenn man das immer gewohnt war, wenn immer alles funktioniert hat, dass plötzlich etwas ist ... das, ja ...

A: Fünf. Ja. Ist doch irgendwie außergewöhnlich dann, ja. Dann bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Wie alt sind Sie?

B: 41.

A: Ja. Geschlecht ist eh klar, weiblich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss? Haben Sie mich gehört?

B: Nein, ich habe Sie jetzt nicht gehört.

A: Was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Das ist eine Berufsbildende Mittlere Schule.

A: Mhm. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?

B: Assistentin der Produktionsabteilung.

A: Mhm. Ok. Ja. Danke. Das wär's dann auch schon gewesen. Sie haben mir sehr weitergeholfen. Dankeschön. Wiederhören.
B: Gut. Na, freilich. Danke. Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 31
Datum: 18.09.2009
Dauer: 00:07:46

A= Interviewer
B= Respondent

A: Es geht um Erfahrungen mit Beschwerden oder Probleme mit Lieferanten und wie sich das auf die Geschäftsbeziehung auswirkt.
B: Hallo?
A: Ja?
B: Noch einmal.
A: Es geht um Erfahrungen mit Beschwerden oder Probleme mit Lieferanten und wie sich das dann auf die Geschäftsbeziehung auswirkt.
B: Na ja, ganz einfach. Wenn er schlampig liefert und nicht macht, das was er sagt, dann kann er sich über die Häuser schmeißen.
A: Ok. Ich hätte auch ein paar Fragen. Und zwar können Sie sich da an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems dann zu einer schlechten Einschätzung des beteiligten Unternehmens geführt hat?
B: Na, sicher.
A: Mhm. Und könnten Sie das vielleicht ein bisschen ausführen, ohne jetzt Firmennamen zu nennen?
B: Ja, pff, habe ich Ihnen gerade gesagt. Ich habe Ihnen das gerade gesagt, wenn er nicht spurt, wenn er nicht so tut, wie er soll, dann kann er sich über die Häuser schmeißen.

A: Mhm. Ok. Und wie würden Sie sagen, war die Beziehung zu diesem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde?
B: Noch einmal, noch einmal.
A: Wie würden Sie sagen, war die Beziehung zu diesem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde?
B: Wie die Beziehung war?
A: Genau.
B: Na, sicherlich war sie gut, weil sonst wäre es nicht so weit gekommen.
A: Mhm. Also vorher war sie gut, aber nachher war sie dann nicht mehr so gut, ja?
B: Ja.

A: Ok. Und welche Emotionen hat die Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?
B: Also das kann ich Ihnen jetzt nicht alles aufzählen.
A: Na, ich würde Ihnen ein paar Emotionen vorlesen und Sie müssten mir dann sagen, was am besten zutrifft. Vielleicht auf einer Skala von eins bis sechs. Eins wäre über-

haupt nicht, also Sie haben die Emotion gar nicht empfunden und sechs ist sehr viel. Sie können auch alles dazwischen nehmen. Da hätte ich einmal erfreulich?

B: Nein, sicherlich nicht.

A: Ok. Also eins sozusagen. Glückliche?

B: Entschuldigung. Habe ich die Frage falsch verstanden? Was für eine Emotion das bei mir auslöst, wenn ein Lieferant nicht vernünftig geliefert hat?

A: Genau. Genau. Ja, das ist richtig, ja.

B: Also glücklich sicherlich auch nicht.

A: Ok. Ja. Eins. Stolz?

B: Na, auch nicht.

A: Auch nicht. Eins. Ja, ok. Freundliche Gefühle?

B: Na, sicher nicht.

A: Mhm. Also auch eins. Haben Sie sich geschätzt gefühlt?

B: Nein.

A: Mhm. Dann nehme ich auch eins. Aufmerksam?

B: Nein.

A: Mhm. Also das ist jetzt von Ihrem Standpunkt aus. Also waren Sie aufmerksam dabei?

B: Achso, ob ich aufmerksam war? Ja, sicherlich. Sonst wäre ich nicht darauf gekommen.

A: Ja. Ja. Was würden Sie sagen passt eher, welche Zahl?

B: Na, da passt sechs.

A: Mhm. Aktiv? Wieder von Ihrer Seite aus.

B: Na, auch sechs.

A: Mhm. Interessiert?

B: Sicherlich. Ja.

A: Ja. Auch sechs?

B: Ja.

A: Ja. Aufgebracht?

B: Na, sicher.

A: Mhm. Auch sechs?

B: Ja.

A: Ja. Wütend?

B: Na, sicher.

A: Mhm. Auch sechs?

B: Ja.

A: Ja. Traurig?

B: Nein, nicht traurig.

A: Mhm. Also eins. Schlechter Laune?

B: Ja, auf jeden Fall.

A: Ja. Dann nehme ich auch sechs. Verärgert?

B: Na, auf jeden Fall.

A: Mhm. Sechs. Nervös?

B: Nein, gar nicht.

A: Gar nicht. Mhm. Eins. Besorgt?

B: Nein.

1 erfreulich

6 aufmerksam

1 traurig

1 glücklich

6 aktiv

6 schlechter Laune

1 stolz

6 interessiert

6 verärgert

1 freundliche Gefühle

6 aufgebracht

1 nervös

1 geschätzt fühlen

6 wütend

1 besorgt

A: Auch nicht. Eins. Mhm. Ok. Das waren jetzt schon viele Emotionen. Haben Sie noch andere Emotionen empfunden?

B: Nein. Das waren eh schon genug.

A: Ok. Das glaube ich. Und hat die Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde, wieder in dem konkreten Fall, die Beziehung zu dem Unternehmen verändert?

B: Ja. Na, sicherlich.

A: Ja. Und wie würden Sie sagen, wie hat sich die verändert? Hat sich die abgeschwächt.

B: Das kommt darauf an. Je nachdem, was gewesen ist.

A: Mhm. Na, bleiben wir wieder bei dem Fall, dass Sie dann eine schlechte Einschätzung gehabt haben, was Sie vorher erwähnt haben, den Fall. Würden Sie da eher sagen, dass sich die Beziehung abgeschwächt hat?

B: Ja.

A: Und können Sie sagen, warum das so war? Warum hat sich die Beziehung abgeschwächt dadurch?

B: Mag ich jetzt nicht sagen.

A: Aha. Ok. Und wie lange besteht die Beziehung schon?

B: Etliche Jahre. Sechs Jahre vielleicht.

A: Mhm. Und hat es da schon öfters Vorfälle gegeben oder war da eh noch nie etwas?

B: Na, da hat es schon öfters Vorfälle gegeben.

A: Mhm. Ok. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn sehr große Bedeutung.

B: Na, eine große Bedeutung. Eine sehr große Bedeutung hat das gehabt.

A: Mhm. Also zehn sozusagen. Ja. Und dann bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Wie alt sind Sie?

B: Na, das verrate ich jetzt nicht.

A: Aha. Ok. Na, kann man nichts machen. Geschlecht ist klar, männlich. Würden Sie mir sagen, was Ihr höchster Schulabschluss ist?

B: Eine Fachschule.

A: Mhm. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?

B: Geschäftsführer.

A: Mhm. Ok. Das wär's dann auch schon gewesen. Sie haben mir sehr geholfen. Danke. Wiederhören.

B: Bitte.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 32

Datum: 22.09.2009

Dauer: 00:07:00

A= Interviewer
B= Respondent

A: Können Sie sich da an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten dann zu einer schlechten Einschätzung des beteiligten Unternehmens geführt hat?

B: Äh, hm, einige.

A: Ja. Könnten Sie sich da vielleicht an einen konkreten Fall erinnern, ohne jetzt auf Firmennamen einzugehen?

B: Na, zur Zeit eine Glasfirma, bei der wir nicht sehr viel bestellen, aber eine Bestellung gemacht haben Anfang August und normalerweise haben wir Lieferzeit eine Woche und diese Glastafeln haben wir bis heute nicht im Haus, obwohl wir da schon seit drei Wochen, ja, urgieren. Ja, zum Beispiel solche Sachen.

A: Mhm. Mhm. Ja, da hat man dann natürlich eine schlechte Einschätzung.

B: Wenn Sie kurz dran bleiben.

A: Ja.

B: So. Geht schon wieder. Entschuldigung.

A: Ok. Also da hat man natürlich nachher eine schlechte Einschätzung. Ist klar, von dem Unternehmen.

B: Natürlich.

A: Und wie würden Sie Ihre Beziehung zu diesem konkreten Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde beschreiben?

B: Ja. Eher gut.

A: Mhm. Eher gut.

B: Ja.

A: Und als welche Art von Beziehung würden Sie sie beschreiben? Ist das schon eine langjährige Beziehung? Eine starke Beziehung?

B: Ja, schon langjährig.

A: Langjährig. Mhm. Und welche Emotionen hat die Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Ja, wie meinen Sie das jetzt? In welcher Form oder ...?

A: Ja, welche Emotionen haben Sie dabei empfunden während Ihre Beschwerde bearbeitet wurde?

B: Na, keine guten.

A: Mhm. Ok. Mhm.

B: Also, ja, ...

A: Man ist wahrscheinlich verärgert, nicht?

B: Natürlich.

A: Mhm. Genau. Ich würde Ihnen trotzdem ein paar Emotionen vorlesen und Sie müssten mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs, was am besten zutreffend hat.

B: Ja.

A: Eins wäre überhaupt nicht, Sie haben die Emotion gar nicht empfunden und sechs wäre sehr viel. Sie können auch alles dazwischen nehmen.

B: Mhm.

A: Also da hätte ich erfreulich?

B: Also überhaupt nicht. Also ...

A: Mhm. Also eins.

B: Ja.

A: Mhm. Glückliche?

B: Nein. Eins.
A: Auch eins, ja. Stolz?
B: Bitte?
A: Stolz? Waren Sie stolz dabei?
B: Stolz. Äh, eins.
A: Mhm. Freundliche Gefühle?
B: Eins.
A: Mhm. Haben Sie sich geschätzt gefühlt? Haben Sie mich gehört?
B: Nein, jetzt nicht.
A: Ah. Haben Sie sich geschätzt gefühlt?
B: Nein. Eins.
A: Mhm. Waren Sie aufmerksam?
B: Sechs.
A: Mhm.
B: Sechs.
A: Ja. Aktiv?
B: Sechs.
A: Mhm. Interessiert?
B: Sechs.
A: Mhm. Aufgebracht?
B: Sechs.
A: Ja. Wütend?
B: Sechs.
A: Traurig?
B: Vier.
A: Mhm. Schlechter Laune?
B: Eins.
A: Mhm. Verärgert?
B: Sechs.
A: Mhm. Nervös?
B: Fünf.
A: Mhm. Besorgt?
B: Sechs.

1 erfreulich	_6_ aufmerksam	_4_ traurig
1 glücklich	_6_ aktiv	_1_ schlechter Laune
1 stolz	_6_ interessiert	_6_ verärgert
1 freundliche Gefühle	_6_ aufgebracht	_5_ nervös
1 geschätzt fühlen	_6_ wütend	_6_ besorgt

A: Mhm. Das waren jetzt schon viele Emotionen. Haben Sie noch andere empfunden?
B: Nein. Das war eh viel.

A: Ok. Ich glaube, das ist abgedeckt damit. Und hat diese Erfahrung wieder in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Beziehung zu dem Unternehmen verändert?
B: Ja.
A: Mhm. Und in welcher Weise?
B: Ja, ich werde in Zukunft dort nicht mehr so viel bestellen.
A: Mhm. Also die Beziehung hat sich abgeschwächt könnte man sagen dadurch? Würden Sie das auch so sagen?
B: Ja, ja, würde ich auch so sagen.

A: Ja. Mhm. Ok. Und können Sie sagen, warum das so war? Warum hat sich Ihre Beziehung abgeschwächt?

B: Ja, Unzuverlässigkeit.

A: Mhm. Ok. Und wie lange besteht die Beziehung schon?

B: Äh, sechs Jahre mindestens.

A: Mhm. Und können Sie da kurz die Entwicklung beschreiben? Hat es da schon öfters Vorfälle gegeben oder war da eh noch nie etwas?

B: Äh, auf und ab.

A: Mhm. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn sehr große Bedeutung.

B: Äh, zehn.

A: Mhm. Ok. Dann bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Wie alt sind Sie?

B: So geht schon wieder. Entschuldigung.

A: Ja. Dann bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Wie alt sind Sie?

B: 31.

A: Mhm. Geschlecht ist klar, männlich. Und was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Ähm, Tischlerlehre beziehungsweise Polytechnische Schule.

A: Mhm. Ja. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?

B: Einkauf.

A: Mhm. Ok. Das wär's dann auch schon gewesen. Sie haben mir sehr weitergeholfen. Dankeschön. Wiederhören.

B: Bitte.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 33

Datum: 23.09.2009

Dauer: 00:10:58

A= Interviewer

B= Respondent

A: Können Sie sich an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten dann zu einer schlechten Einschätzung des beteiligten Unternehmens geführt hat?

B: Zu was für einer Einschätzung bitte?

A: Zu einer schlechten Einschätzung. Mhm.

B: Zu einer schlechten Einschätzung. Na ja, prinzipiell soll man die Reklamation ja so abwickeln, dass man ja einen positiven Eindruck hinterlässt, nicht?

A: Mhm, mhm. Und können Sie sich da vielleicht an ein konkretes Beispiel erinnern, ohne jetzt auf Firmennamen einzugehen, was da passiert ist?

B: Ja. Ja. Schon.

A: Mhm. Könnten Sie da vielleicht ein Beispiel nennen, was da vorgefallen ist, vielleicht kurz?

B: Achso. Ja, da gibt es zum Beispiel eine Firma, die sehr oft unpünktlich geliefert hat und ... aber ... Man hat das Bemühen gespürt, aber es ist halt dann trotzdem immer nicht zur rechten Zeit gekommen.

A: Mhm. Mhm.

B: Aber man hat dann halt irgendwie vereinbart, dass da dann etwas abgezogen wird. Und halt mit Versprechen, dass es besser wird. In nächster Zeit ist es dann auch ein bisschen besser geworden. Man einigt sich dann halt entweder, es wird dann halt keine Fracht berechnet oder es wird halt dann einmal eine Extratour gefahren, wenn es unbedingt notwendig ist. Da hat man ja mehrere Möglichkeiten, nicht, so eine Reklamation dann irgendwie ins Positive dann trotzdem noch zu wenden, nicht?

A: Ja. Mhm. Genau, ja. Aber Sie hatten dann trotzdem eine schlechte Einschätzung letzten Endes sozusagen?

B: Kommt natürlich darauf an, wer gegenüber ist, nicht? Wenn das wer ist, wo man spürt, das funktioniert nicht gut oder der mag nicht, dann ist man ja selber auch viel sturer.

A: Mhm. Genau. Na, ist klar. Und bleiben wir bei dem konkreten Beispiel. Wie würden Sie Ihre Beziehung zu diesem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde beschreiben?

B: Na ja, es war halt einfach ärgerlich. Nicht sehr ... ich meine, war nicht sehr positiv. Und man hat auch versucht, wenn möglich, woanders zu bestellen, nicht bei dieser Firma.

A: Mhm. Ok. Also es war vorher auch schon nicht unbedingt gut das Verhältnis?

B: Mhm. Man hat halt Ärger sich ersparen wollen.

A: Mhm. Ok. Und als welche Art von Beziehung würden Sie sie beschreiben? Ist das schon eine langjährige Beziehung? Eine starke Beziehung?

B: Na ja, mehrjährige ... so mehrjährig, vier, fünf Jahre, täte ich sagen.

A: Mhm. Mhm. Ok. Und welche Emotionen hat die Erfahrung jetzt in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Emotionen dieser Firma?

A: Mhm, genau.

B: Na ja, Emotionen ... Ich meine, vorweg versuche ich immer irgendwo ein bisschen etwas Positives dem Ganzen abzugewinnen. Überall arbeiten Leute, die halt auch Fehler machen. Kommt halt darauf an, wie das Gegenüber halt dann reagiert.

A: Mhm. Mhm. Ist klar. Wie sich der andere verhält sozusagen?

B: Genau, ja.

A: Mhm. Ich würde Ihnen jetzt trotzdem ein paar Emotionen vorlesen und Sie müssten mir dann sagen, was am Besten zutroffen hat.

B: Mhm.

A: Also eins wäre überhaupt nicht auf einer Skala dann, also Sie haben die Emotion gar nicht empfunden und sechs wäre sehr viel und Sie können auch alles dazwischen nehmen.

B: Mhm.

A: Und zwar hätte ich da erfreulich?

B: Also ...

A: Also wieder auf den konkreten Fall bezogen. Ob Sie diese Emotion empfunden haben.

B: Ja. Also erfreulich täte einmal passen.

A: Mhm. Also würden Sie sagen sehr viel oder irgendetwas dazwischen?

B: Na, dazwischen.

A: Mhm. Vielleicht vier oder ...?
B: Ähm, ja, drei.
A: Drei. Mhm. Ok. Glücklich?
B: Glücklich?
A: Ja.
B: Na ja. Glücklich kann ich da ... Dem Vokabel kann ich in einer Geschäftsbeziehung gar nichts abgewinnen.
A: Mhm. Ok. Na, sonst nehmen wir eins, wenn es überhaupt nicht zutrifft.
B: Ja. Überhaupt nicht.
A: Mhm. Ok. Stolz?
B: Bitte?
A: Waren Sie stolz dabei?
B: Stolz. Zufrieden.
A: Mhm. Also eher nicht?
B: Eher nicht, nein.
A: Dann nehme ich eins. Freundliche Gefühle?
B: Ja. Ah, drei.
A: Mhm. Haben Sie sich geschätzt gefühlt?
B: Ja.
A: Ja. Würden Sie sagen ... was für eine Zahl eher?
B: Ah, sechs ist schlecht und ...?
A: Sechs ist sehr viel.
B: Sechs ist sehr viel. Vier.
A: Mhm. Aufmerksam?
B: Ja. Fünf.
A: Mhm. Aktiv?
B: Ja. Fünf.
A: Mhm. Fünf. Ok. Interessiert?
B: Sechs.
A: Ja. Aufgebracht?
B: Weniger. Zwei.
A: Mhm. Wütend? Waren Sie wütend dabei?
B: Bitte?
A: Waren Sie wütend dabei?
B: Na ja, manches Mal natürlich, ja. Drei, vier. So drei.
A: Mhm. Soll ich drei nehmen?
B: Ja.
A: Traurig?
B: Nein, traurig auch nicht.
A: Also eins dann?
B: Ja.
A: Ja. Schlechter Laune?
B: Ähm, ja, aber auch nicht. Drei.
A: Drei war das?
B: Drei.
A: Mhm. Verärgert?
B: Ja. Vier.
A: Mhm. Nervös?
B: Nein, eins.
A: Mhm. Eins, ja. Besorgt?
B: Nein. Zwei.

3 erfreulich	_5_ aufmerksam	_1_ traurig
1 glücklich	_5_ aktiv	_3_ schlechter Laune
1 stolz	_6_ interessiert	_4_ verärgert
3 freundliche Gefühle	_2_ aufgebracht	_1_ nervös
4 geschätzt fühlen	_3_ wütend	_2_ besorgt

A: Zwei. Mhm. Ok. Das waren jetzt schon viele Emotionen. Haben Sie noch andere empfunden?

B: Nein. Ich täte eigentlich ... Es sind da Vokabel für Emotionen dabei, die mir im Geschäftsleben eigentlich überhaupt nicht irgendwie passend erscheinen. Glücklich nicht, traurig auch nicht.

A: Mhm. Ja. Passt nicht so zu einer Geschäftsbeziehung.

B: Ja. Mhm.

A: Mhm. Und wieder bei dem konkreten Beispiel. Hat diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Beziehung zu dem Unternehmen verändert?

B: Mh, ja. Ja.

A: Mhm. Und in welcher Art und Weise?

B: Na ja, zum Beispiel, dass man sich Liefertermine bestätigen lässt. Also schriftlich bestätigen lässt.

A: Mhm. Ja. Und hat sich die Beziehung vielleicht dadurch abgeschwächt?

B: Ja.

A: Mhm. Ok. Und können Sie sagen, warum das so war? Warum hat sich die Beziehung eher abgeschwächt?

B: Na ja, es hat mehrere Gründe. Im Moment ist das Material nicht so gefragt, das die Firma vertreibt. Und ja, wenn man Alternativen hat. Ja ... und gleichwertige Alternativen vom Preis und von der Qualität dann kann man ja woanders auch bestellen.

A: Mhm. Ok. Und wie lange besteht die Beziehung schon? Ich glaube, Sie haben gesagt, fünf Jahre circa?

B: Ja, eher.

A: Ja. Mhm. Und hat es da schon öfters irgendwelche Vorfälle gegeben oder war das das erste Mal?

B: Nein, es hat schon öfters was gegeben.

A: Mhm. Ok. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn sehr große Bedeutung.

B: Ähm, in Bezug jetzt auf die Beziehung zu dieser Firma?

A: Genau.

B: Oder zu anderen Firmen?

A: Nein, zu dem konkreten Beispiel.

B: Mhm. Was für eine Bedeutung. Na ja, fünf.

A: Fünf. Mhm. Ok. Dann bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Wie alt sind Sie?

B: 57.

A: Mhm. Geschlecht ist klar, weiblich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss? Haben Sie mich gehört?

B: Nein, das habe ich jetzt nicht gehört.

A: Aha. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?
B: Die Handelsschule.
A: Mhm. Ok. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?
B: Ich bin im Einkauf.
A: Mhm. Ok. Ja. Danke. Das wär's dann auch schon gewesen. Danke, dass Sie sich Zeit genommen haben. Danke. Wiederhören.
B: Bitteschön. Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 34

Datum: 23.09.2009

Dauer: 00:08:01

A= Interviewer

B= Respondent

A: Also grundsätzlich geht es um Erfahrungen mit Beschwerden oder Probleme, die Sie mit Ihren Lieferanten hatten und wie sich das auf die Geschäftsbeziehung auswirkt.
B: Ja.
A: Können Sie sich da an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten dann zu einer schlechten Einschätzung des beteiligten Unternehmens geführt hat?
B: Ja. Ja.
A: Mhm. Könnten Sie das vielleicht ein bisschen ausführen, was da passiert ist, ohne auf Firmennamen einzugehen?
B: Ja, das war in einer meiner vorhergehenden Tätigkeiten, ja. In meiner letzten Tätigkeit. Und zwar ging es da um Grabarbeiten und Kabelverlegarbeiten und dahinterliegend Verwendung von Subfirmen, die nicht gemeldet worden sind, nicht geschult worden sind und dahinter auch die Qualität nicht passend war.
A: Mhm. Ja. Mhm. Und dann hatten Sie natürlich eine schlechte Einschätzung. Ist klar, ja.
B: Und dann hatten wir eine schlechte Einschätzung, beziehungsweise auch die Lieferantenbeurteilung war dann schlecht. Und das ist dann so ... hat dann so weit geführt, dass die Firma aus der Lieferantenliste gestrichen wurde.
A: Mhm. Aha, also es ist zum völligen Abbruch gekommen sozusagen?
B: Ja, der Geschäftsbeziehung.

A: Ja. Genau. Und wie würden Sie sagen, war die Beziehung zu dem konkreten Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde?
B: Na, ich sage, es war ein normaler Lieferant mit vernünftiger Qualität, der längere Jahre schon beschäftigt war.
A: Mhm. Mhm. Also es ist eine langjährige Beziehung?
B: Eine langjährige Beziehung.

A: Mhm. Und welche Emotionen hat die Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?
B: Na, war rein ein fachlich-sachliches Thema. Kein emotionales Thema.

A: Mhm. Ok. Ich würde Ihnen trotzdem ein paar Emotionen vorlesen und Sie müssten mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs, was am Besten zugetroffen hat.
B: Ok.
A: Eins wäre überhaupt nicht, Sie haben die Emotion gar nicht empfunden und sechs ist sehr viel, Sie können auch alles dazwischen nehmen.
B: Ja. Eins.
A: Mhm. Ah, Moment. Die erste Emotion wäre erfreulich? Wieder in Bezug auf das konkrete Beispiel.
B: Achso. In Bezug auf das konkrete Beispiel. Ob das für mich jetzt erfreulich war oder nicht?
A: Genau. Ja. Genau. Mhm.
B: Ok.
A: Also eins ist überhaupt nicht und sechs sehr viel.
B: Ja. Dann muss ich in dem Fall, wenn man das als Emotion bezeichnet, als sechs bezeichnen.
A: Mhm. Also Sie waren sehr erfreut?
B: Ja, über ... dass ich das Unternehmen aus der Lieferantenliste nehmen konnte.
A: Mhm. Also dann wäre das eigentlich eher ... Sie waren überhaupt nicht erfreut, wie das bearbeitet worden ist.
B: Achso, wie das bearbeitet worden ist ... Nein, war ich überhaupt nicht.
A: Mhm. Ok. Ok. Also eins. Glückliche?
B: Überhaupt nicht glücklich.
A: Ja. Auch eins. Stolz?
B: Auch nicht stolz, nein. Eins.
A: Mhm. Freundliche Gefühle?
B: Nein, eins.
A: Ja. Haben Sie sich geschätzt gefühlt?
B: Wie bitte?
A: Haben Sie sich geschätzt gefühlt?
B: Ja.
A: Mhm. Was würden Sie sagen, welche Zahl trifft eher zu von der Skala?
B: Welche Zahl inwiefern jetzt? Zwischen eins und sechs?
A: Genau. Genau.
B: Ah, fünf.
A: Mhm. Aufmerksam?
B: Das verstehe ich jetzt nicht.
A: Also waren Sie aufmerksam während dieser Beschwerde, während dieses Problems?
B: Achso, ja. Also fünf.
A: Mhm. Ja. Waren Sie aktiv?
B: Ja. Fünf.
A: Mhm. Ja. Waren Sie interessiert?
B: Ja. Fünf.
A: Ja. Aufgebracht?
B: Eins.
A: Ja. Wütend?
B: Eins.
A: Mhm. Traurig?
B: Eins.
A: Ja. Schlechter Laune?
B: Eins.
A: Mhm. Verärgert?

B: Eins.

A: Nervös?

B: Eins.

A: Ja. Besorgt?

B: Wie bitte?

A: Besorgt?

B: Fünf.

1 erfreulich

5 aufmerksam

1 traurig

1 glücklich

5 aktiv

1 schlechter Laune

1 stolz

5 interessiert

1 verärgert

1 freundliche Gefühle

1 aufgebracht

1 nervös

5 geschätzt fühlen

1 wütend

5 besorgt

A: Ja. Ok. Das waren jetzt schon viele Emotionen. Haben Sie noch irgendwelche anderen empfunden?

B: Nein, eigentlich eher nur eben fachlich-sachlich, ohne Emotionen.

A: Mhm. Ok. Und hat diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Beziehung zu dem Unternehmen verändert?

B: Ja.

A: Ja. Also Sie haben gesagt, es ist sozusagen dann abgebrochen worden?

B: Ja, ist richtig. Die Geschäftsbeziehung wurde abgebrochen.

A: Ja. Und warum war das so?

B: Erstens einmal aufgrund der Reklamationsbearbeitung, der Fehlerbehebung und der Streitigkeiten dahinter.

A: Mhm. Ok. Und wie lange besteht die Beziehung schon? Sie haben gesagt, es war eine mehrjährige Beziehung.

B: Ja, die ist vorher gute sieben Jahre bestanden diese Beziehung oder hat bestanden sieben Jahre.

A: Mhm. Mhm. Ja. Und können Sie da kurz die Entwicklung beschreiben? Hat es da öfters Vorfälle gegeben oder war das das erste Mal?

B: Ah, es hat des Öfteren kleine Vorfälle gegeben, die ganz normal sind in diesem Geschäft, ja. Und ist dann sprunghaft eben schlechter geworden und aufgrund dessen ist es dann zu diesem Eklat gekommen.

A: Mhm. Ja. Ok. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn sehr große Bedeutung.

B: Beschwerden haben immer eine sehr große Bedeutung, ja. Zehn.

A: Mhm. Zehn. Gut. Dann bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Wie alt sind Sie?

B: Ich bin geboren 1961, also 47.

A: Mhm. Ok. Geschlecht ist klar, männlich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Matura.

A: Mhm. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?

B: Gruppenleiter.

A: Mhm. Ok. Danke. Das wär's dann auch schon gewesen. Sie haben mir sehr geholfen.

B: War schon alles?
A: Ja. Dankeschön.
B: Gut. Baba. Dann viel Erfolg weiterhin.
A: Dankeschön, ja. Danke. Wiederhören.
B: Bitte gerne. Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 35
Datum: 23.09.2009
Dauer: 00:10:10

A= Interviewer
B= Respondent

A: Also es geht um Erfahrungen mit Beschwerden, wie gesagt, und wie sich das dann auf die Geschäftsbeziehung auswirkt. Können Sie sich da an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten dann zu einer guten Einschätzung des beteiligten Unternehmens geführt hat?

B: Bitte können Sie jetzt den letzten Teil noch einmal wiederholen? Da habe ich jetzt einen Aussetzer gehabt. Das habe ich nicht ganz verstanden.

A: Aha. Ok. Also es geht darum, ah ... um die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten und Sie hatten dann eine gute Einschätzung des beteiligten Lieferanten. Ist das schon einmal vorgekommen?

B: Ah. Ja. Ist sicher schon vorgekommen, ja.

A: Mhm. Können Sie sich da an irgendeine konkrete Gelegenheit erinnern? Ohne da jetzt auf Firmennamen einzugehen, also nur, was da vielleicht kurz passiert ist.

B: Pfuh, das ist ... das ist, ähm, sehr schwer zu erklären, weil das eigentlich relativ umfangreich ist, das Ganze, bei unseren Sachen, weil das nicht so, ja, sage ich einmal, nicht nur so 08/15 Sachen sind.

A: Mhm. Ja. Na, vielleicht ganz kurz. Ein Beispiel nur.

B: Pff, wie wollen Sie das ... inwiefern wollen Sie das erklärt haben?

A: Na, kurz nur, was da passiert ist. Was vorgefallen ist. Was der Lieferant gemacht hat.

B: Na ja, im Prinzip war es nur eine Reklamation. Wir haben das beim Kunden, ah, beim Lieferanten reklamiert und haben dafür dann eine Ersatzlieferung bekommen.

A: Mhm. Ja. Ok. Und Sie hatten nachher eine gute Einschätzung, weil es gut ausgegangen ist sozusagen?

B: Ja, ja, genau. Im Prinzip, wenn ich dafür meine Ersatzlieferung bekomme und das eben 1:1 ausgetauscht wird, ja, dann habe ich natürlich eine gute Einschätzung.

A: Mhm. Ja. Ok. Sonst bleiben wir bei dem konkreten Beispiel. Wie würden Sie sagen, war die Beziehung zu diesem konkreten Lieferanten vor dem Auftreten der Beschwerde?

B: Ja, da haben wir eigentlich eine gute Geschäftsbeziehung.

A: Mhm. Und als welche Art von Beziehung würden Sie sie beschreiben? Ist das eine langjährige Beziehung? Eine starke Beziehung?

B: Ja, auf jeden Fall, ja, langjährig.

A: Mhm. Ok. Und welche Emotionen hat die Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Pff.

A: Ist vielleicht nicht ganz einfach.

B: Das ist echt nicht ganz einfach, ja.

A: Na, sonst ... Ich würde Ihnen ein paar Emotionen vorlesen und Sie sagen mir dann vielleicht auf einer Skala von eins bis sechs, was am Besten zutrifft. Eins wäre überhaupt nicht, Sie haben die Emotion gar nicht empfunden und sechs wäre sehr viel und Sie können auch alles dazwischen nehmen. Also die Frage ist dieselbe, die Emotion in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde. Und die erste Emotion wäre erfreulich.

B: Ähm ...

A: Also Sie müssten mir jetzt eine Zahl sagen, die am Besten zutrifft.

B: Ah, in welcher Hinsicht oder auf was bezieht sich das jetzt? Jetzt einmal auf die Beschwerde, weil es ein Problem gegeben hat oder auf die Abwicklung?

A: Auf die Abwicklung der Beschwerde. Genau.

B: Auf die Abwicklung. Bis zum Ende, bis das ausgetauscht wird sozusagen?

A: Mhm. Genau.

B: Na ja, erfreulich sicher einmal nicht.

A: Mhm. Also nehmen wir eins. Also eins ist überhaupt nicht.

B: Ja, dann nehmen wir das, ja.

A: Ja. Ok. Dann glücklich?

B: Glücklich.

A: Mhm.

B: Das klingt ein bisschen blöd, sage ich einmal. Also glücklich kann man auch nicht sagen, nein.

A: Mhm. Soll ich auch eins nehmen?

B: Ja.

A: Ja. Stolz?

B: Stolz.

A: Mhm. Also waren Sie stolz dabei? Haben Sie sich stolz gefühlt?

B: Äh, weil es positiv bearbeitet worden ist?

A: Ja, sozusagen.

B: Ja, kann man sagen, ja.

A: Mhm. Was soll ich eher für eine Zahl nehmen?

B: Zwischen eins und sechs?

A: Mhm.

B: Äh, ich würde einmal sagen so fünf.

A: Mhm. Ok. Freundliche Gefühle? Also hatten Sie freundliche Gefühle?

B: Pff, na, würde ich einmal so mittelmäßig einschätzen.

A: Mhm. Soll ich drei nehmen?

B: Ja. Drei.

A: Drei. Mhm. Haben Sie sich geschätzt gefühlt?

B: Ah, das schon. Ja.

A: Mhm. Fünf oder sechs?

B: Na, sagen wir sechs.

A: Mhm. Waren Sie aufmerksam?

B: Ja.

A: Mhm. Auch eher sechs?

B: Ja, würde ich auch sagen, ja.

A: Mhm. Waren Sie aktiv dabei?

B: Ja. Würde ich auch sagen sechs.

A: Ja, auch sechs, gut. Waren Sie interessiert?
 B: Ja, auch sechs.
 A: Ja. Mhm. Aufgebracht?
 B: Nein, das eher weniger. Zwei.
 A: Mhm. Wütend?
 B: Nein, würde ich auch nicht sagen. Würde ich auch sagen zwei.
 A: Ja. Zwei, mhm. Traurig?
 B: Nein.
 A: Eins oder ...?
 B: Bitte?
 A: Würden Sie sagen eins oder eher zwei?
 B: Eins.
 A: Eins, mhm. Schlechter Laune?
 B: Nein, würde ich auch nicht sagen. Würde ich wieder zwei sagen.
 A: Zwei. Mhm. Verärgert?
 B: Verärgert. Vielleicht im ersten Moment. Ja, auch so zwei.
 A: Mhm. Mhm. Nervös?
 B: Nein.
 A: Eins?
 B: Nein, eins.
 A: Ja. Besorgt?
 B: Besorgt? Würde ich auch eher nein sagen. Zwei.

1 erfreulich	_6_ aufmerksam	_1_ traurig
1 glücklich	_6_ aktiv	_2_ schlechter Laune
5 stolz	_6_ interessiert	_2_ verärgert
3 freundliche Gefühle	_2_ aufgebracht	_1_ nervös
6 geschätzt fühlen	_2_ wütend	_2_ besorgt

A: Ja. Mhm. Das waren jetzt schon viele Emotionen. Haben Sie noch andere empfunden?
 B: Ich glaube, da ist eh schon ziemlich alles gesagt.
 A: Ja. Ist alles abgedeckt damit.
 B: Ja, glaube ich auch.

A: Ja. Und hat diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Beziehung zu dem Unternehmen verändert, wieder auf den konkreten Fall bezogen?
 B: Nein, nein.
 A: Nein. Ist sie ganz gleich geblieben wie vorher?
 B: Ja.

A: Mhm. Und warum hat sich die Beziehung nicht verändert dadurch? Können Sie das sagen?
 B: Ja, im Prinzip weil wir alles geklärt haben und das ausgetauscht wurde und somit, ja, ... ist das vom Tisch.

A: Mhm. Ok. Mhm. Und wie lange besteht die Beziehung schon?
 B: Hm, ich glaube acht Jahre.
 A: Mhm. Können Sie da kurz die Entwicklung beschreiben? Ist da schon öfters was vorgefallen oder war das das erste Mal?
 B: Na, es ist vielleicht schon zwei, drei Mal ...

A: Mhm. Was vorgefallen.

B: Mhm.

A: Mhm. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn sehr große Bedeutung.

B: Welche ... hm, ich würde es eher so irgendwo in der Mitte ansiedeln. Also nehmen wir vier.

A: Vier. Mhm. Ok. Dann bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Wie alt sind Sie?

B: 42.

A: Ja. Geschlecht ist klar, weiblich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Hauptschule.

A: Mhm. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?

B: Einkauf.

A: Mhm. Ok. Danke. Das wär's dann schon gewesen. Danke, dass Sie sich Zeit genommen haben.

B: Bitte.

A: Danke. Wiederhören.

B: Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 36

Datum: 24.09.2009

Dauer: 00:08:14

A= Interviewer

B= Respondent

A: Grundsätzlich geht es um Erfahrungen mit Beschwerden oder Probleme, die Sie mit Lieferanten gehabt haben.

B: Ja.

A: Und wie sich das dann auf die Geschäftsbeziehung auswirkt. Können Sie sich an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten dann zu einer guten Einschätzung des Unternehmens geführt hat?

B: Na, das ist eigentlich immer gut gegangen.

A: Mhm. Also haben Sie dann eine gute Einschätzung gehabt?

B: Ja.

A: Mhm. Und können Sie sich da vielleicht an ein konkretes Beispiel erinnern, was da passiert ist?

B: Ah, das sage ich nicht so gerne weiter.

A: Mhm. Ok. Nein. Behalten das einfach einmal Sie in Erinnerung, was da passiert ist. Und bleiben wir bei dem konkreten Beispiel. Sie müssen mir das auch nicht sagen. Wie würden Sie sagen, war dann die Beziehung zu dem Unternehmen, also zu Ihrem Lieferanten, vor dem Auftreten der Beschwerde?

B: Ja, genauso wie jetzt, finde ich.

A: Mhm. Also hat sich nichts verändert?

B: Nein, nein.

A: Mhm. Ok. Und als welche Art von Beziehung würden Sie sie beschreiben? Ist das eine starke Beziehung? Eine langjährige Beziehung?

B: Ja, pff, das ist ... ja, das ist gut, es kommt immer ein anderer ... Also eine normale Beziehung. Ich kann nicht sagen eine starke Beziehung oder eine langjährige, weil es kommt immer wer anderer, der direkt liefert. Da kommt immer wer anderer.

A: Mhm. Ja. Ok. Na, gut. Und welche Emotionen hat die Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst? Also wieder auf das konkrete Beispiel bezogen.

B: Pff, ja, sicher war ich momentan grantig. Logischer Fall.

A: Mhm. Ok. Ja, na, ist klar. Ich würde Ihnen trotzdem ein paar Emotionen jetzt vorlesen und Sie müssten mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs, was am Besten zugetroffen hat. Eins wäre überhaupt nicht, also Sie haben die Emotion gar nicht empfunden und sechs wäre sehr viel und Sie können auch alles dazwischen nehmen.

B: Na, sagen wir vier.

A: Einen Moment. Die erste Emotion wäre erfreulich?

B: Achso. Nein. Weiter.

A: Mhm. Überhaupt nicht wäre das dann?

B: Ja. Weiter.

A: Also eins? Würden Sie sagen, erfreulich haben Sie überhaupt nicht empfunden?

B: Momentan, wie das war, nicht. Wenn das zu diesem Zeitpunkt sein soll, dann nicht.

A: Ja, ok. Na, dann nehme ich überhaupt nicht, ja. Glückliche?

B: Nein. Weiter.

A: Auch überhaupt nicht?

B: Nein.

A: Mhm. Stolz?

B: Bitte?

A: Stolz?

B: Ich verstehe Sie nicht. Was?

A: Stolz? Waren Sie stolz dabei?

B: Nein. Währenddessen nicht. Nein. Weiter.

A: Ja. Nehme ich auch überhaupt nicht. Hatten Sie freundliche Gefühle?

B: Na, mittelmäßig.

A: Mhm. Soll ich drei nehmen oder ...?

B: Bitte?

A: Soll ich drei nehmen oder vier?

B: Ja, drei.

A: Drei. Mhm. Haben Sie sich geschätzt gefühlt?

B: Da nehmen Sie zwei.

A: Mhm. Waren Sie aufmerksam dabei?

B: Ja, war ich schon.

A: Mhm. Soll ich ...

B: Ja, nehmen Sie auch zwei.

A: Auch zwei, mhm. Waren Sie aktiv?

B: Ja, da nehmen Sie eins.

A: Also eins ist überhaupt nicht.

B: Achso. Entschuldigung. Da habe mich ich jetzt vertan. Da nehmen Sie sechs.

A: Aha. Ok. Soll ich bei den anderen auch noch mal ...

B: Bei den anderen auch, ja. Genau.
A: Ok. Ja. Moment. Da hätten wir dann ... freundliche Gefühle, da haben Sie gesagt drei, das war so mittelmäßig ...
B: Ja, das bleibt dann eh gleich.
A: Ja. Geschätzt gefühlt?
B: Ah, da nehmen wir dann vier.
A: Vier. Mhm, ok. Aufmerksam hätten wir dann noch gehabt.
B: Da nehmen wir fünf.
A: Ja. Und dann sind wir eh wieder bei aktiv. Da haben wir sechs gehabt, genau.
B: Ja. Ja.
A: Dann hätten wir interessiert?
B: Ja, nehmen wir fünf.
A: Mhm. Aufgebracht?
B: Da nehmen wir vier.
A: Mhm. Wütend?
B: Bitte?
A: Wütend? Waren Sie wütend?
B: Ich verstehe Sie so schlecht.
A: Oje. Waren Sie wütend?
B: Ja, sicher. Da nehmen wir fünf.
A: Ja. Fünf, ja. Traurig?
B: Nein.
A: Mhm.
B: Da nehmen wir eins.
A: Ja. Schlechter Laune?
B: Na ja, da nehmen wir vier.
A: Mhm. Verärgert?
B: Nehmen wir sechs.
A: Ja, na, ist klar. Ja. Nervös?
B: Nein. Da nehmen wir eins.
A: Ja. Besorgt?
B: Besorgt um meine Kunden, ja, nehmen wir fünf.

1 erfreulich	_5_ aufmerksam	_1_ traurig
1 glücklich	_6_ aktiv	_4_ schlechter Laune
1 stolz	_5_ interessiert	_6_ verärgert
3 freundliche Gefühle	_4_ aufgebracht	_1_ nervös
4 geschätzt fühlen	_5_ wütend	_5_ besorgt

A: Ja. Das waren jetzt schon viele Emotionen. Haben Sie noch andere empfunden?
B: Nein, eigentlich nicht. Mir fällt momentan nichts mehr ein.

A: Haben wir schon alles abgedeckt damit. Ok. Und hat die Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Beziehung zu dem Unternehmen verändert?
B: Nein.
A: Überhaupt nicht? Hat sich gar nichts dadurch geändert?
B: Nein.

A: Und warum hat sich nichts geändert? Können Sie das vielleicht sagen?
B: Es ist alles wieder positiv erledigt worden.
A: Mhm. Also dadurch, dass das Ergebnis dann positiv war, hat das gepasst?

B: Ja. Ja. Ja. Dann ist es für mich erledigt.

A: Mhm. Ja. Und wie lange besteht die Beziehung schon?

B: Fünf Jahre.

A: Mhm. Und hat es da schon öfters was gegeben oder war das das erste Mal?

B: Das war ein Mal in den fünf Jahren.

A: Ok. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn sehr große Bedeutung.

B: Na, sagen wir acht.

A: Acht. Mhm. Gut. Dann bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Wie alt sind Sie?

B: 50.

A: Ja. Geschlecht ist klar, weiblich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Ah, Hauptschule.

A: Mhm. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen? Also Sie sind praktisch eh Ihre eigene Chefin sozusagen, nicht?

B: Ja. Ja.

A: Ja, genau. Mhm. Ok. Das wär's dann auch schon gewesen. Danke, dass Sie sich Zeit genommen haben für mich.

B: Bitte.

A: Ja. Danke. Wiederhören.

B: Bitte. Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 37

Datum: 24.09.2009

Dauer: 00:07:33

A= Interviewer

B= Respondent

A: Grundsätzlich geht es um Erfahrungen mit Beschwerden oder Probleme mit Lieferanten und wie sich das dann auf die Geschäftsbeziehung auswirkt.

B: Mhm.

A: Mhm.

B: Ja. Haben Sie da konkrete Fragen?

A: Ja. Können Sie sich an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten dann zu einer schlechten Einschätzung des Unternehmens geführt hat?

B: Wenn ich von meiner Sicht aus das betrachte?

A: Genau. Genau. Also Sie hatten dann eine schlechte Einschätzung von Ihrem Lieferanten.

B: Ja, wenn ich das Problem nicht verursacht habe, sondern der Lieferant, dann ist das garantiert, ja, das bleibt ewig hängen.

A: Mhm. Ja. Ok. Können Sie sich da vielleicht an einen konkreten Fall erinnern, ohne Firmennamen zu nennen?

B: Ah, ja, ich habe etwas bestellt und natürlich war das schlecht bedruckt, das Produkt, das ich da bestellt habe. Das war ein Werbeartikel und für mich hat dieser Lieferant jetzt eigentlich ... ja, der wird mit mir kein Geschäft mehr machen.

A: Mhm. Mhm. Ja. Also Sie haben eine schlechte Einschätzung dann sozusagen?

B: Genau. Und ich habe aber auch zur Antwort bekommen vom Lieferanten, ich kann es nicht besser, obwohl ich vorher ein Muster bekommen habe und das auch bemängelt habe, ja, also die Lieferung war dann auch schlecht. Aber mit so jemand macht man dann halt natürlich keine Geschäfte mehr, wenn er nicht ... und auch nicht vom Preis ...

A: Aha. Ok. Ja, na, ist klar. Und wie würden Sie sagen, war die Beziehung zu diesem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde?

B: Also in diesem Fall war es sehr schwierig, weil kaum jemand erreichbar war. Also das ist noch hinzugekommen.

A: Aha. Ok. Und bevor das Ganze passiert ist, war das ok, die Beziehung?

B: Ja, es war halt schwer, mit diesem Lieferanten überhaupt in Kontakt zu treten. Da haben die Probleme schon begonnen. Aber ich habe halt keinen Rückzieher gemacht, war mir eigentlich nicht bewusst, dass das Produkt dann auch schlecht sein könnte.

A: Aha. Ok. Mhm. Und als welche Art von Beziehung würden Sie sie beschreiben? Ist das schon eine langjährige Beziehung?

B: Nein, überhaupt nicht, war ein Neukontakt.

A: Aha. Ok. Und welche Emotionen hat die Erfahrung dann in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Na, großen Ärger.

A: Mhm. Na, ist ganz klar, ja. Ich würde Ihnen noch zusätzlich ein paar Emotionen vorlesen und Sie müssten mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs, was am Besten zugetroffen hat.

B: Ja.

A: Eins wäre überhaupt nicht, Sie haben die Emotion gar nicht empfunden und sechs wäre sehr viel. Sie können auch alles dazwischen nehmen. Und zwar wäre die erste Emotion ...

B: Dann nehme ich einmal drei, bitte.

A: Erfreulich wäre die erste Emotion?

B: Achso. Aha. Ja.

A: Ja? Was würden Sie da eher sagen, welche Zahl?

B: Geht es jetzt nur um diesen negativen Fall?

A: Genau. Jetzt geht es noch immer um den konkreten Fall, genau.

B: Na, das war eins, weil das ist dann das Schlechteste, nicht?

A: Ja. Genau, genau. Überhaupt nicht. Genau.

B: Mhm.

A: Glückliche?

B: Ja, auch eins.

A: Ja. Na, ist klar. Stolz?

B: Eins.

A: Ja. Freundliche Gefühle?

B: Auch eins.

A: Ja. Haben Sie sich geschätzt gefühlt?

B: Eins.

A: Ja. Waren Sie aufmerksam?

B: Ja, sehr. Also würde ich sagen sechs.

A: Ja. Mhm. Genau. Waren Sie aktiv?

B: Ja, sehr. Auch sechs.

A: Ja. Waren Sie interessiert?

B: Ja, auch sehr. Sechs.

A: Mhm. Aufgebracht?

B: Würde ich eher sagen drei.

A: Ja. Wütend?

B: Nein, gar nicht. Eins.

A: Mhm. Traurig?

B: Traurig sagen Sie?

A: Ja, genau.

B: Nein. Auch nicht. Eins.

A: Ja. Schlechter Laune?

B: Auch nicht, eins.

A: Verärgert?

B: Das ja. Würde ich sagen, ja, so drei.

A: Mhm. Ja. Nervös?

B: Nein, gar nicht. Eins.

A: Besorgt?

B: Bitte wie?

A: Besorgt?

B: Besorgt, äh, war ich, ja. Würde ich sagen drei.

1 erfreulich

6 aufmerksam

1 traurig

1 glücklich

6 aktiv

1 schlechter Laune

1 stolz

6 interessiert

3 verärgert

1 freundliche Gefühle

3 aufgebracht

1 nervös

1 geschätzt fühlen

1 wütend

3 besorgt

A: Mhm. Ok. Das waren jetzt schon viele Emotionen. Haben Sie noch andere empfunden dabei?

B: Nein, nein. Ich versuche das auch sachlich abzuhandeln. Ich meine, ärgern, nur wegen einem Lieferanten ...

A: Ok. Ja, na, ist klar. Genau. Und hat diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Beziehung zu dem Unternehmen verändert?

B: Ja, ich bestelle nicht mehr.

A: Mhm. Also es ist zu einem völligen Abbruch gekommen sozusagen?

B: Ja, genau.

A: Ja. Und können Sie sagen, warum das so war? Warum genau?

B: Ja, wenn das Produkt nicht passt, trotz vormaliger Vereinbarung, dann ... ja, das ist halt nichts, so kann man nicht zusammenarbeiten. Auch wenn man ... auch wenn man ihm eine Chance gegeben hat, eine zweite Chance und das funktioniert nicht, dann bricht man den Kontakt natürlich ab.

A: Mhm. Ja. Na, ist verständlich. Und wie lange besteht die Beziehung schon?

B: Also sie hat ungefähr zwei Monate gedauert, die Beziehung.

A: Mhm. Ok. Und hat es da dann öfters was gegeben oder war das das einzige Mal?

B: Nein, nein, das war ein Projekt für zwei Monate.

A: Mhm. Ok, ok. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn sehr große Bedeutung.
B: Die Beschwerde. Meinen Sie in Bezug auf meinen Arbeitsbereich oder was für Probleme der verursacht hat?
A: Ja, in Bezug auf Ihren Arbeitsbereich, ja.
B: Ja, ich würde sagen drei.

A: Mhm. Ok. Dann bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Und zwar wie alt sind Sie?
B: 35.
A: Ja. Geschlecht ist klar, weiblich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?
B: Ah, Matura.
A: Mhm. Ok. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?
B: Ähm, Sachbearbeitung.
A: Mhm. Ok. Also ich nehme an, auch für Reklamationen zuständig dann, ja?
B: Ja, im Bestellwesen.
A: Ok. Ja. Das wär's dann auch schon gewesen. Danke, Sie haben mir sehr geholfen.
B: Danke.
A: Danke. Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 38

Datum: 24.09.2009

Dauer: 00:06:55

A= Interviewer

B= Respondent

A: Also grundsätzlich geht es um Erfahrungen mit Beschwerden oder Probleme mit Ihren Lieferanten und wie sich das dann auf die Geschäftsbeziehung auswirkt.
B: Ja.
A: Können Sie sich da an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten dann zu einer guten Einschätzung des Unternehmens geführt hat?
B: Gute Frage.
A: Also es hat ein Problem gegeben oder eine Beschwerde mit einem Lieferanten von Ihnen und Sie haben dann eine gute Einschätzung von demjenigen gehabt.
B: Wenn ich mich beschwere, ja, dann regeln wir das und dann passt das. Also ... da ist nichts irgendwo, dass ich da jetzt, wie soll ich sagen, nachtragend bin. Ja und ... ja, fertig.
A: Mhm. Ok. Also es ist durchaus schon vorgekommen sozusagen?
B: Ja. Na, das auf alle Fälle. Und nicht nur einmal.
A: Mhm. Ok. Ja. Können Sie sich da vielleicht an ein konkretes Beispiel erinnern, ohne auf Firmennamen einzugehen?
B: Das kommt jeden Tag vor.
A: Mhm. Können Sie das vielleicht ein bisschen ausführen, nur ganz kurz?
B: Ja, was soll ich Ihnen da sagen? Falsche Lieferung. Ja, und der Fall ist erledigt.

A: Ja. Mhm. Ok. Na, bleiben wir zum Beispiel bei dem konkreten Fall, den Sie da jetzt im Kopf haben. Und wie würden Sie sagen, war die Beziehung zu diesem Lieferanten vor dem Auftreten der Beschwerde?

B: Na, das sind meine Großhändler, mit denen arbeiten wir 30 Jahren zusammen und einmal stimmt es, einmal stimmt es nicht.

A: Mhm. Ok. Also war die Beziehung eher ...

B: Und fertig.

A: Mhm. Ok. Also würden Sie sagen, die Beziehung war eher gut?

B: Na, die sind überall gut. Und das ist auch weiterhin so, also ... man ist nicht nachtragend da in dieser Hinsicht.

A: Ja. Ja. Na, bleiben Sie bei dem konkreten Fall, also wo das dann gut ausgegangen ist, wo Sie ... also die das dann gelöst haben für Sie.

B: Ja.

A: Mhm. Also das heißt, es sind eher langjährige Beziehungen?

B: Ja, auf alle Fälle.

A: Mhm. Und welche Emotionen hat die Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst? Das ist vielleicht nicht ganz einfach, die Frage, ja.

B: Ja, Emotionen, sicher ist man stinksauer, ja. Weiß ich nicht. Man bestellt das Richtige und bekommt das Falsche, ja. Man lässt die Wut heraus, ja, und das ist fertig.

A: Ja. Ja. Ok. Ich würde Ihnen ein paar Emotionen vorlesen und Sie müssten mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs, was am Besten zugetroffen hat.

B: Eins ist gut oder eins ist schlecht?

A: Also eins ist überhaupt nicht, Sie haben die Emotion gar nicht empfunden und sechs ist sehr viel. Sie können auch alles dazwischen nehmen. Also die erste Emotion wäre erfreulich.

B: Wenn sie es falsch liefern? Nein, eins.

A: Ja. Ok. Glückliche?

B: Bitte?

A: Glückliche?

B: Wirklich oder was?

A: Glückliche?

B: Ich verstehe das nicht.

A: Waren Sie glücklich?

B: Ah, glücklich.

A: Glückliche, ja.

B: Nein, eins.

A: Ja. Waren Sie stolz?

B: Nein. Eins.

A: Ja. Hatten Sie freundliche Gefühle?

B: Danke ich eh richtig? Die, die falsch liefern?

A: Ja. Ja.

B: Na, eins.

A: Ja. Haben Sie sich geschätzt gefühlt?

B: Eins.

A: Ja. Waren Sie aufmerksam dabei?

B: Ja, sechs.

A: Ja. Waren Sie aktiv?

B: Ja, sechs.

A: Waren Sie interessiert?

B: Nehmen wir drei.

A: Drei. Ja. Aufgebracht?

B: Sechs.

A: Ja. Wütend?

B: Sechs.

A: Mhm. Traurig?

B: Eins.

A: Ja. Schlechter Laune?

B: Ja, sechs.

A: Ja. Verärgert?

B: Sechs.

A: Ja. Jetzt kommen wir schon eher hin.

B: Ja.

A: Nervös?

B: Nein, drei.

A: Ja. Besorgt?

B: Eins.

1 erfreulich

6 aufmerksam

1 traurig

1 glücklich

6 aktiv

6 schlechter Laune

1 stolz

3 interessiert

6 verärgert

1 freundliche Gefühle

6 aufgebracht

3 nervös

1 geschätzt fühlen

1 wütend

1 besorgt

A: Ja. Ok. Das waren jetzt schon viele Emotionen. Haben Sie noch andere empfunden?

B: Nein, wütend. Haben wir das gehabt?

A: Ja, wütend war dabei.

B: Das war eh sechs wahrscheinlich?

A: Ja, genau. Und hat diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Beziehung zu dem Unternehmen verändert, wieder auf den konkreten Fall bezogen?

B: Nein, hat sie nicht.

A: Ist ganz gleich geblieben?

B: Ist gleich geblieben, ja.

A: Ja. Und warum war das so? Warum ist das ganz gleich geblieben?

B: Ja, weil ich von dort die Ware beziehe. Ich kann das nicht jetzt abbrechen, weil sonst bekomme ich ja nichts.

A: Mhm. Also ist nicht so einfach, dass man dann die langjährige Geschäftsbeziehung abbricht sozusagen?

B: Ja, kann man nicht so einfach machen.

A: Mhm. Ok. Und wie lange besteht die Beziehung schon?

B: Ungefähr 15 Jahre.

A: Mhm. Ok. Und können Sie da kurz die Entwicklung beschreiben? War da schon öfters etwas? War das das erste Mal?

B: Das merke ich mir nicht. Ja, es kommt öfters vor, aber das vergisst man dann.

A: Mhm. Ja. Ok. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn sehr große Bedeutung.

B: Vier.

A: Vier. Mhm. Jetzt bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Wie alt sind Sie?

B: Einen Moment.

A: Ja.

B: Ja. Bin schon wieder da.

A: Ja, ok. Ein paar demografische Informationen. Wie alt sind Sie?

B: 33.

A: Ja. Geschlecht ist klar, weiblich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Handelsschule.

A: Mhm. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?

B: Büroangestellte.

A: Mhm. Ok. Ja. Danke. Das wär's dann auch schon gewesen. Danke, dass Sie sich Zeit genommen haben.

B: Bitte.

A: Danke. Wiederhören.

B: Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 39

Datum: 25.09.2009

Dauer: 00:10:34

A= Interviewer

B= Respondent

A: Also, wie gesagt, es geht um Erfahrungen mit Beschwerden oder Probleme mit Lieferanten und wie sich das auf die Geschäftsbeziehung auswirkt.

B: Ok.

A: Ok. Können Sie sich an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten dann zu einer schlechten Einschätzung des beteiligten Unternehmens geführt hat?

B: Ja, natürlich. Ja, ja.

A: Mhm. Und könnten Sie da vielleicht an ein konkretes Beispiel nennen, ohne auf Firmennamen einzugehen, was da vielleicht passiert ist?

B: Ah, na ja, ... Reklamationen. Am dramatischsten sind immer natürlich Folgeschäden, die wir haben. Das heißt, ich kaufe Holz bei einem Lieferanten, verarbeite das und es kommen dann ... also ein konkretes Beispiel, es sind dann Probleme beim Kunden aufgetreten und dass halt unser Produkt dann schlecht war und wir haben das natürlich behoben und gerichtet und wieder für den Endkunden in Ordnung gebracht und natürlich mit dem Lieferanten über diese Mehrkosten verhandelt und gesprochen, wo man natürlich mehr oder weniger ignoriert worden sind mit der Aussage: Hättet ihr euch gemeldet, wie ich geliefert habe, dann wäre das Problem nicht entstanden. Ok, ich komme nicht für die Mehrkosten auf, ich würde eine Ersatzlieferung anbieten. Ja. Was natürlich nicht mehr möglich war, weil verarbeitet und aus dem Grund so ist natürlich dann die Lieferbeziehung abgebrochen worden. Weil man mit solchen Partnern kann

man im Prinzip nicht zusammenarbeiten. Das war nicht nur eine Verschlechterung, sondern eine Auflösung eines Verhältnisses.

A: Ja. Mhm. Ja. Also es zum völligen Abbruch gekommen in dem Fall, ja?

B: Genau. Ja.

A: Mhm. Und bleiben wir bei dem konkreten Fall. Wie würden Sie sagen, war Ihre Beziehung zu diesem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde?

B: Ah, also, grundsätzlich eine klassische Kunden-Lieferanten-Beziehung. Das heißt, die Bestellabwicklung hat so weit funktioniert, die Qualitäten sind dementsprechend immer gehalten worden. Also eine normale laufende Kunden-Lieferanten-Beziehung, würde ich es einmal einschätzen, ja.

A: Mhm. Mhm. Ok. Und als welche Art von Beziehung würden Sie sie beschreiben? Ist das schon eine langjährige Beziehung? Eine stärkere Beziehung?

B: Ah, na, langjährig war das nicht. Also als langjährig würde ich größer fünf Jahre einschätzen und mit dem haben wir drei Jahre oder so zusammengearbeitet. Aber doch eine sehr starke und intensive Verbindung, weil es einer der Hauptlieferanten dann natürlich war, weil das eines der Schwerpunktprodukte ist, die wir verarbeiten, von den Rohstoffen her.

A: Mhm. Mhm. Ok. Und welche Emotionen hat die Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Ah, na ja. Emotional enttäuscht, würde ich sagen, weil, wie soll ich sagen, so diese Verbindungen natürlich ... klar zählen die Fakten, aber es geht natürlich auch darum, ah, mit den Menschen da zusammenzuarbeiten. Wenn man da so enttäuscht wird, dass man halt da keine Unterstützung bekommt und man im Prinzip selber die Probleme auslöffen muss, dann ... Menschlich enttäuscht, würde ich das nennen.

A: Mhm. Mhm. Ok. Ich würde Ihnen noch ein paar Emotionen vorlesen und Sie müssten mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs, was am Besten zugetroffen hat.

B: Ok.

A: Eins wäre überhaupt nicht, Sie haben die Emotion gar nicht empfunden und sechs wäre sehr viel. Und Sie können auch alles dazwischen nehmen.

B: Ja.

A: Also die erste Emotion wäre erfreulich. Wieder auf das konkrete Beispiel bezogen.

B: Ja. Na ja, na, überhaupt nicht erfreulich. War nicht der Fall.

A: Mhm. Also eins.

B: Also sechs ist überhaupt nicht?

A: Als eins wäre das dann. Überhaupt nicht.

B: Ah, eins. Eins, ja.

A: Mhm. Glückliche?

B: Ah, eins. Also ...

A: Ja. Stolz?

B: Nein.

A: Auch eins?

B: Na, eins. Ja.

A: Ja. Freundliche Gefühle?

B: Eins.

A: Ja. Haben Sie sich geschätzt gefühlt?

B: Eins.

A: Ja. Waren Sie aufmerksam dabei?

B: Ich?

A: Ja.

B: Ah ... also ich denke schon. Also ... ich weiß auch nicht. Ich tue mir schwer, da jetzt etwas einzuschätzen. Ich weiß nicht. Da nehme ich drei, weil ich es nicht weiß.

A: Drei. Mhm. Ok. Waren Sie aktiv dabei?

B: Ah, pff, so weit es mich betroffen hat, ja. Dann würde ich das auf vier einschätzen.

A: Mhm. Vier, ja. Waren Sie interessiert?

B: Eine Lösung zu finden, ja. Sechs.

A: Mhm. Ja. Aufgebracht?

B: Nein, das bin ich grundsätzlich selten. Also drei.

A: Ja. Wütend?

B: Ah, drei.

A: Ja. Traurig?

B: Ah, nehmen Sie drei.

A: Ja. Schlechter Laune?

B: Ah, ja, also fünf.

A: Ja. Verärgert?

B: Ah, sechs.

A: Ja. Nervös?

B: Pff, drei.

A: Mhm. Besorgt?

B: Zwei.

1 erfreulich

3 aufmerksam

3 traurig

1 glücklich

4 aktiv

5 schlechter Laune

1 stolz

6 interessiert

6 verärgert

1 freundliche Gefühle

3 aufgebracht

3 nervös

1 geschätzt fühlen

3 wütend

2 besorgt

A: Ja. Ok. Das waren jetzt schon viele Emotionen. Haben Sie noch andere empfunden?

B: Nein.

A: Ok. Und wieder auf das konkrete Beispiel bezogen, hat die Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Beziehung zu dem Unternehmen verändert?

B: Ja, klar. Also das hat zum Abbruch geführt.

A: Ja. Mhm. Und können Sie sagen, warum das so war?

B: Äh, na ja, weil meine Anforderungen ja nicht einmal ignoriert worden sind, sagen wir einmal so.

A: Mhm. Also es ist gar nicht anerkannt worden sozusagen?

B: Genau. Also die haben die Reklamationsabteilung geschlossen, mehr oder weniger, in dem Fall. Also das ist halt die extremste Ausprägung, nach der Sie mich in dem Gespräch gefragt haben.

A: Aha. Ja, genau. Ok. Und wie lange besteht die Beziehung schon? Ich glaube, Sie haben gesagt, circa drei Jahre.

B: Circa drei Jahre ist die bestanden, bis zu dem Zeitpunkt.

A: Genau. Mhm. Und hat es da dann öfters Vorfälle gegeben oder war das das erste Mal?

B: Na, es hat ein paar Kleinigkeiten gegeben. Und das war dann so das erste größere ... also ... Einige kleinere Dinge, die man halt gelöst hat, aber ... ja.

A: Mhm. Ok. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn sehr große Bedeutung.

B: Große Bedeutung, ja.

A: Mhm. Zehn?

B: Zehn, ja.

A: Ja. Ok. Dann bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Wie alt sind Sie?

B: 29.

A: Ja. Geschlecht ist klar, männlich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Ich höre Sie nicht.

A: Oje. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Ah, höchster Schulabschluss ist ... ja, an der Fachhochschule ein, wie nennt man das, ein Lehrgang an einer Fachhochschule, ein mehrsemestriger.

A: Mhm. Ok. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?

B: Ah, die stellvertretende Geschäftsleitung im Moment.

A: Mhm. Ok. Ja. Danke. Das wär's dann schon gewesen. Danke, dass Sie sich Zeit genommen haben. Wiederhören.

B: Bitte. Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 40

Datum: 25.09.2009

Dauer: 00:14:25

A= Interviewer

B= Respondent

A: Also es geht um Erfahrungen mit Beschwerden oder Probleme, die Sie mit Lieferanten gehabt haben und wie sich das auf die Geschäftsbeziehung auswirkt.

B: Ja. Wie genau sind die Fragen zu beantworten?

A: Ja, einen Moment. Ich frage Sie schon. Können Sie sich an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten dann zu einer schlechten Einschätzung des Unternehmens geführt hat?

B: Hm, eigentlich nicht, weil wenn man die Reklamationen oder Beschwerden freundlich und korrekt behandelt oder die Reklamationen, ja, normal behandelt, sage ich einmal, oder freundlich behandelt, dann kann man das auch auf die Lieferantenseite umlegen. Das heißt, je nachdem wie ... ja, wenn der Kunde möglichst ruhig und gelassen die Reklamation vorträgt, ähm, und ruhig und gelassener nimmt man das dann auch dem Lieferanten gegenüber dann in Angriff beziehungsweise muss man das auch so versuchen, also auch dem Kunden, der reklamieren kommt, ahm, mit Ruhe und Gelassenheit, sage ich einmal, entgegenzutreten und Freundlichkeit und das versuchen ... auch dem Lieferanten gegenüber irgendwie die Problemstellung darzulegen.

A: Mhm. Ja. Mhm. Ok.

B: Also ich könnte mich jetzt an kein negatives Erlebnis in diese Richtung irgendwie erinnern. Reklamationen sind immer unangenehm, aber im Prinzip versuchen wir schon, dass wir das ...

A: Dass das dann positiv erledigt wird.

B: Positiv, ja. Und auch irgendwie zur Problemlösung auch beitragen, also auch die Kundenseite verstehen. Wenn jetzt irgendwie ein Buch auf der Innenseite verdrückt ist oder beschädigt ist, dann haftet sowieso der Verlag dafür und dann muss man das eben mit dem Lieferanten, ah, ... kann man das sowieso sehr unproblematisch klären. Und wichtig ist dabei, dass man eben dem Kunden auch die nötige Information gibt, wann eben das ersetzte Teil oder die ersetzte Ware dann wieder da ist und, ja, bereit ist zum Abholen, nicht?

A: Mhm. Mhm. Ja. Also das heißt, Sie haben eher Fälle, wo Sie dann eine gute Einschätzung des Lieferanten hatten?

B: Aus unserer Sicht oder ...?

A: Genau. Aus Ihrer Sicht, ja.

B: Ja. Also wir haben kaum Beschwerden, wo es einfach ... ja, wo es wirklich zu einer negativen Bewertung kommen würde.

A: Mhm. Ok. Fällt Ihnen vielleicht ein konkretes Beispiel ein, wo Sie nachher eine gute Einschätzung hatten, ohne auf Firmennamen einzugehen?

B: Mhm. Also prinzipiell kann ich keine negative Einschätzung abgeben oder kein negatives Beispiel abgeben. Also im Prinzip sind bei uns die Reklamationen auch aller Lieferanten gegenüber immer positiv behandelt worden. Also ganz egal, ob das jetzt von Verlagen aus Österreich ist oder von Lieferanten aus Österreich, die eben Buchgrossisten sind und Zwischenbuchhändler sind, ah, ja, egal, ob klein oder groß, also, wie gesagt, in der Buchbranche wird sehr Wert darauf gelegt, dass das positiv bearbeitet wird.

A: Mhm. Mhm. Also meistens ist das dann gut ausgegangen?

B: Ja, eigentlich schon.

A: Mhm. Ok. Na, bleiben wir bei einem konkreten Beispiel. Sie werden eh irgendetwas im Hinterkopf haben.

B: Ich überlege gerade, war nur so lange keine Reklamation mehr.

A: Aha. Na, das macht nichts, muss nicht in letzter Zeit gewesen sein. Aber sonst ...

B: Mhm. Na, es ist so, wenn zum Beispiel Bücher ... kommen ja sehr oft in Plastik verschweißt und da kann es natürlich zu Produktionsfehlern kommen, die man offensichtlich nicht sieht und die der Kunde dann erst merkt, wenn er zu Hause das Buch von der Folie befreit oder wenn zum Beispiel Seiten falsch eingebunden sind oder verbunden sind und, äh, dann, wenn der Kunde zurückkommt, bekommt er entweder von uns eine Gutschrift und kann sich ein anderes Buch oder eine andere Ware dafür aussuchen, ah, beziehungsweise, wenn er genau dieses Buch haben will, dann bestellt man das einfach noch einmal oder man schaut, ob es am Lager ist und tauscht das ohne Probleme aus. Also es wird eigentlich immer darauf geschaut, dass der Kunde auch die Ware, die er haben möchte wieder erhält. Außer der Kunde legt dann Wert darauf, dass er sagt, nein, dieses bestimmte Buch möchte ich nicht haben oder nicht mehr haben, dann wird eben eine Gutschrift ausgegeben über den Einkaufsbetrag und der Kunde kann sich über diesen Betrag irgendetwas anderes aussuchen, einen anderen Artikel oder ein anderes Buch.

A: Mhm. Ja. Mhm. Ok. Sonst bleiben wir bei dem konkreten Beispiel. Wie würden Sie sagen, war die Beziehung dann zu dem konkreten Lieferanten vor dem Auftreten der Beschwerde?

B: Sehr problemlos. Genauso wie nach dem Auftreten der Beschwerde. Jetzt konkret im Buchhandel werden Beschwerden, sage ich einmal, ja, sehr unproblematisch abgehandelt.

A: Aha. Mhm. Mhm. Und als welche Art von Beziehung würden Sie sie beschreiben? Ist das schon eine langjährige Beziehung? Eine starke Beziehung?

B: Ah, im Buchhandel speziell würde ich von sehr langjährigen, äh, engen Beziehungen sprechen. Also auch die Vertreter, die für verschiedene Verlage reisen, sind meist im Buchhandel langjährig tätig und, ja, ich würde auch sagen, dass das eine sehr freundschaftliche Ebene ist, auf welcher eben konkret jetzt für Sie Beschwerden behandelt werden beziehungsweise ist es auch oft so, dass Vertreter oder Angestellte von Großfirmen dann auch Spezialwünsche erfüllen oder doch noch einmal nachschauen, wenn es heißt, das Buch ist jetzt vergriffen, ob es dann nicht doch noch irgendwo im Lager eines gibt oder wie auch immer. Also das wird an und für sich sehr korrekt und sehr freundschaftlich eigentlich abgehandelt.

A: Mhm. Mhm. Aha. Ok. Und welche Emotionen hat wieder diese spezielle Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Ah, eine ... na ja, wie soll ich sagen, ich nehme die Beschwerden, wenn es welche gibt, dann sehr gelassen, weil ich weiß, dass sich das positiv lösen lässt. Also man hat dann irgendwie weniger Bedenken, wenn eine Beschwerde auftritt oder wenn ein Kunde, na ja, konkret ein Buch zurückbringt aus irgendwelchen Gründen, dann kann man das eigentlich sehr gelassen entgegen nehmen, weil man auch weiß, dass der Rückhalt des Lieferanten da ist oder die Hilfe des Lieferanten, dieses konkrete Problem dann zu lösen.

A: Mhm. Mhm. Also eher positive Gefühle?

B: Ja, auf jeden Fall.

A: Mhm. Ich würde Ihnen jetzt ein paar Emotionen vorlesen und Sie müssten mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs, was am Besten zugetroffen hat.

B: Wieder im konkreten Fall einer Beschwerde?

A: Genau. Genau. Wieder, dass sie dann gut ausgegangen ist.

B: Mhm.

A: Also eins wäre überhaupt nicht, Sie haben die Emotion gar nicht empfunden und sechs ist sehr viel. Sie können auch alles dazwischen nehmen.

B: Mhm.

A: Die erste Emotion wäre erfreulich.

B: Zwei. Nachdem Reklamationen nie wirklich erfreulich sind.

A: Ja. Ja. Genau. Ja. Dann hätte ich glücklich?

B: Ja, auch zwei, weil glücklich ist man auch nicht über Reklamationen.

A: Genau, ja. Stolz?

B: Stolz war das? Ich habe das jetzt nicht ...

A: Ja. Genau. Stolz?

B: Ähm, auch nicht. Zwei.

A: Auch nicht. Ja. Freundliche Gefühle?

B: Ähm, drei.

A: Ja. Haben Sie sich geschätzt gefühlt?

B: Ähm, dem Kunden gegenüber ist das jetzt?

A: Ähm, nein. Gegenüber dem Lieferanten. Also der, der die Beschwerde bearbeitet hat.

B: Mhm. Ah, neutral. Drei.

A: Mhm. Waren Sie aufmerksam dabei?

B: Ähm, auch dem Lieferanten jetzt wieder gegenüber?

A: Genau. Genau.

B: Ähm, ja, fünf.

A: Ja. Waren Sie aktiv?

B: Ja. Sechs.

A: Ja. Waren Sie interessiert?
 B: Ähm, ja, fünf.
 A: Ja. Aufgebracht?
 B: Habe ich jetzt nicht verstanden. Entschuldigung.
 A: Aufgebracht?
 B: Aufgebracht. Nein, drei.
 A: Ja. Mhm. Wütend?
 B: Ah, nein, drei.
 A: Mhm. Traurig?
 B: Drei.
 A: Ja. Schlechter Laune?
 B: Nein, also muss ich da jetzt ... also weniger sagen oder?
 A: Genau. Also eins wäre überhaupt nicht.
 B: Ja. Zwei.
 A: Zwei, mhm. Verärgert?
 B: Mh, drei.
 A: Mhm. Nervös?
 B: Mh, drei. Vielleicht nicht ...
 A: Bitte?
 B: Ich gehe mit dem ziemlich kalt um und emotionslos, habe ich den Eindruck.
 A: Ach. Besorgt?
 B: Entschuldigung, ich habe es nicht verstanden.
 A: Besorgt?
 B: Besorgt. Hm. Fünf.

2 erfreulich	_5_ aufmerksam	_3_ traurig
2 glücklich	_6_ aktiv	_2_ schlechter Laune
2 stolz	_5_ interessiert	_3_ verärgert
3 freundliche Gefühle	_3_ aufgebracht	_3_ nervös
3 geschätzt fühlen	_3_ wütend	_5_ besorgt

A: Ja. Ok. Das waren jetzt schon viele Emotionen. Haben Sie noch andere empfunden?
 B: Na ja, wenn, dann eher positive. Und zwar in die Richtung, dass man dem Kunden irgendwie auch eine Dienstleistung anbieten kann oder dass sich auch der Kunde vertrauensvoll oder darauf verlassen kann, dass man das eben bearbeitet und dass das auch gehandhabt wird. Also eigentlich keine negativen.

A: Mhm. Also eher positive kann man sagen?

B: Eher positiv, ja. Ich denke mir, es muss auch für den Kunden eben ... kundenorientiert positiv gehandhabt werden.

A: Mhm. Ja. Ok. Und wieder auf den konkreten Fall bezogen, hat diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Beziehung zu dem Unternehmen, also zu dem Lieferanten, verändert?

B: Ja, positiv.

A: Mhm. Und in welcher Art und Weise? Also warum hat sich das dann eher positiv verändert?

B: Weil man weiß, wenn es eine Beschwerde gibt, dass sie auch ernst genommen wird, bearbeitet wird oder ja, dass eben auch ... dass die Beschwerde oder das Negative, das der Beschwerde anhaftet nicht bei uns im Prinzip hängen bleibt, im Zwischenbuchhandel, sondern dass das einfach ... ja, dass auch der Rückhalt des Lieferanten da ist.

A: Mhm. Mhm. Ja. Also man wird anerkannt sozusagen, ja?

B: Genau. Ja.

A: Mhm. Und wie lange besteht die Beziehung schon?

B: Ah, Jahrzehnte, wenn ich das so sagen darf.

A: Ok. Ja. Und können Sie da vielleicht kurz die Entwicklung beschreiben? Hat es da schon öfters Vorfälle gegeben? War das das erste Mal?

B: Es gibt immer wieder Beschwerden oder ... Produkte, die schadhaft sind. Aber es, wie gesagt, kommt immer darauf an, auch welche Person bei dieser Firma zuständig ist oder welcher Ansprechpartner da ist. Aber da es im Buchhandel wirklich, möchte ich fast sagen, jahrelange Arbeitsbeziehungen sind oder Arbeitnehmer sind, ah, entwickelt sich auch irgendwie eine Vertrauensbasis, auch wenn man diese Person physisch jetzt nicht kennt, sondern nur vom Telefon eben oder von eben dieser Beschwerde und wie gesagt, die Beschwerden oder die Reklamationen werden unproblematischer im Laufe der Jahre.

A: Mhm. Mhm. Ok. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn sehr große Bedeutung.

B: Ahm, fünf oder sechs. Kann vorkommen, ist weder positiv noch negativ, passiert eben.

A: Mhm. Mhm. Ja. Soll ich eher fünf oder eher sechs nehmen oder ...?

B: Fünf, ja.

A: Fünf. Mhm. Ok. Dann bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Wie alt sind Sie?

B: 34.

A: Ja. Geschlecht ist klar, weiblich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Ah, Matura und anschließend Lehrabschlussprüfung.

A: Mhm. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?

B: Entschuldigung. Wie war die Frage?

A: Welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?

B: Ah, Buchhändlerin.

A: Mhm. Ok. Ja. Das wär's dann auch schon gewesen. Danke, dass Sie sich Zeit genommen haben für mich.

B: Gerne. Es hat eh ein bisschen gedauert, bis wir irgendwie Zeit gefunden haben.

A: Ja, na ja, Hauptsache, es hat funktioniert dann.

B: Genau. Gut. Haben Sie noch Fragen?

A: Nein. Es gibt keine Fragen mehr, nein.

B: Ok. Gut.

A: Dankeschön, ja. Wiederhören.

B: Bitte, gerne. Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 41

Datum: 28.09.2009

Dauer: 00:07:01

A= Interviewer

B= Respondent

A: Also, wie gesagt, es geht grundsätzlich um Erfahrungen mit Beschwerden oder Problemen, die Sie mit Ihren Lieferanten hatten und wie sich das auf die Geschäftsbeziehung auswirkt.

B: Ja.

A: Können Sie sich da an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten dann zu einer schlechten Einschätzung des beteiligten Unternehmens geführt hat?

B: Natürlich. Ja.

A: Mhm. Könnten Sie das vielleicht ein bisschen ausführen mit einem konkreten Beispiel oder so? Ohne auf Firmennamen einzugehen.

B: Ah, ein ausländisches Unternehmen aus Italien, sehr unzuverlässig was Liefertreue betrifft. Da wurden also Sachen versprochen für einen Liefertermin, der wurde nicht eingehalten. Es war zum Teil sehr schwierig, die richtige Ansprechperson zu bekommen. Da wurde dauernd weitergeleitet und so weiter. Also es ist auch von der Liefertreue her sehr problematisch. Und im Weiteren wurde dann auch ... wir haben dann die Zahlung aufgrund dieser Lieferverzögerung gestoppt, haben also die Zahlung nicht getätigt. Und daraufhin hat sich der Lieferant ... sich vorbehalten auf Vorkassabehaltung umzustellen. Und das war eigentlich eine Frechheit und wir haben den Lieferanten dann auch gewechselt.

A: Mhm. Ja. Mhm. Aha. Also es ist zum völligen Abbruch gekommen?

B: Ja, richtig.

A: Mhm. Ok. Bleiben wir vielleicht bei dem konkreten Beispiel. Wie würden Sie sagen, war Ihre Beziehung zu diesem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde?

B: Sehr positiv.

A: War sehr positiv. Mhm.

B: Ja, klar.

A: Mhm. Und als welche Art von Beziehung würden Sie sie beschreiben? Ist das eine langjährige Beziehung gewesen? Eine starke Beziehung?

B: Nein, das war eher eine kurzfristige Beziehung. Also ein ganz neuer Lieferant.

A: Ja. Ok. Und welche Emotionen hat wieder diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Ah, dass es schön ist, wenn man bestehende Lieferanten hat, auf die man sich verlassen kann und keine neuen Lieferanten sich aufbauen muss mühevoll. Das Vertrauen erst dann nach einiger Zeit wieder kommt eigentlich.

A: Mhm. Mhm. Ja, ok. Und ich würde Ihnen jetzt ein paar Emotionen vorlesen.

B: Ja.

A: Und Sie müssten mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs, was am Besten zugetroffen hat. Also eins wäre überhaupt nicht, Sie haben die Emotion gar nicht empfunden und sechs wäre sehr viel. Und Sie können auch alles dazwischen nehmen.

B: Egal, ob es positiv oder negativ war?

A: Ja, genau. Ah, und zwar ... also die Frage bleibt dieselbe, wieder auf den konkreten Fall bezogen und die Emotion bezüglich der Bearbeitung der Beschwerde.

B: Ja.

A: Ok. Die erste Emotion wäre erfreulich.

B: Na ja, nein. Eins.

A: Ja. Also überhaupt nicht, ja. Glückliche?

B: Eins.

A: Ja. Stolz?
B: Bitte wie?
A: Stolz? Waren Sie stolz?
B: Ah, stolz. Das habe ich akustisch nicht verstanden.
A: Oje. Mhm.
B: Ah, eins.
A: Ja. Freundliche Gefühle?
B: Eins.
A: Ja. Haben Sie sich geschätzt gefühlt?
B: Eins.
A: Ja. Waren Sie aufmerksam?
B: Aufmerksam? Ob ich aufmerksam war in der Situation?
A: Ja.
B: Neun. Ah, zehn.
A: Ah, es geht nur bis sechs.
B: Ah, bis sechs. Gut, dann sechs.
A: Mhm. Ok. Ja. Aktiv?
B: Aktiv?
A: Ja. Also wieder von Ihrer Seite gesehen.
B: Ja. Sechs.
A: Ja. Interessiert?
B: Sechs.
A: Ja. Aufgebracht?
B: Sechs.
A: Ja. Wütend?
B: Wie?
A: Wütend?
B: Wütend. Sechs.
A: Ja. Traurig?
B: Sechs.
A: Ja. Schlechter Laune?
B: Sechs.
A: Mhm. Verärgert?
B: Sechs.
A: Ja. Nervös?
B: Sechs.
A: Mhm. Besorgt?
B: Sechs.

1 erfreulich	_6_ aufmerksam	_6_ traurig
1 glücklich	_6_ aktiv	_6_ schlechter Laune
1 stolz	_6_ interessiert	_6_ verärgert
1 freundliche Gefühle	_6_ aufgebracht	_6_ nervös
1 geschätzt fühlen	_6_ wütend	_6_ besorgt

A: Ja. Ok. Das waren jetzt schon viele Emotionen. Haben Sie noch andere empfunden dabei?
B: Nein, das war sehr ausreichend.
A: Ja, ich glaube, es ist alles abgedeckt, ja.
B: Ja.

A: Und hat diese Erfahrung, wieder auf den konkreten Fall bezogen, in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Beziehung zu dem Unternehmen verändert?

B: Ja.

A: Ja. Also Sie haben gesagt, es ist dann zum Abbruch gekommen in diesem Fall.

B: Richtig. Ja.

A: Mhm. Und warum war das so? Warum ist es zum völligen Abbruch gekommen?

B: Na, weil sie dann eben Vorkassa verlangt haben, nicht?

A: Mhm. Ok. Also nur wegen diesem einen Grund?

B: Genau.

A: Ja. Mhm. Und wie lange ist die Beziehung bestanden?

B: Ah, circa drei bis vier Monate.

A: Mhm. Und hat es da öfters Vorfälle gegeben oder war das dann das erste Mal?

B: Das erste und einzige Mal.

A: Mhm. Ok. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn sehr große Bedeutung.

B: Ahm, acht.

A: Acht. Mhm. Ok. Dann bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Und zwar Ihr Alter?

B: 38.

A: Ja. Geschlecht ist klar, männlich. Und was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Ah, Diplomingenieur. Fachhochschule.

A: Mhm. Ok. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?

B: Geschäftsführender Gesellschafter.

A: Mhm. Ok. Danke. Das wär's dann schon gewesen. Danke, dass Sie sich Zeit genommen haben.

B: Danke.

A: Danke. Wiederhören.

B: Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 42

Datum: 28.09.2009

Dauer: 00:07:23

A= Interviewer

B= Respondent

A: Können Sie sich an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten dann zu einer guten Einschätzung des Unternehmens geführt hat?

B: Die Frage ist mir jetzt nicht ganz ...

A: Also es ist jetzt grundsätzlich so: Es hat eine Beschwerde oder ein Problem mit einem Ihrer Lieferanten gegeben und Sie hatten dann im Nachhinein eine gute Einschätzung von dem Lieferanten.

B: Achso, ja, ja, das ist auch möglich, ja.

A: Ja? Ist das schon einmal vorgekommen?

B: Vorgekommen. Ja.

A: Mhm. Können Sie sich da vielleicht an ein konkretes Beispiel erinnern? Ohne auf Firmennamen einzugehen.

B: Mh. Nein, momentan nicht.

A: Mhm. Haben Sie keines irgendwo im Hinterkopf?

B: Nein, eigentlich nicht jetzt momentan.

A: Mhm. Ja, aber überlegen Sie sich das, es wird sicher irgendwann einmal passiert sein, mit einem Lieferanten.

B: Ja, sicher. Und dann hat natürlich der Lieferant geschaut, so schnell wie möglich das Problem zu lösen. Das ist sicher jetzt länger her, dass wir so ein Problem gehabt haben.

A: Mhm. Ok. Mhm. Und wie würden Sie sagen, war die Beziehung zu diesem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde.

B: War eine gute Beziehung.

A: War eine gute Beziehung. Mhm. Und als welche Art von Beziehung würden Sie sie beschreiben? Ist das eine langjährige Beziehung? Eine stärkere Beziehung?

B: Eine langjährige.

A: Mhm. Und welche Emotionen hat diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Ah, mehr gute. Das war eine langjährige Zusammenarbeit und die haben so schnell wie möglich dann das Problem versucht zu lösen.

A: Mhm. Mhm. Also durchaus positive Emotionen, kann man sagen?

B: Ja. Genau.

A: Mhm. Ich würde Ihnen jetzt ein paar Emotionen vorlesen. Und Sie müssten mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs, was am Besten zugetroffen hat. Also eins wäre überhaupt nicht, Sie haben die Emotion gar nicht empfunden und sechs wäre sehr viel. Und Sie können auch alles dazwischen nehmen.

B: Mhm.

A: Also es geht wieder um die Emotionen im konkreten Fall. Und zwar hätte ich da erfreulich?

B: Ah, zwei.

A: Ja. Glückliche?

B: Mh, drei.

A: Ja. Stolz?

B: Bitte?

A: Stolz?

B: Ich verstehe Sie nicht.

A: Stolz? Also waren Sie stolz dabei?

B: Stolz.

A: Ja.

B: Ah. Ja, eins.

A: Also eins ist überhaupt nicht.

B: Ah, eins ist überhaupt nicht.

A: Genau.

B: Dann habe ich vorher ...

A: Soll ich noch einmal anfangen sonst?
 B: Sagen wir jetzt vier. Bei stolz.
 A: Also bei stolz vier. Und die beiden Emotionen vorher? Erfreulich und glücklich soll ich so lassen?
 B: Das können wir so lassen, ja.
 A: Ok. Mhm. Dann hätte ich freundliche Gefühle?
 B: Ja, da nehmen wir zwei.
 A: Zwei. Mhm. Haben Sie sich geschätzt gefühlt?
 B: Da nehmen wir fünf.
 A: Ja. Waren Sie aufmerksam?
 B: Ah, vier.
 A: Mhm. Waren Sie aktiv?
 B: Ah, fünf.
 A: Ja. Waren Sie interessiert?
 B: Da nehmen wir sechs.
 A: Ja. Aufgebracht?
 B: Aufgebracht oder ...?
 A: Ja. Aufgebracht.
 B: Ah, zwei.
 A: Zwei. Mhm. Wütend?
 B: Drei.
 A: Ja. Traurig?
 B: Ah, eins.
 A: Mhm. Schlechter Laune?
 B: Eins.
 A: Ja. Verärgert?
 B: Ah, eins.
 A: Ja. Nervös?
 B: Eins.
 A: Ja. Besorgt?
 B: Zwei.

2 erfreulich	_4_ aufmerksam	_1_ traurig
3 glücklich	_5_ aktiv	_1_ schlechter Laune
4 stolz	_6_ interessiert	_1_ verärgert
2 freundliche Gefühle	_2_ aufgebracht	_1_ nervös
5 geschätzt fühlen	_3_ wütend	_2_ besorgt

A: Mhm. Ok. Das waren jetzt schon viele Emotionen. Haben Sie noch irgendwelche anderen empfunden?
 B: Nein.

A: Ja, ok. Und wieder beim konkreten Beispiel hat diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Beziehung zu dem Unternehmen verändert?
 B: Verändert. Eigentlich ... es war ... einfach eine positive Erfahrung, dass man, wenn man eine langjährige Beziehung hat, dass man eigentlich da auch etwas ... wenn es Probleme gibt, dass die schnell gelöst werden.
 A: Mhm. Mhm. Aber die Beziehung hat sich dadurch nicht verändert?
 B: Ist eigentlich gleich geblieben, die Beziehung.

A: Ist ganz gleich geblieben. Mhm. Und warum war das so? Also warum ist die ganz gleich geblieben? Können Sie das irgendwie sagen?

B: Warum. Na, durch das, dass die das Problem so schnell gelöst haben, ist sie halt gleich geblieben. Wir haben nicht weniger bestellt und deswegen ... wenn es nicht gut gelöst wird, das Problem, dann wird man sich halt einen anderen Lieferanten suchen.

A: Mhm. Mhm. Dann ist das etwas anderes. Aber dadurch, dass das anerkannt wurde, sozusagen, hat das gepasst, ja?

B: Genau.

A: Mhm. Und wie lange besteht die Beziehung schon?

B: Jahrelang, also kann ich jetzt gar nicht sagen.

A: Mhm. Also eine mehrjährige Beziehung?

B: Mehrjährig, ja.

A: Mhm. Und können Sie da kurz die Entwicklung beschreiben? Ist da schon öfters etwas vorgefallen oder war das das erste Mal?

B: Ja, da kommt schon ein paar Mal was vor, aber, was soll man sagen, vielleicht einmal im Jahr kommt etwas vor.

A: Mhm. Ok. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn sehr große Bedeutung.

B: Ah, sieben.

A: Sieben. Mhm. Ok. Dann bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Wie alt sind Sie?

B: 40.

A: Ja. Geschlecht ist klar, männlich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss? Haben Sie mich gehört?

B: Ja. 40.

A: Ja. Nein, ich habe schon wieder eine andere Frage gestellt. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Ah, höchster ... Meisterprüfung.

A: Mhm. Ok. Und welche Funktion genau haben Sie im Unternehmen?

B: Also Planung und Einkauf.

A: Mhm. Ok. Danke. Das wär's dann auch schon gewesen. Danke, dass Sie sich Zeit genommen haben.

B: Bitte, gerne.

A: Danke. Wiederhören.

B: Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 43

Datum: 28.09.2009

Dauer: 00:06:49

A= Interviewer

B= Respondent

A: Können Sie sich an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten dann zu einer schlechten Einschätzung dieses Unternehmens geführt hat?

B: Ja, sicher.

A: Mhm. Und könnten Sie da vielleicht einen konkreten Fall erzählen? Also ohne auf Firmennamen einzugehen.

B: Ja. Speziell bei Glasproblemen. Das heißt, da gibt es verschiedene ... Da gibt es die ÖNORM und laut dieser Norm ist das ... genügt das für unsere Kunden nicht zum Beispiel und dann brauchen wir aber verbesserte Qualitäten und da hat einer nicht das liefern können oder können mehrere das nicht liefern, dann ist der Fall erledigt.

A: Mhm. Ja. Ok. Und dann hat man natürlich eine schlechte Einschätzung von dem Lieferanten. Mhm. Und bleiben wir bei dem konkreten Beispiel, wie würden Sie sagen, war Ihre Beziehung zu diesem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde.

B: Mit den Großlieferanten ist es immer ein bisschen schwierig. Da ist es vorher auch schon also ...

A: Mhm. Aha. Also war vorher auch nicht so gut?

B: Es ist auch immer nicht ... Das ist auch nicht perfekt, weil die haben eine ganz andere Einstellung, ja.

A: Mhm. Ok. Und als welche Art von Beziehung würden Sie sie beschreiben? Ist das schon eine langjährige Beziehung? Eine schwache Beziehung?

B: Eher eine schwache Beziehung.

A: Mhm. Ok. Und welche Emotionen hat diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Emotionen. Pff. Dass man mit jedem ... Na, die Emotion ist, dass man einfach versuchen muss, trotzdem nicht nach ÖNORM, sondern auch den Kunden zufrieden zu stellen.

A: Ok. Ich würde Ihnen ein paar Emotionen vorlesen. Und Sie müssten mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs, was am Besten zugetroffen hat. Also eins wäre überhaupt nicht, Sie haben die Emotion gar nicht empfunden und sechs wäre sehr viel. Und Sie können auch alles dazwischen nehmen. Also wieder auf den konkreten Fall bezogen. Die erste Emotion wäre erfreulich?

B: Mh, das ... erfreulich ist eins.

A: Ja. Genau. Also überhaupt nicht. Glückliche?

B: Na, eins ist schlecht, nicht?

A: Genau. Eins ist überhaupt nicht. Genau.

B: Ja.

A: Also bei glücklich auch eins?

B: Ja.

A: Ja. Stolz?

B: Bitte?

A: Waren Sie stolz dabei?

B: Nein.

A: Ja. Soll ich auch eins nehmen?

B: Ja.

A: Ja. Ok. Freundliche Gefühle?

B: Mh, drei.

A: Ja. Haben Sie sich geschätzt gefühlt?

B: Haben Sie's?

A: Ah, bitte? Nein. Das habe ich nicht verstanden.

B: Drei.
A: Bei geschätzt gefühlt drei?
B: Mhm.
A: Mhm. Waren Sie aufmerksam?
B: Sechs.
A: Ja. Waren Sie aktiv?
B: Sechs.
A: Ja. Waren Sie interessiert?
B: Sechs.
A: Aufgebracht?
B: Zwei.
A: Mhm. Wütend?
B: Eins.
A: Ja. Traurig?
B: Vier.
A: Mhm. Schlechter Laune?
B: Vier.
A: Ja. Verärgert?
B: Vier.
A: Nervös?
B: Nervös gar nicht. Sechs.
A: Also eins wäre das.
B: Achso. Eins. Ja.
A: Eins. Überhaupt nicht, ja. Besorgt?
B: Äh, zwei.

1 erfreulich	_6_ aufmerksam	_4_ traurig
1 glücklich	_6_ aktiv	_4_ schlechter Laune
1 stolz	_6_ interessiert	_4_ verärgert
3 freundliche Gefühle	_2_ aufgebracht	_1_ nervös
3 geschätzt fühlen	_1_ wütend	_2_ besorgt

A: Mhm. Ok. Das waren jetzt schon viele Emotionen. Haben Sie noch andere empfunden?

B: Nein.

A: Ok. Und wieder auf den konkreten Fall bezogen, hat diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Beziehung zu dem Unternehmen verändert?

B: Ja, sicher.

A: Ja. Und in welcher Weise?

B: Aufgelöst.

A: Hat sich ganz aufgelöst? Also es ist zum völligen Abbruch gekommen?

B: Genau.

A: Mhm. Und warum war das so?

B: Na, weil sie die Qualität nicht erfüllen können.

A: Mhm. Also nur aufgrund der Qualität dann?

B: Genau.

A: Ja. Und wie lange hat die Beziehung bestanden?

B: Pff, einige Jahre. Kann ich schlecht sagen.

A: Mhm. Mhm. Und können Sie kurz die Entwicklung beschreiben? Also Sie haben gesagt, es ist öfters etwas vorgefallen oder war das das erste Mal?

B: Ja. Nein, ist öfters.

A: Öfters etwas vorgefallen?

B: Öfters.

A: Bitte?

B: Das ist bei jedem Lieferanten.

A: Mhm. Ok. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins ist überhaupt keine Bedeutung und zehn sehr große Bedeutung.

B: Na ja, es hat schon große Bedeutung. Sieben.

A: Sieben. Mhm. Dann bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Und zwar wie alt sind Sie?

B: 44.

A: Ja. Geschlecht ist klar, männlich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Schulabschluss. Ah, Berufsschule.

A: Mhm. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?

B: Bitte?

A: Welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen? Haben Sie mich gehört?

B: Einkaufsleitung.

A: Einkaufsleitung. Ok. Ja. Danke. Das wär's dann schon gewesen. Danke, dass Sie sich Zeit genommen haben für mich.

B: Bitte.

A: Danke. Wiederhören.

B: Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 44

Datum: 29.09.2009

Dauer: 00:09:20

A= Interviewer

B= Respondent

A: Es geht, wie gesagt, grundsätzlich um Erfahrungen mit Beschwerden oder Probleme, die Sie mit Ihren Lieferanten hatten und wie sich das auf die Geschäftsbeziehung auswirkt. Können Sie sich da an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten dann zu einer guten Einschätzung dieses Unternehmens geführt hat?

B: Das ist eigentlich der Großteil immer bei uns, also dass man sagen kann, das ist in Ordnung, wenn man das reklamiert.

A: Mhm. Ja. Ok. Und könnten Sie da vielleicht einen konkreten Fall nennen? Ohne auf Firmennamen einzugehen. Nur kurz, was da passiert ist.

B: Ja, zum Beispiel, da gibt es bei uns einen Lieferanten, der ist regional und normalerweise ist es bei uns so üblich, dass wir einen WB-Schein machen für gewisse Produkte, wenn wir sie nicht geliefert bekommen, ja. Aber der ist puncto EDV nicht so weit und

da muss man immer reklamieren, dass der dir die Ware nachliefert, ja? Und da haben wir einmal so einen Fall gehabt, dass das nicht funktioniert hat und da sind aber auch zwei, drei verschiedene zuständig gewesen und da hat dann eigentlich die Vertretung von derjenigen, die da zuständig ist von dieser Firma relativ prompt reagiert und dann haben wir das relativ schnell erledigt gehabt. Aber bei uns ist ja das Problem, wenn wir eine falsche Buchung bekommen, geht das über unsere Zentrale, ja? Und da wird unsere Filiale immer falsch belastet. Aber aufgrund, dass die so schnell reagiert haben, habe ich diese Buchung gar nicht erst bekommen und habe ich mir viel Arbeit erspart, weil ich sonst mit der Zentrale immer enorm viel Aufwand habe und ich muss das dann darstellen, warum das überhaupt passiert ist. Da könnte ich eigentlich kein schlechtes Beispiel nennen. Also die, die bei uns im Waldviertel regional sind, die sind sowieso tip top die Firmen und wenn ich jetzt, ich weiß nicht, zum Beispiel einen Großlieferanten hernehme, wenn ich da jetzt mit dem Vertreter spreche oder was, kann ich sicher sein, dass da innerhalb von einer Woche auch irgendeine Lösung kommt, also ... Da ist eigentlich nichts Negatives, was ich im Moment berichten könnte, wirklich nicht, nein.

A: Mhm. Mhm. Ja, ist klar. Ok. Na, bleiben wir bei dem konkreten Beispiel, das Sie mir gesagt haben. Wie würden Sie sagen, war die Beziehung zu diesem Lieferanten, also zu diesem Unternehmen, vor dem Auftreten der Beschwerde?

B: Na, relativ gut und nachher auch genauso gut. Es hat überhaupt kein Problem gegeben.

A: Mhm. Ok. Und als welche Art von Beziehung würden Sie sie beschreiben? Ist das schon eine langjährige Beziehung? Eine starke Beziehung?

B: Na ja, stark. Es sind nicht so viele Artikel, die ich von denen bekomme, also kann ich das nicht unter richtig stark einstufen, aber lang schon, ja.

A: Mhm. Mhm. Ok. Und welche Emotionen hat diese Erfahrung, wieder auf das konkrete Beispiel bezogen, in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Na ja, schwer zu schätzen. Freude direkt kann ich ja auch nicht sagen. Zufriedenheit, ja, weil es relativ schnell erledigt wurde.

A: Ja, ja. Mhm. Ok. Ich würde Ihnen ein paar Emotionen vorlesen. Und Sie müssten mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs, was am Besten zutroffen hat.

B: Ja.

A: Also eins wäre überhaupt nicht, Sie haben die Emotion gar nicht empfunden und sechs wäre sehr viel. Und Sie können auch alles dazwischen nehmen. Also wieder bezogen auf den konkreten Fall.

B: Na, da würde ich so eine Fünf sagen.

A: Na, Moment. Die erste Emotion wäre erfreulich?

B: Aha. Achso. Sie lesen mir das vor jetzt.

A: Genau. Und Sie müssten mir die Zahl dann sagen, die passt.

B: Mhm. Die erste wäre erfreulich. Dann nehmen wir die zwei.

A: Mhm. Glückliche?

B: Ah, glücklich ist zwei?

A: Ah, nein, glücklich also ist die nächste Emotion schon. Und Sie müssten mir wieder sagen, welche Zahl am Besten zutrifft.

B: Auch wieder von eins bis sechs?

A: Genau. Also eins ist überhaupt nicht und sechs sehr viel.

B: Ja, na fünf. Relativ gut.

A: Mhm. Ok. Stolz?

B: Bitte?

A: Stolz? Waren Sie stolz dabei?
 B: Stolz.
 A: Mhm.
 B: Nein, das ist so eine mittlere Zahl.
 A: Ja. Drei oder vier?
 B: Na, nehmen wir so drei.
 A: Drei. Mhm. Freundliche Gefühle?
 B: Das schon, ja. Ganz stark.
 A: Ja. Also sechs?
 B: Ja.
 A: Ja. Haben Sie sich geschätzt gefühlt?
 B: Ja, kann man schon sagen.
 A: Ja? Auch sechs oder ...?
 B: Ja, auch sechs, ja.
 A: Ja. Waren Sie aufmerksam dabei?
 B: Ja. So fünf.
 A: Fünf. Ja. Waren Sie aktiv?
 B: Na, sechs.
 A: Ja. Interessiert?
 B: Ja, fünf.
 A: Ja. Aufgebracht?
 B: Na, aufgebracht. Nein. Ich täte eher in den unteren Bereichen etwas ... Ich bin nicht so schnell aufgebracht.
 A: Ja. Soll ich zwei nehmen?
 B: Nehmen wir zwei, ja.
 A: Ok. Ja. Wütend?
 B: Auch nicht, nein. Nehmen wir auch zwei.
 A: Ja. Traurig?
 B: Nein.
 A: Ja. Soll ich eins oder zwei ...
 B: Nehmen wir fünf oder so.
 A: Fünf wäre dann viel.
 B: Achso, nein, weniger traurig, dass es ist.
 A: Ja. Also eins oder zwei...?
 B: Im unteren Bereich wieder. So zwei sagen wir.
 A: Zwei. Mhm. Schlechter Laune?
 B: Schlechter Laune. Nein. Das war ich weniger. Also auch zwei.
 A: Auch zwei. Ja. Verärgert?
 B: Verärgert. Na ja, im ersten Moment vielleicht. Sagen wir drei.
 A: Ja. Nervös?
 B: Nein, eigentlich nicht.
 A: Ja. Soll ich zwei nehmen oder eins?
 B: Können Sie ruhig eins nehmen.
 A: Eins. Mhm. Besorgt?
 B: Besorgt. Na, nehmen wir zwei auch. Weil das ist so eine Lappalie.

2 erfreulich	_5_ aufmerksam	_2_ traurig
5 glücklich	_6_ aktiv	_2_ schlechter Laune
3 stolz	_5_ interessiert	_3_ verärgert
6 freundliche Gefühle	_2_ aufgebracht	_1_ nervös
6 geschätzt fühlen	_2_ wütend	_2_ besorgt

A: Mhm. Ja. Ok. Und haben Sie noch andere Emotionen empfunden, außer die, die ich schon vorgelesen habe?

B: Nein, eigentlich nicht, nein.

A: Mhm. Und bleiben wir wieder bei dem konkreten Beispiel mit der guten Erfahrung. Und hat die Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Beziehung zu diesem Unternehmen verändert?

B: Hat er eigentlich nicht, weil es relativ prompt erledigt wurde.

A: Mhm. Also hat sich gar nicht verändert kann man sagen?

B: Gar nicht verändert, nein.

A: Ja. Und warum war das so? Nur, weil es sofort erledigt wurde?

B: Richtig, weil sonst hätte ich das Komplizierte gehabt, ja? Wenn es zwei, drei Tage länger gedauert hätte, wäre es sicher für mich komplizierter geworden. So habe ich das nicht, weil bei mir geht es ja auch dann über den Vorgesetzten, wenn so Sachen sind, wenn etwas nicht stimmt mit den Buchungen. Aber nur, die Frist war eingehalten, in- folgedessen haben wir das selbst geklärt, so habe ich das nicht klären müssen.

A: Mhm. Ja. Mhm. Also dadurch, dass das schnell anerkannt wurde, hat das gepasst. Mhm. Und wie lange besteht die Beziehung schon?

B: Lassen Sie mich nachdenken. Ich glaube, so fünf, sechs Jahre haben wir diesen Lie- feranten. Ja, fünf, sechs Jahre.

A: Mhm. Ja. Mhm. Und können Sie da kurz die Entwicklung beschreiben? Hat es da schon öfters Probleme gegeben oder war das das erste Mal?

B: Nein, eigentlich haben wir sonst keine Probleme gehabt. Das war das erste Mal, glaube ich. Ich könnte mich nicht direkt daran erinnern.

A: Mhm. Ja. Ok. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn sehr große Bedeutung.

B: Na, so eine mittelgroße Bedeutung. So fünf oder sechs. In diesem Bereich, glaube ich, ja.

A: Ja. Soll ich eher fünf oder eher sechs ...?

B: Na, sagen wir sechs.

A: Sechs. Mhm. Gut. Dann bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Wie alt sind Sie?

B: Ich bin 30.

A: Ja. Geschlecht ist klar, männlich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Die Handelsschule.

A: Mhm. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?

B: Marktleiter-Stellvertreter.

A: Mhm. Ok. Danke. Das wär's dann auch schon gewesen. Danke, dass Sie sich Zeit genommen haben.

B: Bitte.

A: Danke. Wiederhören.

B: Wiederhören.

Fragebogennummer: 45

Datum: 09.10.2009

Dauer: 00:10:34

A= Interviewer

B= Respondent

A: Können Sie sich an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten dann zu einer schlechten Einschätzung des beteiligten Unternehmens geführt hat?

B: So, jetzt habe ich das Erste aber nicht verstanden. Was heißt, eine schlechte Beteiligung? Noch einmal, bitte? Denn ich verstehe Sie wahnsinnig schlecht, wissen Sie das?

A: Oje. Na, es ist vielleicht wegen der Freisprechanlage, weil ich muss da mitnotieren, ein paar Sachen. Können Sie sich an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten dann zu einer schlechten Einschätzung des beteiligten Unternehmens, also des Lieferanten, geführt hat?

B: Aha. Nein, kann ich mich nicht erinnern.

A: Können Sie sich nicht erinnern?

B: Nein, das ist auch nicht so. Weil an und für sich, wenn man mit den Firmen zusammenarbeitet, hat man eine Partnerschaft und ... Also würde ich jetzt nicht so sehen, dass ich da jetzt negativ ... eine negative Erfahrung hätte.

A: Mhm. Mhm. Und können Sie sich vielleicht auf den gegenteiligen Fall erinnern, dass Sie dann eine gute Einschätzung von dem Lieferanten hatten?

B: Ja, ich sage Ihnen, wenn man eine Partnerschaft hat oder eine Geschäftsbeziehung und die ... ah, wenn es Probleme gibt, ist es natürlich dann im Endeffekt ... wenn man diese löst, ist es positiv. Also somit ... kann es auch keine Probleme geben. Ich meine, jeder will sein Geschäft machen und ich will Ware, die gut ist und wenn ich etwas gut verkaufe, will ich diese Ware und derjenige will aber auch verkaufen, mein Partner, also mein Vis-à-vis, nicht? Also somit sehe ich da jetzt diese Problematik überhaupt nicht.

A: Mhm. Mhm. Also geht es meistens gut aus, kann man sagen?

B: Ja, ja. Sicher, sicher.

A: Ja. Und könnten Sie da vielleicht ein konkretes Beispiel nennen? Ohne auf Firmennamen einzugehen. Nur, was da vielleicht passiert ist.

B: Na, bei Reklamationen oder bei Teilen, die vielleicht kaputt geliefert worden sind oder nicht in Ordnung ... nicht so geliefert, dass ich es gleich in den Verkauf hängen und wo ich es noch überarbeiten muss, dann trifft man sich irgendwo und sagt, gut, das wird aufgebügelt und das übernimmt dann die ... also wir sind jetzt aus der Modebranche, ich weiß nicht, ob Sie nur Mode ... oder ob Sie andere Firmen auch kontaktieren?

A: Mhm. Mhm. Na, die verschiedensten Firmen.

B: Aber das übernimmt dann meistens der Lieferant, also wenn die Teile nicht korrekt geliefert werden, nicht?

A: Mhm. Mhm. Ok. Und bleiben wir bei dem konkreten Beispiel, wenn Sie da eines im Hinterkopf haben. Wie würden Sie sagen, war dann diese Beziehung zu dem Unternehmen, also zu dem Lieferanten, vor dem Auftreten der Beschwerde?

B: Ja, das ist schon eine gute Beziehung. Also wir haben nur wirklich langjährige Partnerschaften oder Beziehungen, also und Lieferanten. Und da hat man dann schon eine gute. Ich von meiner Seite immer.

A: Mhm. Ok. Also war vorher genauso gut?

B: Das war genauso, ja. So ist es immer.

A: Also es sind langjährige, eher stärkere Beziehungen?

B: Ja, ja, ja.

A: Ok. Bleiben wir trotzdem bei dem konkreten Beispiel. Welche Emotionen hat diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Bei mir?

A: Mhm.

B: Wer sie bei mir ausgelöst hat?

A: Ja. Also welche Emotionen?

B: Na, ganz normale. Also Emotion ... Was soll ich Ihnen sagen? Das ist ... Emotion. Das ist ein normaler Geschäftsablauf. Also wenn etwas nicht in Ordnung ist, dann muss man diesen Reklamationen nachgehen und dann ...

A: Ja. Mhm. Also es wird eher sachlich gehandhabt?

B: So ist es, ja. Weil das so ein Geschäft ist und ja ... Sachlich, ja, das ist der richtige Ausdruck dafür, ja.

A: Mhm. Ok. Ja. Und dürfte ich Ihnen trotzdem ein paar Emotionen vorlesen? Und Sie müssten mir dann sagen, was am Besten zutrifft, auf einer Skala von eins bis sechs. Eins wäre überhaupt nicht, Sie haben die Emotion gar nicht erlebt und sechs wäre sehr viel. Sie können auch alles dann dazwischen nehmen. Und es geht wieder um den konkreten Fall. Also als erste Emotion hätte ich erfreulich?

B: Was heißt erfreulich? Wenn ich das positiv erledigt habe oder was meinen Sie?

A: Ja, also bezüglich wieder der Bearbeitung der Beschwerde. In dem Fall, dass es dann gut ausgegangen ist. Also haben Sie sich erfreulich dabei gefühlt?

B: Nein, wenn ich eine Reklamation habe, erfreue ich mich nicht dabei, ja.

A: Mhm. Also wäre das eher eins? Überhaupt nicht.

B: Eins.

A: Mhm. Dann hätte ich glücklich?

B: Nein, eins. Glücklich bin ich auch nicht, wenn ich eine Reklamation habe.

A: Ja, auch eins. Ist ganz klar, ja. Stolz?

B: Ja. Stolz kann man immer ... ist man immer. Ja, ok. Ja.

A: Mhm. Was soll ich eher nehmen, welche Zahl?

B: Das zweite. Also was haben Sie mir da gesagt?

A: Also von eins bis sechs geht es. Und eins wäre überhaupt nicht und sechs ist dann sehr viel.

B: Achso. Dann machen wir die Mitte. Drei.

A: Mhm. Drei. Ok. Hatten Sie freundliche Gefühle?

B: Die habe ich immer, ja. Ich bin ein freundlicher Mensch, wenn ich nicht im Stress bin.

A: Ja. Ok. Also welche Zahl würde eher zutreffen?

B: Also was ist jetzt freundlich? Ja.

A: Ja. Also sehr viel wäre sechs dann.

B: Ja, dann machen wir fünf.

A: Fünf, ok. Haben Sie sich geschätzt gefühlt?

B: Ja, fünf.

A: Ja. Waren Sie aufmerksam dabei?

B: Fünf, ja.

A: Ja. Waren Sie aktiv?

B: Fünf, ja.

A: Ja. Interessiert?

B: Ja, fünf. Sechs. Auf jeden Fall, sechs.

A: Sechs. Mhm. Aufgebracht?

B: Aufgebracht. Na, würde ich dann vier nehmen.

A: Vier. Ja. Wütend?

B: Nein, bin ich nicht. Also eins.

A: Mhm. Traurig?

B: Nein.

A: Auch eins?

B: Ja.

A: Ja. Schlechter Laune?

B: Bester Laune oder schlechter Laune?

A: Schlechter Laune? Also schlechter Laune?

B: Nein, zwei. Also nein.

A: Ja. Also zwei. Ja. Verärgert?

B: Na, drei.

A: Ja. Nervös?

B: Nein, eins.

A: Ja. Besorgt?

B: Besorgt?

A: Ja. Besorgt?

B: Nein. Eins.

1 erfreulich

5 aufmerksam

1 traurig

1 glücklich

5 aktiv

2 schlechter Laune

3 stolz

6 interessiert

3 verärgert

5 freundliche Gefühle

4 aufgebracht

1 nervös

5 geschätzt fühlen

1 wütend

1 besorgt

A: Ja. Ok. Das waren jetzt schon viele Emotionen. Haben Sie noch andere dabei empfunden?

B: Nein.

A: Ok. Und wieder auf das konkrete Fallbeispiel bezogen. Hat diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Beziehung zu dem Unternehmen verändert?

B: Nein, hat sich nicht verändert.

A: Ok. Ist es ganz gleich geblieben wie vorher?

B: Ja, das ... Im Geschäftsleben ist das so.

A: Mhm. Und können Sie sagen, warum das ganz genauso geblieben ist?

B: Bitte?

A: Können Sie sagen, warum das ganz genauso geblieben ist, die Beziehung?

B: Na, wenn das gehandhabt wird mit fairen Mitteln, dann gibt es keine Gründe, warum man da jetzt nachtragend ist oder wenn alles erledigt ist und wenn ... ich meine, das ist so wie im normalen Leben. Also warum soll man da nachtragend sein? Warum soll das irgendetwas verändern?

A: Mhm. Ok. Ja. Und wie lange besteht in dem konkreten Fall die Beziehung schon, ungefähr?

B: Ich bin 19 Jahre in der Firma. Sagen wir einmal 15 Jahre.

A: Mhm. Ok. Ja. Und hat es da schon öfters irgendwelche Probleme gegeben oder war das das erste Mal?

B: Also bei dem Fall das erste Mal, kann man sagen.

A: Mhm. Ja. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn sehr große Bedeutung.

B: Na ja, machen wir vier, nicht?

A: Vier. Mhm. Ok. Dann bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Und zwar wie alt sind Sie?

B: Ich bin 41 Jahre alt.

A: Ja. Geschlecht ist klar, weiblich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Ja, habe ich. Also welchen Schulabschluss?

A: Ja, der höchste Schulabschluss, ja. Genau.

B: Ah, ja. Was habe ich ... Hetzendorf ... Also die Meisterprüfung für Schneiderei und Hetzendorf. Modeschule Hetzendorf. Also eine Fachausbildung habe ich.

A: Mhm. Ok. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?

B: Ich bin Einkäuferin.

A: Einkauf. Ok. Ja. Dankeschön. Das wär's dann schon gewesen. Danke, dass Sie sich Zeit genommen haben für mich.

B: Ok. Dann wünsche ich Ihnen alles Gute.

A: Dankeschön. Wiederhören.

B: Danke.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 46

Datum: 16.11.2009

Dauer: 00:07:20

A= Interviewer

B= Respondent

A: Es geht also grundsätzlich um Erfahrungen mit Beschwerden mit Ihren Lieferanten und wie sich das dann auf die Geschäftsbeziehung auswirkt.

B: Ok.

A: Können Sie sich da an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten dann zu einer schlechten Einschätzung des Unternehmens geführt hat, also des Lieferanten?

B: Mhm. Ja. Da geht es vor allem um die Lieferbereitschaft, zum Beispiel, ja?

A: Mhm. Mhm.

B: Und da ist es oft so, dass die Vorkassa-Rechnungen bezahlt werden und wir Geld überwiesen haben und die Ware noch nicht bereitsteht, ja?

A: Ja. Mhm. Ok.

B: Das haben wir aber geklärt, haben wir quasi eine Beschwerde eingebracht, die hat dann aber sehr gut funktioniert, dann, ja ...

A: Mhm. Aha. Ok. Das heißt, Sie haben dann aber eher eine gute Einschätzung gehabt?

B: Eher eine gute, ja. Die sind kritikfähig schon auch, ja, die Lieferanten.

A: Mhm. Na, ok. Ja. Na, dann bleiben wir bei dem Fall mit der guten Einschätzung. Bleiben wir bei dem konkreten Beispiel, das Sie gesagt haben.

B: Ja.

A: Wie würden Sie sagen war die Beziehung zu diesem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde?

B: Vor dem Auftreten. Ja. Es hat kleine Probleme gegeben bei den Lieferbereitstellungen. Das hat sich nachher sicher verbessert, ja.

A: Ja. Mhm. Ok. Also es war vorher ... vorher hat es kleine Reibereien gegeben, kann man sagen, aber sonst war alles in Ordnung?

B: Ja.

A: Und als welche Art von Beziehung würden Sie sie beschreiben? Ist das schon eine langjährige Beziehung? Eine starke Beziehung?

B: Ist schon eine langjährige, schon. Ja.

A: Mhm. Ok. Und wieder auf das konkrete Beispiel bezogen, welche Emotionen hat diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Ja, na, man fragt sich natürlich auch, wie nimmt das der Lieferant auf. Geht er darauf ein und ... ja. Aber ich war eigentlich dann sehr positiv überrascht.

A: Mhm. Ok. Also die waren dann eher positiv, die Gefühle, kann man sagen?

B: Am Schluss dann, ja.

A: Mhm. Ok. Ich würde Ihnen jetzt ein paar Emotionen vorlesen.

B: Ja.

A: Und Sie müssten mir sagen, was am Besten zutrifft. Also es gibt eine Skala von eins bis sechs. Eins wäre überhaupt nicht, Sie haben die Emotion gar nicht empfunden und sechs wäre dann sehr viel. Sie können auch alles dazwischen nehmen.

B: Ok.

A: Also wieder auf das konkrete Beispiel bezogen. Die erste Emotion wäre erfreulich?

B: Mhm. Ah. Ja. Sagen wir vier.

A: Ja. Dann glücklich?

B: Ja, das geht eigentlich einher mit dem ersten. Ja, zwischen drei und vier halt oder ... Ja, ist eh so wie beim ersten.

A: Mhm. Ja, also eher vier?

B: Ja.

A: Mhm. Stolz?

B: Auch natürlich, ja. Sagen wir drei.

A: Ja. Freundliche Gefühle?

B: Ja. Auch drei.

A: Auch drei. Ja. Haben Sie sich geschätzt gefühlt?

B: Vom Lieferanten dann, nicht?

A: Ja.

B: Ja, eher vier oder fünf. Eher vier.

A: Eher vier. Ja. Waren Sie aufmerksam dabei?

B: Ja. Eher fünf.

A: Fünf. Ja. Waren Sie aktiv?

B: Ja. Auch fünf.

A: Ja. Waren Sie interessiert?

B: Ja, auch fünf.

A: Ja. Aufgebracht?

B: Aufgebracht?

A: Ja. Aufgebracht?

B: Drei.

A: Ja. Wütend?

B: Nehme ich zwei.

A: Ja. Traurig?

B: Ja. Nein. Eher nicht. Eins oder null, wenn Sie haben.

A: Also eins, ja. Eins ist überhaupt nicht, ja. Schlechter Laune?

B: Eins.

A: Ja. Verärgert?

B: Ja, eins.

A: Mhm. Nervös?

B: Na, zwei.

A: Ja. Besorgt?

B: Auch zwei.

4 erfreulich

5 aufmerksam

1 traurig

4 glücklich

5 aktiv

1 schlechter Laune

3 stolz

5 interessiert

1 verärgert

3 freundliche Gefühle

3 aufgebracht

2 nervös

4 geschätzt fühlen

2 wütend

2 besorgt

A: Ja. Ok. Das waren jetzt schon viele Emotionen. Haben Sie noch irgendwelche anderen dabei empfunden?

B: Nein, ich denke mir, das Spektrum haben wir durch. Ja.

A: Ja, ich glaube auch. Ja. Und hat diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Beziehung zu dem Unternehmen verändert?

B: Zum Lieferanten jetzt oder?

A: Ja. Genau.

B: Es hat sich verändert, natürlich in positiver Hinsicht.

A: Mhm. Also man kann sagen, die Beziehung hat sich verstärkt?

B: Ja, schon, ja.

A: Mhm. Ok. Und können Sie sagen, warum das so war? Warum hat sich die Beziehung verstärkt?

B: Ja, weil man eben gegenseitig auf Schwächen eingeht. Ja. Es hat ja der Lieferant nicht absichtlich gemacht. Das war halt ein interner Fehler auch vielleicht, ja? Dann hat man ihn auf das aufmerksam gemacht und das hat dann zur Verbesserung vom anderen Unternehmen beigetragen.

A: Mhm. Ja. Ok. Also dadurch, dass das anerkannt worden ist, sozusagen, ist das positiv ausgegangen. Mhm. Und wie lange besteht die Beziehung zu diesem Unternehmen schon?

B: Seit 2001.

A: Mhm. Ok. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn sehr große Bedeutung.

B: Da es um die Warenlieferung geht, ist es eine zehn. Ja. Das war sehr bedeutend, ja.

A: Mhm. Sehr große Bedeutung. Ja. Jetzt bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Wie alt sind Sie?

B: 23.

A: Ja. Ok. Geschlecht ist klar, männlich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Die Matura.

A: Mhm. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?

B: Ähm, Auftragsabwicklung und Transportkoordination.
A: Mhm. Ok. Ja. Danke. Das wär's dann auch schon gewesen. Sie haben mir sehr geholfen.
B: Ja, bitte. Gerne.
A: Dankeschön. Wiederhören.
B: Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 47

Datum: 16.11.2009

Dauer: 00:07:37

A= Interviewer

B= Respondent

A: Können Sie sich an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten dann zu einer schlechten Einschätzung des beteiligten Unternehmens, also des beteiligten Lieferanten, geführt hat?
B: Zu einer schlechten Einschätzung aufgrund dessen.
A: Mhm. Genau.
B: Infolge dessen?
A: Genau, genau.
B: Mhm. Na ja, eigentlich nicht.
A: Mhm. Und haben Sie den umgekehrten Fall schon einmal erlebt, dass Sie dann eine gute Einschätzung von dem Lieferanten gehabt haben?
B: Na ja, das eher vielleicht.
A: Mhm. Und fällt Ihnen da vielleicht ein konkretes Beispiel ein, ohne jetzt auf Firmennamen einzugehen? Nur was da vielleicht kurz passiert ist.
B: Na ja, in letzter Zeit eigentlich nichts Konkretes.
A: Mhm. Aber es ist auf jeden Fall schon einmal passiert?
B: Ja. Eher als das Gegenteil, ja.

A: Mhm. Mhm. Also Sie haben da sicher irgendein Beispiel im Hinterkopf, was da passiert ist. Und zwar geht es jetzt weiter mit dem konkreten Beispiel und zwar, dass Sie eben wieder eine gute Einschätzung hatten. Wie würden Sie sagen war die Beziehung zu diesem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde?
B: Na ja, gut.
A: Mhm. Die war gut, ja?
B: Gut. Ja.
A: Ok. Und als welche Art von Beziehung würden Sie sie beschreiben? Ist das schon eine langjährige Beziehung?
B: Schon, ja.

A: Ja. Mhm. Und welche Emotionen hat diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?
B: Na ja, welche Art von Emotionen?
A: Na, welche Emotionen, also welche Gefühle, haben Sie dabei empfunden?

B: Ja. Meine Güte, na, Ärger hat man halt.
A: Mhm. Ja, na ist klar, ja. Ok. Ich würde Ihnen ein paar vorlesen, ein paar Emotionen. Und Sie müssten mir dann sagen, auf einer Skala von eins bis sechs, was am Besten zutrifft.
B: Mhm.
A: Also eins wäre überhaupt nicht, Sie haben die Emotion gar nicht empfunden und sechs wäre sehr viel. Und Sie können auch alles dazwischen nehmen. Und zwar die erste Emotion wäre erfreulich?
B: Mhm. Die nächste.
A: Ja. Aber haben Sie die empfunden, die Emotion? Erfreulich?
B: Nein.
A: Nein. Also dann nehmen wir eins. Überhaupt nicht.
B: Ja.
A: Mhm. Gut. Dann hätte ich glücklich?
B: Auch nicht.
A: Ja. Also auch überhaupt nicht, ja. Dann stolz?
B: Ja, auch nicht.
A: Auch überhaupt nicht. Sie können auch alles dazwischen nehmen. Würden Sie eher sagen, stolz waren Sie auch überhaupt nicht?
B: Mhm.
A: Mhm. Dann hätten wir freundliche Gefühle?
B: Na, nehmen wir das, ja.
A: Freundliche Gefühle, ja. Welche Zahl soll ich da nehmen?
B: Na, drei.
A: Drei. Mhm. Ok. Haben Sie sich geschätzt gefühlt?
B: Ah, auf was bezieht sich jetzt das Ganze immer noch?
A: Wieder auf das konkrete Beispiel, dass Sie dann eine gute Einschätzung von dem Lieferanten hatten.
B: Ja, nehmen wir das.
A: Mhm. Geschätzt fühlen. Welche Zahl soll ich nehmen?
B: Drei.
A: Drei. Mhm. Waren Sie aufmerksam dabei?
B: Wieder in Zahlen?
A: Ja.
B: Nehmen wir auch drei.
A: Ja. Waren Sie aktiv?
B: Nehmen wir zwei.
A: Zwei. Mhm. Interessiert?
B: Drei.
A: Ja. Aufgebracht?
B: Zwei.
A: Zwei. Also aufgebracht eher weniger?
B: Ja.
A: Ja. Waren Sie wütend?
B: Zwei.
A: Zwei. Mhm. Traurig?
B: Drei.
A: Ja. Schlechter Laune?
B: Zwei.
A: Ja. Verärgert?
B: Mh, zwei.

A: Mhm. Nervös?

B: Vier.

A: Vier. Ja. Besorgt?

B: Drei.

1 erfreulich

3 aufmerksam

3 traurig

1 glücklich

2 aktiv

2 schlechter Laune

1 stolz

3 interessiert

2 verärgert

3 freundliche Gefühle

2 aufgebracht

4 nervös

3 geschätzt fühlen

2 wütend

3 besorgt

A: Ja. Und haben Sie noch andere Emotionen empfunden? Ich weiß, das waren jetzt schon viele.

B: Nein.

A: Ok. Und hat diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Beziehung zu dem Unternehmen verändert?

B: Nein.

A: Ist genau gleich geblieben wie vorher?

B: Mhm.

A: Mhm. Und warum würden Sie sagen, ist die genau gleich geblieben?

B: Na ja, aufgrund einer langen Geschäftsverbindung.

A: Mhm. Also weil sie schon eben lange Jahre besteht, die Beziehung?

B: Ja, genau so.

A: Mhm. Und wie lange besteht die Beziehung schon ungefähr?

B: Wie viele Jahre?

A: Ja.

B: Sieben.

A: Mhm. Und können Sie da kurz die Entwicklung beschreiben? Hat es da schon öfters Probleme gegeben oder eh noch nie etwas?

B: Nein, noch nie.

A: Mhm. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn sehr große Bedeutung.

B: Na, fünf.

A: Fünf. Mhm. Jetzt brauche ich noch ein paar demografische Informationen. Und zwar wie alt sind Sie?

B: 50.

A: Ja. Geschlecht ist klar, männlich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Ah, Handelsschule.

A: Mhm. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?

B: Disponent.

A: Mhm. Ja. Ok. Ja. Danke. Das wär's dann auch schon gewesen. Sie haben mir sehr geholfen.

B: Wiederhören.

A: Danke. Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 48

Datum: 16.11.2009

Dauer: 00:09:29

A= Interviewer

B= Respondent

A: Es geht um Erfahrungen mit Beschwerden oder Probleme, die Sie mit Ihren Lieferanten hatten und wie sich das dann auf die Geschäftsbeziehung auswirkt.

B: Ja.

A: Können Sie sich da an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten dann zu einer schlechten Einschätzung des beteiligten Unternehmens geführt hat?

B: Ja, wir machen auch Lieferantenbewertung. Das ist heute ein Riesenthema überall. Wir werden ja auch von unseren Kunden bewertet.

A: Mhm. Ja. Und hat es da schon einmal einen Fall gegeben, dass Sie dann eine schlechte Einschätzung von dem Lieferanten hatten?

B: Ja.

A: Mhm. Und könnten Sie das vielleicht kurz ausführen, also ohne da jetzt auf Firmennamen einzugehen? Nur, was vielleicht kurz passiert ist.

B: Na ja, da werden die Lieferanten zurückgestuft. Da gibt es A-, B- und C-Lieferanten. Und das ist in der Automobilbranche ... also wir kopieren da eigentlich auch die Automobilbranche, ja, so wie es uns ergeht, wenn wir wohin liefern, so machen wir es dann mit unseren Lieferanten, ja? Und ja, wenn Sie einmal B-Lieferant sind, dann haben Sie für zukünftige Lieferungen schon ein Problem.

A: Mhm. Mhm. Na, ist klar, ja. Und können Sie sich da an ein Beispiel erinnern, was da passiert ist?

B: Na, dass man den Lieferanten ausgetauscht hat, ja.

A: Mhm. Ok. Und bleiben wir bei dem konkreten Beispiel. Wie würden Sie sagen war die Beziehung zu diesem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde?

B: Na, völlig normal. Konfliktfrei sozusagen, ja.

A: Mhm. Ja. War in Ordnung, kann man sagen?

B: In Ordnung. Ja.

A: Ja. Und als welche Art von Beziehung würden Sie sie beschreiben? Ist das schon eine langjährige Beziehung? Eine stärkere Beziehung?

B: Eine langjährige Beziehung.

A: Mhm. Und welche Emotionen hat die Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Gar keine. Ich bin schon so lange im Geschäft, dass das einfach eine ganz eine normale Angelegenheit ist, ja?

A: Ja. Sind Sie ganz sachlich geblieben sozusagen?

B: Ja.

A: Ja. Ich würde Ihnen trotzdem ein paar Emotionen vorlesen. Und Sie müssten mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs, was am Besten zutreffend hat.

B: Ja.

A: Also eins wäre überhaupt nicht, Sie haben die Emotion gar nicht empfunden und sechs wäre sehr viel. Und Sie können auch alles dazwischen nehmen. Wir bleiben wieder bei dem konkreten Beispiel. Und die erste Emotion wäre erfreulich?

B: Na, eben nicht.

A: Mhm. Also eins?

B: Ja.

A: Überhaupt nicht, ja. Glückliche?

B: Na, warten Sie einmal. Lesen Sie mir das noch mal vor. Ich habe jetzt da jemand vor mir gehabt, der etwas will.

A: Aha.

B: Lesen Sie mir die Frage, also die Erklärung noch einmal vor?

A: Also es geht wieder darum, welche Emotionen Sie in Bezug auf die Erfahrung mit der Beschwerde hatten.

B: Ja.

A: Und eins ist überhaupt nicht, Sie haben die Emotion nicht empfunden und sechs wäre sehr viel. Sie können auch alles dazwischen nehmen. Und die erste Emotion war erfreulich.

B: Nein, war ich sicher nicht.

A: Mhm. Also überhaupt nicht. Die zweite ist glücklich?

B: Von eins bis sechs?

A: Bitte?

B: Also ich habe keine Emotionen.

A: Ja. Also überhaupt nicht.

B: Und jetzt sagen Sie erfreulich. Was soll das heißen? Ich kann Ihnen da beim besten Willen nicht folgen, was Sie von mir wollen. Also ich habe gesagt, ich habe das emotionslos zur Kenntnis genommen.

A: Ja. Also erfreulich haben Sie gar nicht empfunden. Also können wir eins sagen.

B: Ja.

A: Gut. Dann hätte ich glücklich?

B: Auf keinen Fall.

A: Mhm. Also auch eins. Stolz?

B: Auch eins.

A: Ja. Freundliche Gefühle?

B: Auch eins.

A: Ja. Haben Sie sich geschätzt gefühlt?

B: Nein. Ganz normal alles.

A: Auch eins. Ja. Aufmerksam? Also waren Sie aufmerksam?

B: Ja. Machen Sie zwei einmal.

A: Mhm. Nehme ich zwei. Ja. Waren Sie aktiv?

B: Ja. Sehr sogar.

A: Ok. Soll ich dann sechs nehmen oder ...?

B: Ja.

A: Ja. Waren Sie interessiert?

B: Ja.

A: Mhm. Auch sechs?

B: Mhm.

A: Aufgebracht?

B: Na ja. Drei.

A: Ja. Wütend?

B: Bitte?

A: Waren Sie wütend?

B: Nein. Zwei.

A: Mhm. Traurig?

B: Nein. Zwei.

A: Mhm. Schlechter Laune?

B: Nein. Eins.

A: Eins. Verärgert?

B: Ein bisschen. Zwei.

A: Mhm. Nervös?

B: Nein. Eins.

A: Ok. Besorgt?

B: Ja, schon. Zwei bis drei. Eher drei.

1 erfreulich

2 aufmerksam

2 traurig

1 glücklich

6 aktiv

1 schlechter Laune

1 stolz

6 interessiert

2 verärgert

1 freundliche Gefühle

3 aufgebracht

1 nervös

1 geschätzt fühlen

2 wütend

3 besorgt

A: Drei. Ok. Das waren jetzt schon einige Emotionen. Haben Sie noch andere empfunden?

B: Nein, sonst keine mehr. Das sind eh schon viele. Da gibt es nichts, was sie nicht abdecken.

A: Ja, genau. Und hat diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Beziehung zu dem Unternehmen verändert?

B: Ja.

A: Ok. Und in welcher Art und Weise?

B: Na ja, dass es zukünftig bei Projekten einmal sicherlich nicht vorrangig zum Zug kommt.

A: Mhm. Also man kann sagen, die Beziehung hat sich abgeschwächt zu dem Lieferanten?

B: Abgeschwächt. Und man wird jetzt einmal abwarten und schauen, was die Zukunft bringt.

A: Mhm. Und warum war das so? Warum hat sich die Beziehung abgeschwächt?

B: Na, schauen Sie, wir sind in wirtschaftlich schwierigen Zeiten, ja? Genauso schlimm, wie es uns teilweise geht, genauso schlecht geht es auch unseren Zulieferern zum Großteil, ja? Und die haben natürlich auch ihre Probleme. Und das ist natürlich ... schlägt da durch. Die haben Probleme, ihre Rohstoffe zu bekommen, die haben Probleme, ihre Lieferanten wieder im Griff zu haben. Die ganze Kette ist irgendwo etwas krank im Moment. Und deswegen muss man da vorsichtig sein. Es könnte ja ... es tritt ja oft dann Folgendes ein, dass Sie den Lieferanten, den Sie heute haben, in einem halben Jahr nicht mehr haben, ja? Und dann, wenn Sie da sehr, sehr auf einen Lieferanten fixiert sind, ja, dann haben Sie ein Riesenproblem.

A: Ja. Na, ist klar, ja. Mhm. Und wie lange besteht die Beziehung schon?

B: Noch Fragen?

A: Ja. Aber nicht mehr viele.

B: Gut. Ok.

A: Es ist bald beendet. Wie lange besteht die Beziehung schon?

B: Na, 15, 20 Jahre.

A: Ok. Und können Sie da kurz die Entwicklung beschreiben? Hat es da schon öfters Vorfälle gegeben? War das das erste Mal?

B: Nein, das war jetzt das erste Mal von dem Lieferanten.

A: Mhm. Ok. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn sehr große Bedeutung.

B: Fünf.

A: Fünf. Ok. Dann brauche ich noch ein paar demografische Informationen. Darf ich fragen, wie alt Sie sind?

B: Ich werde heuer 54 am Heiligen Abend.

A: Ok. Ja. Na, das ist ja bald. Ein Christkind. Geschlecht ist klar, männlich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Mein höchster Schulabschluss ist eine Landesfachschule für Textilgewerbe, in Groß Siegharts war das. Ja, das war die Schule. Dann habe ich einige Kurse gemacht, aber Sie fragen ja dezidiert nach dem Schulabschluss.

A: Genau. Genau. Mhm. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?

B: Ich bin Produktionsleiter und Verkaufsleiter für ungefähr die Hälfte der Produktion, die hier läuft.

A: Mhm. Ok. Ja. Danke. Das wär's dann auch schon gewesen. Danke, dass Sie sich Zeit genommen haben.

B: Ich wünsche Ihnen noch einen schönen Tag.

A: Dankeschön. Ihnen auch. Wiederhören.

B: Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 49

Datum: 16.11.2009

Dauer: 00:10:50

A= Interviewer

B= Respondent

A: Können Sie sich an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten dann zu einer schlechten Einschätzung dieses Unternehmens geführt hat?

B: Mit einem unserer Lieferanten oder Kunden?

A: Genau. Mit dem Lieferanten. Genau.

B: Lieferanten.

A: Mhm.

B: Wo wir schlecht beurteilt wurden oder der Kunde?

A: Na, wo Sie den Lieferanten dann schlecht beurteilt haben.

B: Wo wir den Lieferanten ... ja, das gibt es.

A: Mhm. Und können Sie sich da vielleicht an ein konkretes Beispiel erinnern, ohne jetzt auf Firmennamen einzugehen? Nur, was da passiert ist, vielleicht kurz.

B: Ja. Qualitative Mängel führen zu solchen Sachen. Auch logistische Probleme.

A: Mhm. Ja. Ok. Dann bleiben wir vielleicht bei dem konkreten Beispiel. Wie würden Sie sagen war Ihre Beziehung zu diesem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde?

B: Das war immer schon problematisch zu diesem Unternehmen. Kann man als problematisch einstufen.

A: Aha. Ok. Und als welche Art von Beziehung würden Sie sie beschreiben? Ist das schon eine langjährige Beziehung? Eine enge Beziehung?

B: Zu diesem Geschäftsführer gibt es eine langjährige Beziehung, die aber nie befriedigend ... nie auf einer befriedigenden Basis gestanden ist.

A: Mhm. Aha. Ok. Also es hat öfters schon etwas gegeben?

B: Ja.

A: Mhm. Und welche Emotionen hat dann diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Hm. Emotionen, finde ich, sind im Geschäftsleben eigentlich nicht angebracht. Das ist eine reine Sachentscheidung.

A: Mhm. Mhm. Also es wird eher sachlich alles behandelt?

B: Ja.

A: Ja. Ok. Ich würde Ihnen trotzdem ein paar Emotionen jetzt vorlesen. Und Sie müssten mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs, was am Besten zugetroffen hat. Also eins wäre überhaupt nicht, Sie haben die Emotion gar nicht erlebt und sechs wäre dann sehr viel. Und Sie können auch alles dazwischen nehmen. Also es geht wieder um die konkrete Situation.

B: Dann nehmen wir zwei.

A: Ah, Moment. Die erste Emotion ist erfreulich?

B: Sie meinen jetzt erfreulich für mich?

A: Genau, genau.

B: Emotionen haben im Geschäftsleben überhaupt nichts verloren.

A: Mhm. Also würden Sie sagen, überhaupt nicht? Eins?

B: Überhaupt nicht, nein.

A: Ja. Waren Sie glücklich?

B: Bei der Reklamation?

A: Ja.

B: Nein, ganz sicher nicht. Nein, da kann man nicht glücklich sein.

A: Mhm. Also auch eins. Ja. Stolz?

B: Bitte?

A: Waren Sie stolz dabei?

B: Nein.

A: Mhm. Also auch eins. Hatten Sie freundliche Gefühle?

B: Nein, die auch nicht. Sicher nicht.

A: Mhm. Auch überhaupt nicht. Auch eins. Haben Sie sich geschätzt gefühlt?

B: Ich?

A: Ja.

B: Weil ich jetzt eine Reklamation losgeworden bin oder ...?

A: Ja. Also während der Reklamation sozusagen?

B: Vom Lieferanten geschätzt?

A: Genau, genau.

B: Sie meinen, ob ich mich vom Lieferanten geschätzt gefühlt habe?

A: Genau, genau, das meine ich, ja.

B: Die Frage verstehe ich nicht.

A: Mhm. Haben Sie sich während der Reklamation nicht geschätzt gefühlt?

B: Nein.
A: Mhm. Also eins. Waren Sie aufmerksam?
B: Ob ich aufmerksam war?
A: Ja.
B: Ja. Ja. Sagen wir ja, sicher.
A: Mhm. Und was würden Sie eher für eine Zahl nehmen?
B: Aus diesen ganzen Zahlen?
A: Mhm.
B: Nehmen Sie drei.
A: Mhm. Ja. Ok. Waren Sie aktiv?
B: Wenn ich eine Reklamation vorbringe, bin ich immer aktiv.
A: Mhm. Ok. Soll ich sechs nehmen oder ...?
B: Da können Sie sechs nehmen.
A: Ja. Ok. Waren Sie interessiert?
B: Ja, auch. Auch sechs.
A: Mhm. Aufgebracht?
B: Nein.
A: Mhm. Überhaupt nicht oder vielleicht ein bisschen?
B: Wenig. Drei.
A: Mhm. Wütend?
B: Das eher immer. Ja, nehmen Sie auch drei.
A: Mhm. Ja, ok. Traurig?
B: Nein, sicher nicht. Traurig, das gehört da ins Geschäftsleben überhaupt nicht. Was studieren Sie? Psychologie?
A: Ja, dann nehme ich eins. Nein, das gehört zur Betriebswirtschaft. Es hört sich zwar schon ein bisschen psychologisch an, aber es gehört zur Betriebswirtschaft. Dann habe ich schlechter Laune?
B: Na, also das hat nie mit einer Reklamation zu tun. Das ist die Tagesverfassung, die schlechte Laune.
A: Mhm. Also auch überhaupt nicht.
B: Das würde ich nicht auf eine Reklamation beziehen.
A: Mhm. Gut. Also eins. Verärgert?
B: Verärgert kann man sein, ja.
A: Eher sechs oder ...?
B: Hm. Na ja, vier.
A: Vier. Mhm. Waren Sie nervös?
B: Nein. Eins.
A: Mhm. Ok. Besorgt?
B: Teilweise ja. Weil es um meinen Lieferanten geht. Das kommt auch vor, dass ein Lieferant sagt, ok, die Bedingungen akzeptiere ich nicht. Ich höre auf, nicht? Sicher kann man besorgt sein.
A: Mhm. Ja. Ok. Welche Zahl soll ich eher nehmen?
B: Bei besorgt?
A: Ja.
B: Zwei auch.
A: Drei oder zwei?
B: Nehmen Sie zwei.

1 erfreulich

3 aufmerksam

1 traurig

1 glücklich

6 aktiv

1 schlechter Laune

1 stolz

6 interessiert

4 verärgert

1 freundliche Gefühle

3 aufgebracht

1 nervös

1 geschätzt fühlen

3 wütend

2 besorgt

A: Ok. Das waren jetzt schon einige Emotionen. Haben Sie noch irgendwelche anderen empfunden?

B: Nein, das haben wir alles schon gehabt.

A: Ja. Mhm. Und hat diese Erfahrung dann in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Beziehung zu diesem Unternehmen verändert?

B: Wird es verändern in diesem konkreten Fall.

A: Mhm. Und in welcher Art und Weise?

B: Dass die Zugeständnisse in größerem ... dass ich Zugeständnisse in größerem Umfang verlange. Also das heißt jetzt nicht wertmäßige Zugeständnisse, sondern organisatorische Zugeständnisse.

A: Mhm. Aha. Aber würden Sie sagen, die Beziehung hat sich abgeschwächt dadurch?

B: Ja.

A: Mhm. Und warum war das so?

B: Weil der Lieferant ganz einfach uneinsichtig ist, was diese Reklamation betrifft.

A: Mhm. Ja. Also er erkennt das nicht an ganz einfach?

B: Ja, weil die zum wiederholten Male vorgebracht wurde und wird von ihm eigentlich negiert.

A: Mhm. Ok. Und wie lange besteht die Beziehung schon zu diesem Lieferanten?

B: Zu diesem Lieferanten besteht sie circa eineinhalb Jahre. Und zu dem Geschäftsführer von dem Lieferanten besteht sie schon vier oder fünf Jahre.

A: Mhm. Ok. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn sehr große Bedeutung.

B: Nein, das hat im Grunde genommen überhaupt keine Bedeutung in diesem konkreten Fall, weil es geht um Stehzeiten von Lkws. Also keine ... für uns keine Bedeutung.

A: Mhm. Aha. Also gar keine Bedeutung?

B: Nein.

A: Gut. Dann bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Wie alt sind Sie?

B: 62.

A: Ja. Geschlecht ist klar, männlich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Handelsakademie.

A: Mhm. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?

B: Geschäftsführer.

A: Mhm. Ok. Ja. Danke. Das war's schon. Danke, dass Sie sich Zeit genommen haben für mich.

B: Bitte, gerne.

A: Danke. Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 50

Datum: 16.11.2009

Dauer: 00:09:24

A= Interviewer

B= Respondent

A: Also, wie gesagt, es geht um Erfahrungen mit Beschwerden oder Probleme, die Sie mit Ihren Lieferanten hatten und wie sich das auf die Geschäftsbeziehung auswirkt.

B: Ah, Sie müssen lauter sprechen, weil es ist so laut im Auto herinnen. Sie müssen lauter sprechen. Wenn es dann wirklich nicht geht, dass ich Sie gut verstehe, müssen wir das morgen machen.

A: Aha, ok. Na, probieren wir es vielleicht einmal aus.

B: Ein bisschen lauter, ja?

A: Ok. Ja. Können Sie sich an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten dann zu einer guten Einschätzung dieses Unternehmens geführt hat?

B: Ja, natürlich.

A: Ja. Und könnten Sie da vielleicht ein konkretes Beispiel sagen, ohne auf Firmennamen einzugehen?

B: Ah, einfach wenn Reklamationen die Gutschriften ausgetauscht werden. Das klappt dann ganz problemlos, ob man jetzt die Ware zurückschicken muss und hin und her. Da gibt es dann einfach eine Gutschrift, ja, und fertig. Das kommt sehr oft vor, das ist sehr angenehm.

A: Mhm. Ok. Ja. Dann bleiben wir vielleicht bei dem konkreten Beispiel. Wie würden Sie sagen war die Beziehung zu diesem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde?

B: Noch einmal. Wie ...?

A: Wie war die Beziehung zu diesem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde?

B: Gut. Immer gut.

A: War immer gut. Mhm.

B: Bitte?

A: War immer gut?

B: War immer gut. Ja.

A: Ja. Mhm. Und als welche Art von Beziehung würden Sie sie beschreiben? Ist das schon eine langjährige Beziehung? Eine enge Beziehung? Hören Sie mich? Oje. (Verbindung unterbrochen)

B: Ich glaube, wir müssen das doch morgen machen, wenn wir immer unterbrochen werden?

A: Ja. Ja, ist vielleicht besser.

B: Ich fahre gerade beim Knoten Steinhäusl und es schüttet da in Strömen. Es kann sein, dass es gleich wieder aus ist.

A: Aha. Oje.

B: Probieren wir es noch ein bisschen und wenn es wieder aus ist, müssen wir es morgen noch mal machen.

A: Ok, ok. Na, ist kein Problem.

B: Wo waren wir jetzt?

A: Ok. Bleiben wir wieder bei dem konkreten Beispiel, wo wir waren. Und als welche Art von Beziehung würden Sie sie beschreiben? Ist das schon eine langjährige Beziehung? Eine enge Beziehung?

B: Eine langjährige.

A: Mhm. Ok. Und wieder auf das konkrete Beispiel bezogen, welche Emotionen hat diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Emotionen? Angenehme. Weil es unbürokratisch war.

A: Ja. Ok. Ich würde Ihnen ein paar Emotionen jetzt vorlesen.

B: Ja.

A: Und Sie müssten mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs, was am Besten zugetroffen hat. Also eins bedeutet überhaupt nicht, Sie haben die Emotion gar nicht empfunden und sechs bedeutet sehr viel. Und Sie können auch alles dazwischen nehmen.

B: Na, sechs passt.

A: Ok. Ah, Moment. Die erste Emotion wäre erfreulich?

B: Ja.

A: Ja. Welche Zahl würde da eher zutreffen?

B: Sechs.

A: Sechs. Ja. Glücklich?

B: Bitte?

A: Glücklich?

B: Glücklich?

A: Ja.

B: Im ... also wieder auf einer Skala von eins bis sechs, wie ich glücklich einschätzen würde?

A: Genau. Genau.

B: In Bezug auf diesen Lieferanten?

A: Genau. Also in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde.

B: Nein, also glücklich eher nicht, nein. Also glücklich ist etwas anderes. Also sicher nicht bei einer Bearbeitung durch den Lieferanten. Nein, das kann ich nicht ... da gibt es keine Zahl dafür, weil das hat mit Glück nichts zu tun, mit glücklich.

A: Ok. Dann nehme ich überhaupt nicht. Das würde dann eher zutreffen.

B: Genau. Überhaupt nicht. Ja.

A: Mhm. Ok. Stolz?

B: Stolz?

A: Ja.

B: Nein.

A: Auch überhaupt nicht?

B: Nein.

A: Ja. Also eins. Hatten Sie freundliche Gefühle?

B: Ja, das schon. Also da haben wir eher ... ja, sagen wir sechs.

A: Ja. Ok. Haben Sie sich geschätzt gefühlt?

B: Ja.

A: Ja. Auch sechs?

B: Auch sechs, ja.

A: Ja. Waren Sie aufmerksam?

B: Ja. Auch sechs.

A: Ja. Waren Sie aktiv?

B: Ja, auch sechs.

A: Mhm. Interessiert?

B: Ja, sechs.

A: Ja. Aufgebracht?

B: Nein, überhaupt nicht.

A: Mhm. Dann nehme ich eins. Wütend? Waren Sie wütend?

B: Nein.

A: Überhaupt nicht?

B: Nein, überhaupt nicht.

A: Mhm. Gut. Traurig?

B: Nein.

A: Ja. Dann nehme ich auch eins. Schlechter Laune?

B: Nein, überhaupt nicht.

A: Ja. Verärgert?

B: Nein, überhaupt nicht.

A: Ja. Nervös?

B: Nein. Eins.

A: Besorgt?

B: Nein, überhaupt nicht.

6 erfreulich

6 aufmerksam

1 traurig

1 glücklich

6 aktiv

1 schlechter Laune

1 stolz

6 interessiert

1 verärgert

6 freundliche Gefühle

1 aufgebracht

1 nervös

6 geschätzt fühlen

1 wütend

1 besorgt

A: Ok. Das waren jetzt schon einige Emotionen. Haben Sie noch irgendwelche anderen empfunden?

B: Nein, nein.

A: Ok. Ist schon alles abgedeckt?

B: Ja.

A: Und hat diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Beziehung zu dem Unternehmen verändert?

B: Nein.

A: Ist ganz gleich geblieben wie vorher?

B: Ja.

A: Mhm. Und können Sie sagen, warum das so war? Warum ist die ganz gleich geblieben, die Beziehung?

B: Warum Sie was ... warum ...?

A: Warum ist die Beziehung ganz gleich geblieben?

B: Einfach ein guter Lieferant. Das ist eine gute, bodenständige Beziehung. Und die Reklamation ist einfach und schön über die Bühne gegangen. Punkt. Fertig. Aus. Das war von Anfang an immer gleich angenehm. Ich denke jetzt nur an eine bestimmte Firma, nicht jetzt im Allgemeinen. Und das passt einfach.

A: Mhm. Ok. Ja, ja, na, das ist schon ok. Und wie lange besteht die Beziehung schon?

B: Ah, sechs Jahre.

A: Sechs Jahre. Ja. Und können Sie da kurz die Entwicklung beschreiben? Hat es da schon öfters etwas gegeben? War das das erste Mal?

B: Ja, eigentlich schon. Da bestelle ich sehr viel und da gibt es schon fünf Mal im Jahr größere Reklamationen, wo die Ware beschädigt ist oder einfach zu wenig oder schlecht ausgearbeitet ist oder so, das wird immer ganz unbürokratisch und ganz problemlos und natürlich ist das dann eine bessere Beziehung, weil man sagt, ok, mit dem kann man halt arbeiten, weil der nicht so kleinlich ist. Also das ist schon angenehm, ja.

A: Mhm. Ja. Ok. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn sehr große Bedeutung.

B: Überhaupt keine Bedeutung, also eins.

A: Aha. Ok.

B: Nichts Aufregendes also. Wenn das dann ganz problemlos geht, ist das alles keine Aufregung. Logische Folgerung, nicht?

A: Ja, genau. Mhm. Dann bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Wie alt sind Sie?

B: 42.

A: Ja. Geschlecht ist klar, weiblich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Hauptschule.

A: Mhm. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?

B: Geschäftsführung.

A: Mhm. Ok. Ja. Dankeschön, dass Sie sich Zeit genommen haben. Das war's dann auch schon.

B: Ja, gerne.

A: Danke. Wiederhören.

B: Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 51

Datum: 17.11.2009

Dauer: 00:09:25

A= Interviewer

B= Respondent

A: Können Sie sich an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten dann zu einer schlechten Einschätzung dieses Unternehmens geführt hat?

B: Pfuh, eigentlich nur kleinere Probleme. Also große Probleme haben wir jetzt noch nicht gehabt.

A: Mhm. Ok. Ja. Na, das macht nichts. Können Sie da vielleicht sagen, was da passiert ist, ohne auf Firmennamen einzugehen?

B: Ah, Moment, muss ich jetzt einmal über einen aktuellen Fall nachdenken.

A: Mhm. Ja, ja, lassen Sie sich nur Zeit.

B: Hm, hm. Na ja. Was nehmen wir da ... Ok. Was brauchen wir da jetzt genau?

A: Nur kurz erklären, was da vielleicht passiert ist.

B: Also da ist ... in diesem Fall ist es eigentlich gegangen um Lieferverzug, nehmen wir einfach einmal ein Beispiel.

A: Mhm. Ok. Und Sie haben nachher eine schlechte Einschätzung gehabt?

B: Ah, es geht dann natürlich darum, dass wir jetzt bei unserem System, man macht eine Bestellung, man bekommt eine Auftragsbestätigung, die wir verlangen, ah, und in der Auftragsbestätigung ist natürlich ein Liefertermin bekannt gegeben, der bei uns verwendet wird zur Weiterbearbeitung in der Firma und zur Arbeitseinteilung und wenn der dann ohne Voranmeldung nicht eingehalten wird und dann doch eine Verzögerung

von ein bis zwei Wochen entsteht, dann gibt es natürlich Lieferterminprobleme unsererseits an unsere Kunden und das kann ganz erheblich eigentlich schon sein.

A: Mhm. Mhm. Ok. Ja. Und bleiben wir bei dem konkreten Beispiel. Wie würden Sie sagen war Ihre Beziehung zu diesem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde?

B: Ah, sehr positiv.

A: Mhm. Ok. Und als welche Art von Beziehung würden Sie sie beschreiben? Ist das schon eine langjährige Beziehung? Eine enge Beziehung?

B: Ah, ist eine nicht allzu lange Beziehung, aber doch jetzt mittlerweile zweijährige und eigentlich als sehr positiv eingestuft.

A: Mhm. Ok. Und welche Emotionen hat diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Emotionen. Na ja, keine allzu großen, weil das dann in einem persönlichen Gespräch geregelt wurde. Also Emotionen ...

A: Mhm. Eher weniger?

B: Ja, sehr wenige.

A: Ok, ok. Ich würde Ihnen trotzdem ein paar Emotionen vorlesen.

B: Mhm.

A: Und Sie müssten mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs, was am Besten zugetroffen hat.

B: Ja.

A: Also eins wäre überhaupt nicht, Sie haben die Emotion gar nicht empfunden und sechs ist sehr viel. Und Sie können auch alles dazwischen nehmen. Also es ist wieder auf den konkreten Fall bezogen und die erste Emotion wäre erfreulich.

B: Mhm. Sechs ist überhaupt nicht, nicht?

A: Ah, eins ist überhaupt nicht. Und sechs ist sehr viel.

B: Eins. Dann nehmen wir eins. Ja.

A: Mhm. Ja. Dann habe ich glücklich?

B: Eins.

A: Ja. Stolz?

B: Eins.

A: Ja. Freundliche Gefühle?

B: Mh, eins.

A: Ja. Haben Sie sich geschätzt gefühlt?

B: Eins.

A: Ja. Waren Sie aufmerksam dabei?

B: Aufmerksam. Ja. Sechs.

A: Mhm. Waren Sie aktiv?

B: Fünf.

A: Ja. Waren Sie interessiert?

B: Sechs.

A: Mhm. Aufgebracht?

B: Drei.

A: Mhm. Wütend?

B: Mh, zwei.

A: Ja. Traurig?

B: Zwei.

A: Ja. Schlechter Laune?

B: Vier.

A: Mhm. Verärgert?

B: Fünf.

A: Mhm. Nervös?

B: Drei.

A: Besorgt?

B: Drei.

1 erfreulich

6 aufmerksam

2 traurig

1 glücklich

5 aktiv

4 schlechter Laune

1 stolz

6 interessiert

5 verärgert

1 freundliche Gefühle

3 aufgebracht

3 nervös

1 geschätzt fühlen

2 wütend

3 besorgt

A: Mhm. Ok. Das waren jetzt schon einige Emotionen. Haben Sie noch andere empfunden?

B: Mh, Emotionen kann man da ... Nein. Drang nach Erledigung oder zukünftiger Vermeidung dieser Situation.

A: Mhm. Mhm. Also es wird eher sachlich behandelt, eher emotionslos?

B: Ja, es wird eher sachlich behandelt.

A: Mhm. Und hat diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Beziehung zu diesem Unternehmen verändert?

B: Ah, größere Aufmerksamkeit auf diese Dinge oder Rahmenbedingungen.

A: Mhm. Mhm. Und würden Sie sagen, sie hat sich vielleicht verschlechtert, die Beziehung?

B: Ja.

A: Mhm. Und warum würden Sie das sagen? Warum hat sich die verschlechtert?

B: Ah, Liefertermintreue ist in unserem Geschäft sehr hoch zu halten und da ist das ... ist jetzt diese Firma mit ... ja, sage ich einmal, mit Beobachtung zu halten und damit ist das nicht so angenehm als wenn keine Probleme oder keine Vorkommnisse gewesen wären.

A: Mhm. Ok. Ja, ist klar. Und wie lange besteht die Beziehung schon?

B: Zwei Jahre. Und einhalb.

A: Ok. Und können Sie da kurz die Entwicklung beschreiben? Hat es da schon öfters etwas gegeben? War das das erste Mal?

B: Ah, grundsätzlich sehr guter, qualitativ in Ordnung ... mh, bestehender Lieferant, der, wenn es Probleme gibt, auch sehr kooperativ ist und, ja, ständig im Aufbau.

A: Mhm. Mhm. Ok. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn sehr große Bedeutung.

B: Ah, drei.

A: Drei. Mhm. Dann brauche ich noch ein paar demografische Informationen. Wie alt sind Sie?

B: 42.

A: Ja. Geschlecht ist klar, männlich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Ah, normale Schule. Hauptschule.

A: Mhm. Ok. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?

B: Einkauf.

A: Mhm. Ok. Danke, das wär's dann auch schon gewesen. Sie haben mir sehr geholfen. Dankeschön.
B: Bitte.
A: Wiederhören.
B: Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 52

Datum: 19.11.2009

Dauer: 00:06:57

A= Interviewer

B= Respondent

A: Können Sie sich an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten dann zu einer schlechten Einschätzung dieses Unternehmens geführt hat?
B: Hm, muss ich erst einmal denken.
A: Ja.
B: Ein konkreter Fall jetzt?
A: Mhm.
B: Hm. Ja. Ja.
A: Ja. Und können Sie da vielleicht kurz erklären, was da passiert ist? Ohne auf Firmennamen einzugehen.
B: Ah, ja, das war mangelhaftes Material, was sich dann aber nach Jahren herausgestellt hat, nachdem das auf einer Baustelle verarbeitet worden ist, ah, dass das mangelhaft war und wir haben dann eigentlich die Konsequenzen zu tragen gehabt, also sprich Austausch.
A: Mhm. Ok. Und Sie haben nachher natürlich eine schlechte Einschätzung von dem Lieferanten gehabt. Ja.
B: Genau.

A: Und wie würden Sie sagen war Ihre Beziehung zu diesem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde?
B: Hm, gut.
A: Mhm. War gut. Und als welche Art von Beziehung würden Sie sie beschreiben? Ist das schon eine langjährige Beziehung? Eine engere Beziehung?
B: Langjährige Beziehung ist es, ja.

A: Mhm. Und welche Emotionen hat diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?
B: Habe ich da jetzt Auswahlmöglichkeiten?
A: Ähm, ja, ich kann Ihnen dann ein paar vorlesen, aber fällt Ihnen vielleicht spontan auch irgendetwas ein?
B: Na, lesen Sie sie mir einmal vor, vielleicht sind da welche dabei.
A: Ok, ok. Na, ich hätte da nämlich eine Skala von eins bis sechs. Eins wäre überhaupt nicht, Sie haben die Emotion gar nicht empfunden und sechs wäre sehr viel. Und Sie können auch alles dazwischen nehmen.

B: Mhm. Na ja. Nehmen wir vier.
A: Ah, Moment, die erste Emotion wäre erfreulich.
B: Nein, absolut nicht, nein.
A: Ok. Dann nehmen wir eins. Ja. Glücklich?
B: Nein. Eins.
A: Ja. Auch überhaupt nicht. Stolz?
B: Warum soll man da stolz sein, wenn ein Lieferant bei uns etwas falsch macht? Das verstehe ich nicht ganz.
A: Ok. Ja, dann ist das auch überhaupt nicht. Klar. Freundliche Gefühle?
B: Ah, nein. Eins.
A: Ja. Das wäre auch überhaupt nicht. Haben Sie sich geschätzt gefühlt?
B: Nein. Eins.
A: Mhm. Auch überhaupt nicht. Waren Sie aufmerksam dabei?
B: Ja.
A: Mhm. Welche Zahl würden Sie eher sagen?
B: Bezüglich was jetzt? Aufmerksam oder ...?
A: Ja, genau. Waren Sie aufmerksam? Genau.
B: Ja, nachdem der Fehler aufgetreten ist, ja.
A: Mhm. Würden Sie eher sagen sechs oder fünf oder ...?
B: Ah, ja, fünf.
A: Fünf. Ok. Waren Sie aktiv?
B: Natürlich, ja.
A: Mhm. Auch fünf?
B: Ja. Da können wir aber auch sechs sagen, ja, weil ...
A: Ok. Nehme ich sechs. Ja. Waren Sie interessiert?
B: Hm. Ja. Ja, machen Sie fünf.
A: Fünf, ok. Aufgebracht?
B: Ja. Sehr sogar. Also können wir sechs machen.
A: Ok. Ja. Wütend?
B: Ja, sechs.
A: Ok. Ja. Traurig?
B: Nein. Überhaupt nicht.
A: Ok. Nehme ich eins. Schlechter Laune?
B: Ja. Sechs.
A: Ok. Verärgert?
B: Ja, sechs.
A: Ja. Nervös?
B: Nein, nervös waren wir nicht, nein.
A: Dann nehme ich eins. Besorgt?
B: Ja. Also, ja, können wir auch sechs machen.

1 erfreulich	_5_ aufmerksam	_1_ traurig
1 glücklich	_6_ aktiv	_6_ schlechter Laune
1 stolz	_5_ interessiert	_6_ verärgert
1 freundliche Gefühle	_6_ aufgebracht	_1_ nervös
1 geschätzt fühlen	_6_ wütend	_6_ besorgt

A: Sechs. Ok. Das waren jetzt schon einige Emotionen. Haben Sie noch irgendwelche anderen empfunden?
B: Nein, nein.
A: Ok. Ist alles abgedeckt?

B: Das deckt das sehr ab, was Sie da fragen.

A: Ok, ok. Ja. Und hat diese Erfahrung, wieder auf das konkrete Beispiel bezogen, in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Beziehung zu diesem Unternehmen verändert?

B: Natürlich, ja. Ja.

A: Mhm. Und in welcher Weise?

B: Ja, man hat dieses Material einfach bei diesem Unternehmen nicht mehr bezogen.

A: Mhm. Aber die Beziehung zu dem Unternehmen besteht noch?

B: Besteht noch, ja.

A: Ok. Und warum war das so? Also man kann sagen, die Beziehung hat sich abgeschwächt?

B: Natürlich, ja.

A: Gut. Mhm. Und warum war das dann so?

B: Ja, weil einfach dieses Material mangelhaft war. Und, ah, auch keine Möglichkeit war, das zukünftig rückzuverfolgen, also, dass er immer vom selben Lieferanten selbst einkauft, also der immer gleichbleibende Qualität garantiert. Das hat er nicht gekonnt, darum kaufen wir das nicht mehr von ihm.

A: Mhm. Ok. Ja. Und wie lange besteht diese Beziehung schon?

B: Puh, sechs, sieben Jahre.

A: Mhm. Und können Sie da kurz die Entwicklung beschreiben? Hat es da schon öfters etwas gegeben? War das das erste Mal?

B: Nein, bis zu diesem Zeitpunkt nicht, nein.

A: Mhm. Ok. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn sehr große Bedeutung.

B: Zehn.

A: Zehn. Mhm. Ok. Dann brauche ich noch ein paar demografische Informationen. Darf ich fragen, wie alt Sie sind?

B: 33.

A: Ja. Geschlecht ist klar, männlich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: HAK.

A: Mhm. Ok. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?

B: Marketing, Controlling.

A: Mhm. Ok. Ja. Danke, das wär's dann auch schon gewesen. Sie haben mir sehr geholfen.

B: Passt.

A: Dankeschön. Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 53

Datum: 20.11.2009

Dauer: 00:10:02

A= Interviewer

B= Respondent

A: Es geht, wie gesagt, um Beschwerden oder Probleme, die Sie mit Ihren Lieferanten hatten und wie sich das dann auf die Geschäftsbeziehung auswirkt.

B: Bitte sehr.

A: Ok. Können Sie sich da an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten dann zu einer schlechten Einschätzung dieses Unternehmens geführt hat?

B: Das kommt immer wieder vor. Ja.

A: Mhm. Und können Sie ...

B: Ein konkretes Beispiel aus dem Stegreif ...

A: Können Sie kein konkretes Beispiel nennen?

B: So kommt es natürlich ... das kommt laufend vor.

A: Mhm. Also ohne auf Firmennamen einzugehen. Nur vielleicht, was da kurz passiert ist.

B: Mein Gott, das kommt von Lieferproblemen, Zeitproblemen, schlechte Ausführung ... kommt leider alles vor. Ist nur die Frage, wie dann darauf reagiert wird.

A: Mhm. Ok. Mhm. Na, Sie werden sicher irgendein Beispiel im Kopf haben. Ich müsste von dem dann ausgehen, von dem Beispiel. Wie würden Sie sagen war Ihre Beziehung zu diesem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde?

B: Tja, konkret, konkret ...

A: Fällt Ihnen kein konkretes Beispiel ein?

B: Aus dem Stegreif, ha ... Wo haben wir denn wirklich ein Problem gehabt?

A: Irgendeines. Es muss nicht in letzter Zeit gewesen sein.

B: Wir stehen also wirklich im Dauer-Lieferantenverhältnis, da bemühen sich eigentlich mittlerweile alle sehr. Ich meine, natürlich kommt immer wieder etwas vor. Aber wo so wirklich nicht darauf reagiert wurde ... Fällt mir eigentlich so wirklich etwas, wo ich sage, ok, da wird ... Die Firmen, die im Dauer-Lieferantenverhältnis stehen und das kommt bei uns vor, sind sehr serviceorientiert geworden.

A: Mhm. Ja. Mhm. Ok. Na, wir können auch davon ausgehen, dass das dann gut ausgegangen ist, also, dass Sie dann eine gute Einschätzung hatten. Den Fall können wir auch nehmen, wenn Ihnen da vielleicht eher etwas einfällt.

B: Pfuh, gute Frage. So wirklich große ... Na, jetzt haben wir da was ... aber da wissen wir noch nicht, wie das darauf eingeht. Das ist aber ein neuer Lieferant. Das ist eine Grafikausführung. Ja, mir würde ein konkretes Beispiel einfallen, ja, mit einem Lieferanten. Das ist zwar schon ein, zwei Jahre her, aber ok.

A: Ja. Ok. Könnten Sie da vielleicht sagen, was passiert ist oder ...?

B: Moment. Ich muss da kurz ... Also das wollen Sie jetzt konkret ... Na, so ein Druck ... ein massiver Druckfehler bei einer Kartonverpackung, was aber, weiß ich nicht, an 50.000 Stück gegangen ist, der einfach falsch gedruckt ausgeliefert wurde, wir aber keine Möglichkeit gehabt haben, das zurückzuschicken, weil wir die Verpackung gebraucht haben.

A: Ja. Ok. Mhm. Und bleiben wir bei dem Beispiel. Wie würden Sie dann sagen, war die Beziehung zu dem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde?

B: Na, die war ausgezeichnet.

A: Ok. Mhm.

B: Die war ausgezeichnet, das ist sie auch nachher, weil sich die wirklich bemüht haben, eine Lösung zu finden, mit der wir leben haben können. Obwohl, wenn wir's genau in den Freigabezyklen ... das geht halt bei Druck immer rauf und runter ... gar nicht so

wirklich die Schuldfrage ... also wenn wir's vor Gericht ausgestritten hätten, hätte ich nicht einmal ... wäre ich mir nicht einmal sicher gewesen, dass wir gewonnen hätten.

A: Ja. Mhm, mhm. Ok. Also man ist Ihnen eh entgegen gekommen?

B: Man ist mir sehr entgegen gekommen. Man hat versucht, schnell eine Nachlieferung ... das war ein massives Problem ... das war wirklich ein massives Problem für uns, weil der ist uns sowohl preislich als auch mit Nachproduktion extrem entgegen gekommen, eben mit Artikeln und Produktionsweisen, wo ich weiß, dass das nicht einfach ist.

A: Mhm. Mhm. Ok. Und als welche Art von Beziehung würden Sie sie beschreiben? Ist das schon eine langjährige Beziehung?

B: Ist schon eine langjährige Beziehung.

A: Mhm. Und welche Emotionen hat diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Ah, also Emotionen habe ich mir schon lange abgewöhnt bei solchen Dingen.

A: Ok. Also es ist eher sachlich geblieben?

B: Ja, wenn man das Jahrzehnte macht, kann man sich Emotionen kaum leisten. Da hängt man sich auf.

A: Ok, na, ist klar. Das verstehe ich. Ich würde Ihnen trotzdem ein paar Emotionen vorlesen. Und Sie müssten mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs, was am Besten zugetroffen hat. Also eins wäre überhaupt nicht, Sie haben die Emotion gar nicht empfunden und sechs wäre dann sehr viel. Und Sie können auch alles dazwischen nehmen. Also es geht wieder um die konkrete Situation. Die erste Emotion wäre erfreulich?

B: Na, erfreulich war es nicht.

A: Ok, also eins?

B: Also sechs war ... Sie haben gesagt, sechs ist das Schlechteste, nicht?

A: Also sechs ist sehr viel und eins wäre dann überhaupt nicht.

B: Also nein, natürlich freut man sich nicht, also eins, ja.

A: Genau. Ok. Glückliche?

B: Wenn man das Problem erkennt?

A: Ja. Also es geht um die Bearbeitung der Beschwerde.

B: Um die Bearbeitung, die war sehr erfreulich, ja. Also das würde ich doch als fünf nehmen, ja.

A: Aha. Ok. Ja. Dann glücklich?

B: Glückliche. Zwei.

A: Ja. Stolz?

B: Zwei.

A: Mhm. Freundliche Gefühle?

B: Zwei.

A: Ja. Haben Sie sich geschätzt gefühlt?

B: Ja, doch vielleicht. Ja. Drei, vier. Vier.

A: Ja. Vier. Waren Sie aufmerksam?

B: Entschuldigung, ich habe ...

A: Waren Sie aufmerksam?

B: Ob ich aufmerksam war?

A: Ja.

B: Ich ... also das verstehe ich jetzt nicht.

A: Also waren Sie aufmerksam während der Bearbeitung der Beschwerde?

B: Ja. Vier.

A: Ja, mhm. Waren Sie aktiv?

B: Sehr aktiv. Sechs.

A: Ja. Waren Sie interessiert?

B: Sehr, sehr interessiert, weil Problemlösungen müssen gemacht werden. Also sechs, ja.

A: Ja. Aufgebracht?

B: Zwei.

A: Mhm. Wütend?

B: Bitte?

A: Wütend?

B: Zwei.

A: Ja. Traurig?

B: Zwei.

A: Mhm. Schlechter Laune?

B: Zwei.

A: Ja. Verärgert?

B: Vier.

A: Mhm. Nervös?

B: Eins.

A: Ja. Besorgt?

B: Eins.

5 erfreulich

4 aufmerksam

2 traurig

2 glücklich

6 aktiv

2 schlechter Laune

2 stolz

6 interessiert

4 verärgert

2 freundliche Gefühle

2 aufgebracht

1 nervös

4 geschätzt fühlen

2 wütend

1 besorgt

A: Mhm. Ok. Ja. Das waren jetzt schon einige Emotionen. Haben Sie noch andere empfunden?

B: Eigentlich nicht, nein.

A: Ok. War alles abgedeckt. Und wieder auf das konkrete Beispiel bezogen, hat diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Beziehung zu diesem Unternehmen verändert?

B: Ah, eigentlich schon, ja.

A: Ja. Und in welcher Art und Weise?

B: Sie hat es verbessert, weil Unternehmen, die Probleme lösen, ich persönlich mehr Kompetenz und vor allem den handelnden Personen mehr Kompetenz zuspreche. Weil Probleme treten bei uns im Geschäft auf und die treten ... die machen ... wir machen Fehler, die passieren einfach, es ist immer die Frage, wie darauf ... wie man darauf reagiert und auf Fehler, auf die gut und schnell reagiert wird, stärkt aus meiner Sicht immer eine Kunden-Lieferanten-Beziehung, als dass sie sie schwächt.

A: Mhm. Mhm. Ok. Also es hat sich verstärkt, die Beziehung, kann man sagen, ja?

B: Absolut, ja.

A: Und warum war das so? Eben weil das anerkannt worden ist?

B: Na, weil ich damit einen kompetenten Partner weiß, also einen verlässlichen Partner weiß.

A: Mhm. Ok. Und wie lange besteht die Beziehung schon?

B: Na, sicher zehn Jahre.

A: Mhm. Und können Sie da kurz die Entwicklung beschreiben? Hat es da schon einmal etwas gegeben? War das das erste Mal?

B: War eigentlich das erste und größere Problem.

A: Mhm. Ok. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn sehr große Bedeutung.

B: War eine sehr große Bedeutung für uns, ja. Zehn.

A: Ok. Ja. Dann nehme ich zehn. Ja. Dann bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Darf ich fragen, wie alt Sie sind?

B: 46.

A: Ja. Geschlecht ist klar, männlich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Ah, Universitätsausbildung. Also ein Universitätsabschluss.

A: Mhm. Ja. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?

B: Bin Eigentümer.

A: Mhm. Ok. Ja. Dankeschön, das wär's dann schon gewesen. Danke, dass Sie sich Zeit genommen haben. Wiederhören.

B: Bitte.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 54

Datum: 10.12.2009

Dauer: 00:08:22

A= Interviewer

B= Respondent

A: Können Sie sich an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten dann zu einer guten Einschätzung dieses beteiligten Unternehmens geführt hat?

B: Ja.

A: Ja. Und könnten Sie da vielleicht einen konkreten Fall nennen? Also jetzt ohne da auf Firmennamen einzugehen.

B: Ja, das ist kein Problem, das war die Firma Minka, das ist eine Pulverbeschichtungsfirma von uns. Da hat es Reklamationen gegeben, also das ist schlecht beschichtet worden und so was und die haben uns dann auf Kulanz haben Sie uns dann einen Gutschein ausgestellt über eben Beschichtungsmaterial.

A: Ja. Mhm. Ja, ok. Und Sie haben dann eine gute Einschätzung gehabt von dem Lieferanten?

B: Ja. Mhm. Hat zwar ein bisschen gedauert, bis wir zusammengekommen sind, aber ...

A: Aber es hat dann gepasst?

B: Das hat funktioniert, ja.

A: Mhm. Und wie würden Sie sagen war Ihre Beziehung zu diesem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde?

B: Na, war eh eine gute Beziehung. Das ist jetzt auch wieder genauso.

A: Ja. Also war vorher auch schon gut?

B: Ja, hat sich nichts geändert, ja.

A: Mhm. Und als welche Art von Beziehung würden Sie sie beschreiben? Ist das schon eine langjährige Beziehung? Eine starke Beziehung?

B: Langjährige.

A: Mhm. Ok. Und welche Emotionen hat diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Pfuh.

A: Ist vielleicht nicht ganz einfach.

B: Na ja, da hat sich eigentlich ... wie soll ich sagen? Da kann ich Ihnen gar nicht recht eine Antwort geben.

A: Ah, ich kann Ihnen auch ein paar vorlesen.

B: Ja.

A: Und Sie müssten mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs, was am Besten zugetroffen hat.

B: Ja.

A: Also eins wäre überhaupt nicht, Sie haben die Emotion gar nicht empfunden und sechs wäre sehr viel. Und Sie können auch alles dazwischen nehmen. Und die erste Emotion wäre erfreulich?

B: Ah, lesen Sie mir vorher noch einmal die Frage vor.

A: Ja. Also es geht wieder um die Emotion in Bezug auf diese Beschwerde, die Sie gehabt haben. Und eins wäre überhaupt nicht, also Sie haben die Emotion gar nicht empfunden und sechs wäre sehr viel. Und die Emotion wäre erfreulich.

B: Ja. Auch wieder von eins bis sechs?

A: Genau.

B: Ah, drei.

A: Drei. Mhm.

B: Ja.

A: Ok. Dann glücklich?

B: Auch drei. Ja, was soll man sagen.

A: Mhm. Stolz?

B: Wie?

A: Stolz?

B: Holz?

A: Stolz? Waren Sie stolz dabei?

B: Stolz. Ja. Drei. Sicher. Mittel, ja.

A: Mhm. Ok. Hatten Sie freundliche Gefühle?

B: Vier.

A: Ja. Haben Sie sich geschätzt gefühlt?

B: Drei.

A: Drei. Ok. Waren Sie aufmerksam?

B: Auch drei.

A: Mhm. Waren Sie aktiv?

B: Drei.

A: Ja. Waren Sie interessiert?

B: Drei.

A: Ja. Aufgebracht?

B: Zwei.

A: Mhm. Wütend?

B: Zwei.

A: Ja. Traurig?

B: Zwei.

A: Schlechter Laune?

B: Drei.

A: Mhm. Verärgert?

B: Zwei.

A: Ja. Nervös?

B: Nervös, hm. Gute Frage. Fünf.

A: Mhm. Besorgt?

B: Drei.

3 erfreulich

3 aufmerksam

2 traurig

3 glücklich

3 aktiv

3 schlechter Laune

3 stolz

3 interessiert

2 verärgert

4 freundliche Gefühle

2 aufgebracht

5 nervös

3 geschätzt fühlen

2 wütend

3 besorgt

A: Ja. Ok. Das waren jetzt schon einige Emotionen. Haben Sie noch irgendwelche anderen empfunden?

B: Warten Sie einmal, mein anderes Telefon läutet.

A: Mhm.

B: Ich muss abheben, warten Sie.

A: Ja. Ja.

B: So. Bitte.

A: Haben Sie noch irgendwelche anderen Emotionen empfunden?

B: Nein, das waren eh genug.

A: Ok. Ist alles abgedeckt?

B: Ja.

A: Und hat diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Beziehung zu diesem Unternehmen verändert?

B: Nein.

A: Nein? Ist ganz gleich geblieben wie vorher?

B: Gleich geblieben, ja.

A: Mhm. Und können Sie sagen, warum das so war? Wieso ist die Beziehung gleich geblieben?

B: Ja, weil wir eine Lösung gefunden haben und ja, bis jetzt passt alles wieder.

A: Mhm. Ok. Und wie lange besteht diese Beziehung schon?

B: Zehn Jahre.

A: Mhm. Und können Sie da kurz die Entwicklung beschreiben? Hat es da schon öfters Probleme gegeben? War das das erste Mal?

B: Nein, die ... ich meine, das ist ein großer Lieferant von uns, der, ich meine, mit dem haben wir in der Woche zweimal zu tun. Sicher kommt hie und da etwas vor, ja.

A: Mhm. Ok. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn sehr große Bedeutung.

B: Acht.

A: Mhm. Acht. Ok. Dann bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Und zwar wie alt sind Sie?

B: 45.

A: Ja. Geschlecht ist klar, männlich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Bitte?

A: Was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Meisterprüfung.

A: Mhm. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?

B: Wie meinen Sie? Was ich ... was wir überhaupt fertigen?

A: Ah, was Sie genau für eine Funktion haben?

B: Ja, ich bin der Geschäftsführer.

A: Ok. Mhm. Ja. Dankeschön, das wär's dann auch schon gewesen. Danke, dass Sie sich Zeit genommen haben. Danke. Wiederhören.

B: Danke. Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 55

Datum: 10.12.2009

Dauer: 00:11:11

A= Interviewer

B= Respondent

A: Es geht, wie gesagt, um Erfahrungen mit Beschwerden oder Probleme, die Sie mit Ihren Lieferanten hatten und wie sich das dann auf die Geschäftsbeziehung auswirkt.

B: Mhm.

A: Mhm. Können Sie sich da an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten dann zu einer schlechten Einschätzung dieses Unternehmens geführt hat?

B: Also schlechte Einschätzung zu unserem Unternehmen oder zum Lieferanten?

A: Nein, zum Lieferanten dann. Also Sie haben dann eine schlechte Einschätzung von dem Lieferanten gehabt.

B: Ja, na, auf alle Fälle gibt es das. Genau, ja, kann ich auf jeden Fall mit „Ja“ beantworten.

A: Ja. Und können Sie sich da vielleicht an ein konkretes Beispiel erinnern? Ohne jetzt auf Firmennamen einzugehen.

B: Ja, also es gibt zum Beispiel, wenn, angenommen, also Vereinbarungen nicht eingehalten werden. Das ist zum Beispiel etwas, was sehr häufig vorkommt, nicht? Dann muss man immer wieder nachverhandeln und bei uns ist das so, dass das zum Beispiel mit Vertretern Sachen ausgemacht werden und die Lieferfirma das zum Beispiel nicht einhalten möchte. Also das ist eines der häufigsten Fälle.

A: Mhm. Ja. Mhm. Ok. Und dann hat man natürlich eine schlechte Einschätzung?

B: Natürlich, ja. Weil wenn ich da jetzt wegen jeder Vereinbarung streiten muss darum, dass das auch eingehalten wird, dann mag man natürlich nicht so gern mit so Firmen zusammenarbeiten, nicht?

A: Mhm. Ist klar. Ja. Bleiben wir bei dem konkreten Beispiel. Wie würden Sie sagen war Ihre Beziehung zu diesem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde?

B: Na, ja ... schwierig zu beantworten. Weil meistens natürlich, wenn es keine Probleme gibt, ist eh alles in Ordnung. Es kann natürlich sein, dass das ... aber meistens ist es

so, also aus meiner Erfahrung und ich bin jetzt 20 Jahre in der Branche tätig und ich kann das sagen, dass, wenn es irgendwie zu solchen Problemen kommt, es eh meistens von Anfang an ist, also das ist nicht so, dass das immer gut klappt und auf einmal geht es schlecht oder so. Es gibt Firmen, die sind zuverlässig und es gibt Firmen, die sind unzuverlässig. Und das hat natürlich auch oft mit der Größe des Unternehmens was zu tun, nicht?

A: Mhm. Ja. Ok. Also es kann sein, dass es vorher auch schon mehrere Sachen gegeben hat?

B: Ja, ja, bei den meisten sogar.

A: Mhm. Ok. Und als welche Art von Beziehung würden Sie sie beschreiben? Ist das schon eine langjährige Beziehung? Eine starke Beziehung?

B: Na ja, auch schwierig zu beantworten, weil wie gesagt, es gibt Firmen, mit denen man jahrelang natürlich kämpfen muss, weil sie einfach unverzichtbar sind als Lieferanten und von anderen wird man sich trennen, nicht?

A: Mhm. Mhm. Ok. Na, denken Sie einfach an das konkrete Beispiel.

B: Wie ich die Beziehung einschätze oder ...?

A: Genau, genau. Zu diesem konkreten Unternehmen, das Sie im Kopf haben.

B: Ja, an und für sich zum Beispiel jetzt die eine Firma, mit der ich immer streiten muss und auf die ich nicht verzichten kann, haben wir natürlich eine starke Beziehung.

A: Mhm. Mhm. Ok. Und welche Emotionen hat diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Na ja, auf jeden Fall keine positiven Emotionen. Das ist natürlich immer ärgerlich, ganz klar.

A: Ok. Mhm. Ist ganz klar. Ich würde Ihnen jetzt ein paar Emotionen vorlesen und Sie müssten mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs, was am Besten zugetroffen hat.

B: Mhm.

A: Also eins wäre überhaupt nicht, Sie haben die Emotion gar nicht empfunden und sechs wäre sehr viel. Und Sie können auch alles dazwischen nehmen.

B: Mhm.

A: Und zwar ist die erste Emotion erfreulich? Wieder in Bezug auf das ...

B: Also geht das nach dem Schulsystem von eins bis sechs oder was?

A: Genau. Also eins ist überhaupt nicht und sechs ist sehr viel. Und es geht wieder um das konkrete Beispiel. Und erfreulich wäre die erste Emotion.

B: Na, überhaupt nicht erfreulich. Das ist dann eins, nicht?

A: Ja, genau, genau. Mhm, also eins. Glückliche?

B: Nein, auch eins.

A: Ja. Stolz?

B: Stolz?

A: Ja.

B: Na, stolz ... kann ich gar nichts dazu sagen, weil stolz ist für mich ganz etwas anderes. Das hat damit nichts zu tun, nein. Da kann ich gar nichts antworten.

A: Ok. Aber eher auch überhaupt nicht?

B: Überhaupt nicht, ja.

A: Mhm. Freundliche Gefühle?

B: Nein. Eins.

A: Ja. Haben Sie sich geschätzt gefühlt?

B: Bitte?

A: Haben Sie sich geschätzt gefühlt?

B: Nein, natürlich nicht. Auch eins.

A: Ja. Waren Sie aufmerksam dabei?
 B: Aufmerksam?
 A: Ja. Also waren Sie aufmerksam?
 B: Ja. Das muss ich ja sein, nicht? Also ja, das ... aufmerksam muss ich immer sein. Das ist auf jeden Fall mit sechs zu beantworten.
 A: Ok. Ja. Na, nehme ich sechs, ja. Waren Sie aktiv?
 B: Auch mit sechs.
 A: Ja. Waren Sie interessiert?
 B: Sechs.
 A: Ja. Aufgebracht?
 B: Aufgebracht würde ich einmal mit vier beantworten.
 A: Ja. Mhm. Wütend?
 B: Sechs.
 A: Ja. Traurig?
 B: Na, traurig bin ich deswegen nicht. Also da würde ich eins sagen.
 A: Ok. Eins. Na, ist klar. Schlechter Laune?
 B: Schlechter Laune bin ich deswegen auch nicht. Also vielleicht zwei.
 A: Zwei, ja. Verärgert?
 B: Sechs.
 A: Ja. Nervös?
 B: Eins.
 A: Ja. Besorgt?
 B: Wir haben so viele Sendelöcher drinnen. Ich verstehe immer nur die letzte Silbe.
 A: Oje. Aha. Besorgt?
 B: Besorgt?
 A: Ja.
 B: Drei.

1 erfreulich	_6_ aufmerksam	_1_ traurig
1 glücklich	_6_ aktiv	_2_ schlechter Laune
1 stolz	_6_ interessiert	_6_ verärgert
1 freundliche Gefühle	_4_ aufgebracht	_1_ nervös
1 geschätzt fühlen	_6_ wütend	_3_ besorgt

A: Ja. Mhm. Das waren jetzt schon einige Emotionen. Haben Sie noch irgendwelche anderen empfunden?
 B: Nein.
 A: Ok. Ist alles abgedeckt damit?
 B: Ja. So viel empfinde ich gar nicht. Da täte ich nicht mehr existieren.
 A: Mhm. Ja. Na, es ist meistens im geschäftlichen Leben sowieso nicht so, dass so viele Emotionen dann aufkommen.
 B: Ja, genau.

A: Mhm. Und hat diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Beziehung zu diesem Unternehmen verändert?
 B: Ja, schon.
 A: Ja. Und können Sie sagen, in welcher Art und Weise?
 B: Na, das habe ich eigentlich eh schon zuerst beantwortet. Es geht eigentlich um die Zuverlässigkeit und wenn die nicht gegeben ist, dann muss man sich etwas überlegen. Und natürlich sind Emotionen da auch im Spiel, nicht? Wie man eben dann, wie eh schon gesagt, wert geschätzt wird etc.

A: Ja. Mhm. Genau, genau. Und also man könnte sagen, die Beziehung hat sich abgeschwächt dadurch?

B: Ja.

A: Mhm. Und können Sie sagen, warum das so war? Einfach, weil man sich auf die nicht verlassen konnte oder hat es da noch ...?

B: Die Zuverlässigkeit ist nicht gegeben, die Wertschätzung ist nicht gegeben, der Respekt ist nicht gegeben.

A: Mhm. Ok. Gut. Und wie lange besteht diese Beziehung schon?

B: Also wieder auf dieses eine konkrete Beispiel bezogen?

A: Genau. Genau. Mhm.

B: Na, da würde ich einmal sagen, zehn Jahre oder so.

A: Mhm. Ok. Und Sie haben gesagt, da hat es schon öfters Probleme gegeben?

B: Ja, natürlich. Das ist eh klar. Das ist halt so. Manche Firmen ...

A: Mhm. Ja, das kommt eben vor, ja.

B: Ja.

A: Mhm. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn sehr große Bedeutung.

B: Ah, das Auftreten der Beschwerde ... Was meinen Sie da? Das müssen Sie mir genauer erklären.

A: Also welche Bedeutung hatte es für Sie überhaupt, dass die Beschwerde passiert ist?

B: Achso. Pfu, ja, also eins ist wieder ...

A: Also eins ist überhaupt keine Bedeutung und zehn sehr große Bedeutung.

B: Sechs ist eine sehr große Bedeutung?

A: Zehn wäre sehr große Bedeutung. Also von eins bis zehn geht das jetzt.

B: Mhm. Ja, dass ich das ... Was weiß ich, ja, fünf oder so was in der Mitte.

A: Fünf. Mhm. Ok. Dann bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Und zwar wie alt sind Sie?

B: 48.

A: Ja. Geschlecht ist klar, weiblich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Matura. AHS-Matura.

A: Ja. Welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?

B: Ah, Leitung Verkauf und Einkauf.

A: Mhm. Ok. Ja. Danke, das wär's dann auch schon gewesen. Danke, dass Sie sich Zeit genommen haben. Danke. Wiederhören.

B: Bitte, gerne. Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 56

Datum: 11.12.2009

Dauer: 00:07:19

A= Interviewer

B= Respondent

A: Es geht, wie gesagt, um Erfahrungen mit Beschwerden oder Probleme, die Sie mit Ihren Lieferanten hatten und wie sich das dann auf die Geschäftsbeziehung auswirkt.

B: Auweh. Bitte.

A: Ok. Können Sie sich da an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten dann zu einer guten Einschätzung dieses Unternehmens geführt hat?

B: Gute Einschätzung. Unternehmen. Eigentlich nicht recht, muss ich ehrlich sagen.

A: Mhm. Und können Sie sich vielleicht an den gegenteiligen Fall erinnern, dass Sie dann eine schlechte Einschätzung von dem Unternehmen hatten?

B: Ja, ich muss Ihnen ehrlich sagen, also die Unternehmen an und für sich, die bemühen sich immer sehr. Die große Problematik ist nachher die Spedition immer wieder. Die Speditionen, also die Unternehmen. Das funktioniert eben zu 90 %, also dass die Beschwerden angenommen werden, die Reklamationen. Nur ist immer wieder nachher, wenn das angeliefert wird mit den Speditionen, dass da ... passieren die größten Fehler und da ist großteils alles noch schlechter als vorher das Ganze war.

A: Mhm. Mhm. Ja. Wir können auch so einen Fall hernehmen.

B: Mhm.

A: Also können Sie sich da vielleicht an ein konkretes Beispiel erinnern? Ohne jetzt auf Firmennamen einzugehen.

B: Ja, freilich. Da ist die Ware dreimal geliefert worden und war dreimal kaputt.

A: Mhm. Ja. Und nachher hat man natürlich eine schlechte Einschätzung, ist eh klar.

B: Ja, äußerst schlecht. Und dann verschiedene Firmen, die da neu bei uns zugeliefert haben, dass sich die vorne und hinten nicht ausgekannt haben und dass wir da ein halbes Jahr einmal hin und her probiert haben, wie das richtig funktioniert. Also ist nicht das Wahre.

A: Mhm. Mhm. Ok. Na, bleiben wir vielleicht bei dem konkreten Beispiel. Wie würden Sie sagen war Ihre Beziehung zu diesem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde?

B: Eigentlich gut.

A: Mhm. Und als welche Art von Beziehung würden Sie sie beschreiben? Ist das schon eine langjährige Beziehung? Eine enge Beziehung?

B: Na, ist eigentlich eher schon eine langjährige Beziehung.

A: Mhm. Ok. Und welche Emotionen hat diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Ah, das war so, die hätten eigentlich von der Bearbeitung eigentlich den Schwarzen Peter uns zuschieben wollen, was eigentlich von ihnen der Fehler war, nicht?

A: Mhm. Aha. Ok. Ich würde Ihnen jetzt ein paar Emotionen vorlesen und Sie müssten mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs, was am Besten zutroffen hat.

B: Mhm.

A: Also eins wäre überhaupt nicht, Sie haben die Emotion gar nicht empfunden und sechs wäre sehr viel. Und Sie können auch alles dazwischen nehmen.

B: Mhm.

A: Die erste Emotion wäre erfreulich? Also wieder auf das konkrete Beispiel bezogen.

B: Mhm. Erfreulich eher drei.

A: Mhm. Glücklich?

B: Nein, überhaupt nicht.

A: Ok. Ja. Dann nehme ich eins. Stolz?

B: Na, der Firma gegenüber eigentlich schon ein bisschen. Also da nehmen wir zwei.

A: Mhm. Freundliche Gefühle?

B: Nein. Überhaupt nicht.

A: Ok. Ja. Da nehme ich eins. Haben Sie sich geschätzt gefühlt?

B: Drei.

A: Drei. Mhm. Waren Sie aufmerksam?

B: Hm. Vier.

A: Ja. Waren Sie aktiv?

B: Aktiv waren sie eigentlich schon. Da kann man eins sagen.

A: Also eins ist überhaupt nicht.

B: Mhm.

A: Also waren Sie aktiv?

B: Wir schon, ja.

A: Ja. Also eher sechs dann? Sehr viel, ja.

B: Sechs.

A: Mhm. Waren Sie interessiert?

B: Betrifft das mich oder die Firma?

A: Ja, also auf Sie bezogen jetzt.

B: Ja, schon. Sechs ist das Bessere?

A: Ja, genau. Dann nehme ich sechs. Aufgebracht?

B: Ah, eins.

A: Mhm. Wütend?

B: Nein, gar nicht.

A: Ok. Da nehme ich auch eins. Traurig?

B: Auch nicht eigentlich. Eins.

A: Ja. Schlechter Laune?

B: Das schon.

A: Ok. Was würden Sie eher nehmen, welche Zahl?

B: Ah, eins ist ...

A: Eins ist überhaupt nicht.

B: Sechs.

A: Mhm. Verärgert?

B: Sehr. Fünf.

A: Ja. Nervös?

B: Nein, zwei.

A: Ok. Besorgt?

B: Zwei.

3 erfreulich

4 aufmerksam

1 traurig

1 glücklich

6 aktiv

6 schlechter Laune

2 stolz

6 interessiert

5 verärgert

1 freundliche Gefühle

1 aufgebracht

2 nervös

3 geschätzt fühlen

1 wütend

2 besorgt

A: Mhm. Ok. Das waren jetzt schon einige Emotionen. Haben Sie noch irgendwelche anderen empfunden?

B: Nein, eigentlich nicht.

A: Ok. Und hat diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Beziehung zu diesem Unternehmen verändert?

B: Nein.

A: Gar nicht? Also es ist ganz gleich geblieben?

B: Genau.

A: Mhm. Und warum war das so?
B: Weil wir eigentlich weiterhin zusammenarbeiten müssen und eigentlich das Beste beide wollen, also für die Kundschaften.

A: Mhm. Ok. Und wie lange besteht die Beziehung schon?
B: Hm, drei Jahre schon.
A: Mhm. Und können Sie da kurz die Entwicklung beschreiben? Hat es da schon öfters Probleme gegeben? War das das erste Mal?
B: Ah, da gibt es öfters Troubles.

A: Mhm. Ok. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn sehr große Bedeutung.
B: Fünf.

A: Fünf. Mhm. Gut. Dann bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Und zwar wie alt sind Sie?
B: 50.
A: Mhm. Geschlecht ist klar, männlich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?
B: Fachschule.
A: Mhm. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?
B: Ah, Disposition Einkauf.
A: Mhm. Ok. Ja. Danke, das wär's dann auch schon gewesen. Dankeschön.
B: Bitte. Wiederhören.
A: Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 57

Datum: 17.12.2009

Dauer: 00:12:13

A= Interviewer

B= Respondent

A: Es geht, wie gesagt, grundsätzlich um Erfahrungen mit Beschwerden oder Probleme, die Sie mit Ihren Lieferanten hatten und wie sich das dann auf die Geschäftsbeziehung auswirkt.
B: Mhm.
A: Und zwar können Sie sich da an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten dann zu einer schlechten Einschätzung des Unternehmens geführt hat, also des Lieferanten geführt hat?
B: Ja, gibt es sicher ... sicher, sage ich einmal, bei 30 % sogar aller Mängel, die man dann sozusagen miteinander auskommuniziert.
A: Mhm. Mhm. Also dass Sie dann eine schlechte Einschätzung haben von dem Lieferanten, ja?
B: Das kann durchaus vorkommen, ja.
A: Und fällt Ihnen da vielleicht ein konkretes Beispiel ein? Also Sie müssen nicht auf Firmennamen eingehen. Nur vielleicht, was da kurz passiert ist.

B: Ah, ja, zum Beispiel Paletten ... ganz simple Verpackungsmaterialien, wenn man so will, ah, das ist so gewesen, dass wir halt mit der Art und Weise der Lieferung nicht zufrieden waren und auch mit dem Zahlungsziel des Lieferanten. Daraufhin haben wir halt unsere Meinung kundgetan und haben aber dann zufällig über Dritte, über den Chauffeur, der das Ganze macht und uns halt sehr gut kennt, hört, wie die dann geschimpft haben und gesagt haben, die Firma und das ist sowieso ein Wahnsinn, ah, und daraufhin haben sich wir die Firma näher angeschaut, also von der Bilanz und so weiter und sind dann eigentlich daraufgekommen, dass die sowieso am Hungertuch nagen und eigentlich die nur mehr kurz vor knapp gewesen sind. Das heißt, wir haben sogar daraufhin die Geschäftsbeziehung beendet.

A: Mhm. Ja. Mhm. Aha. Also es ist ganz abgebrochen worden dann?

B: Ja, also das kann durchaus vorkommen oder ein anderer Fall ist, dass man zum Beispiel eine Lohnfertigung irgendwo an einen Standteil hat oder was auch immer und wenn man dann das erste Mal ... wenn halt die Qualität schlecht ist mit einem Non-Conformity-Report die Information weitergibt und dann vielleicht sogar selbst hinfährt, ah, merkt man, dass die Firma halt einfach nicht professionell ist, dass sie keine ISO haben und so weiter und dadurch, ah, kann eine Geschäftsbeziehung beendet werden oder zumindest muss man denen ganz strikt vorgeben, Formulare und und und. Das heißt, so dass sie das Geschäftsgebaren total auf den Zulieferbetrieb ausrichten müssen. So kann es auch sein.

A: Ja. Mhm. Mhm. Das verstehe ich, ja. Bleiben wir vielleicht bei dem Beispiel, das Sie zuerst gesagt haben, mit dem Abbruch der Beziehung.

B: Ja.

A: Wie würden Sie sagen war dann die Beziehung zu diesem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde?

B: Na ja, das ist schwer zu sagen. Wir haben fast 400 Lieferanten und wenn wir von irgendeinem Verpackungsmaterial kaufen, hat man da nicht wirklich eine Beziehung, sagen wir. Eine Beziehung hat man zu Hauptlieferanten. Ein Hauptlieferant ist einer von der ABC-Analyse gesehen halt ein A-Lieferant, der grundsätzlich, sage ich einmal, mindestens 10 % des Einkaufsvolumens ausmacht. Da hat man wirklich eine Beziehung, da besucht man sich gegenseitig. Da tut man miteinander sogar Entwicklungsprojekte ... Aber bei einem 08/15-Produkt, das Sie überall bekommen ... Da ist es eher der Markt. Das heißt, man schreibt da drei Firmen an und das war's.

A: Ok. Ja. Mhm. Aber in dem Fall war das nicht so eine enge Beziehung zu dem Lieferanten und nicht so ein wichtiger Lieferant?

B: Nein. Bei einer wirklich engen Beziehung natürlich ... das ist halt wie in einer Ehe, da ist es schon so, dass es halt durch Qualitätspunkte oder durch irgendwelche Zahlungsverzögerungen, was auch immer, viel mehr an Lösungen versucht wird, zu finden. Das ist ganz klar.

A: Mhm. Ja, ja, ist klar.

B: Aber es kann auch wirklich so weit führen, dass auch so Hauptlieferanten ... also wir haben auch einen so einen Fall gehabt, das war vor zwei Jahren, wo wir mit einem Hauptstalllieferanten, der eigentlich, glaube ich, 12, 13 % von unserem Einkaufsvolumen ausgemacht hat, aufgehört haben, dann zum Zusammenarbeiten und haben sich Alternativen gesucht. Was halt mit sehr viel Entwicklung verbunden gewesen ist, aber es muss auch so Notwendigkeiten geben.

A: Mhm. Mhm. Also man rauft sich dann zusammen?

B: Ja. Ja. Kann durchaus sein. Ja.

A: Mhm. Ja. Und bleiben wir trotzdem wieder bei dem konkreten Beispiel. Welche Emotionen hat die Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Na ja, pff, das ist ... das geht fast emotionslos runter. Man ärgert sich vielleicht ganz kurz, dass man sagt, verstehe ich nicht, dass der ... also emotionsmäßig ... Emotionsmäßig sind wir auch wieder bei den wirklich wichtigen Kunden ... Ob wir jetzt das Verpackungsmaterial bei dem kauft oder bei dem ... das ist mir eigentlich egal.

A: Mhm. Ja. Ok. Also es wird da eher sachlich geschaut, dass das behandelt wird?

B: Richtig, das ist sachlich. Wenn man nicht zusammenkommt und wenn man dann merkt, aha, das ist eigentlich nicht der Betrieb, wo ich so etwas kaufen will und dann gehen Sie dort nicht hin ... Aber so richtig ärgern ... Das ist so, wie wenn Sie halt in die Billa gehen und der hat mir da dreimal ein altes Produkt verkauft, dann sage ich: „Da gehe ich nicht mehr hin.“ Aber, aber ... ja.

A: Mhm. Ja, genau. Solange ich Alternativen habe, ist das kein Problem.

B: Genau. Solange ... Wie gesagt, sonst sind wir ja schon wieder bei den gefährlichen Lieferanten. Man muss ja eh immer gemeinsam versuchen ... sehr viel Kommunikation das ist da ganz wichtig. Und da zählt sogar wieder in Zeiten wie diesen Gentlemen's Agreement, dass man oft dort telefonisch oft mehr ausmacht als immer der schriftliche ... beinharte Schriftverkehr, weil dann kann keiner mehr aus, man ist eingengt und ... Das ist eine Win-Win-Situation, muss das immer bleiben.

A: Mhm. Genau. Ja, ja. Mhm. Ich würde Ihnen jetzt trotzdem ein paar Emotionen vorlesen und Sie müssten mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs, was am Besten zugetroffen hat. Also eins wäre überhaupt nicht, Sie haben die Emotion gar nicht empfunden und sechs wäre sehr viel. Und Sie können auch alles dazwischen nehmen.

B: Ja.

A: Und zwar die erste Emotion wäre erfreulich? Also wieder auf den konkreten Fall bezogen.

B: Ja. Ich sage, vielleicht zwei.

A: Mhm. Ja. Glückliche?

B: Achso. Die Nummer eins war erfreulich oder was?

A: Ja, das war die erste Emotion. Genau. Und da haben Sie gesagt zwei.

B: Ja. Wie kann eine Emotion erfreulich sein?

A: Ja, also in dem konkreten Fall. Also wenn Sie sagen, ja, Sie waren dabei gar nicht erfreut, dann würde eins am Besten passen bei dem Fall.

B: Mhm. Ja. Nein, sicher, erfreut ... Also mir war es wirklich egal. Das ist ein ... das habe ich natürlich abgehakt und damit ist es erledigt.

A: Mhm. Ja, dann würde vielleicht passen, also Sie haben das gar nicht empfunden. Also eins eher.

B: Ja.

A: Mhm. Dann hätte ich glücklich?

B: Wie?

A: Glückliche wäre die nächste Emotion. Ja, was würden Sie da eher sagen, welche Zahl?

B: Bei glücklich?

A: Ja. Also auch wieder auf das Beispiel bezogen.

B: Ich kann dem Ganzen ... noch einmal, wenn ich eine Emotion habe für ... wenn ich einen Lieferanten habe, da gibt es ja nur schlecht, schlechter, sehr schlecht. Ich kann ja nicht von glücklich ausgehen. Ich kann ja nie die Skalierung von glücklich ausmachen. Wissen Sie, wie ich meine? Wenn ich glücklich ... dann bekomme ich nie eine Emotion aus einer Beschwerde heraus ... Die Nulllinie ist ja sozusagen emotionslos. Da kann ich sagen, extreme Emotion und von mir aus bis zum Hass oder was auch immer, wo eine

Abstufung ist und wie gesagt, bin ich jetzt da sozusagen glücklich ... nein, natürlich nicht.

A: Mhm. Ja, dann müssen wir wieder eins nehmen.

B: Ja.

A: Also in dem konkreten Fall, genau. Ja. Also es geht wieder um die Emotion, die Sie bei der Beschwerde empfunden haben.

B: Keine.

A: Ok. Dann hätte ich noch stolz?

B: Keiner.

A: Ja. Auch eins. Ok. Hatten Sie freundliche Gefühle?

B: Nein. Überhaupt nicht.

A: Mhm. Haben Sie sich geschätzt gefühlt?

B: Ja.

A: Ja. Also was würden Sie eher sagen, welche Zahl?

B: Machen wir Mittelfeld.

A: Mhm. Eher drei oder eher vier?

B: Drei.

A: Drei?

B: Ja.

A: Ja. Waren Sie aufmerksam dabei?

B: Ja.

A: Ja. Also nehme ich sechs.

B: Ja.

A: Ja. Waren Sie aktiv?

B: Ja. Nehmen wir auch sechs.

A: Ja, ja. Waren Sie interessiert?

B: Ah, da nehme ich nur drei.

A: Ja. Aufgebracht?

B: Ah, drei.

A: Ja. Wütend?

B: Ah, eins.

A: Ja. Traurig?

B: Eins.

A: Ja. Schlechter Laune?

B: Eins.

A: Ja. Verärgert?

B: Ah, drei.

A: Mhm. Nervös?

B: Eins.

A: Ja. Besorgt?

B: Eins.

1 erfreulich

6 aufmerksam

1 traurig

1 glücklich

6 aktiv

1 schlechter Laune

1 stolz

3 interessiert

3 verärgert

1 freundliche Gefühle

3 aufgebracht

1 nervös

3 geschätzt fühlen

1 wütend

1 besorgt

A: Ja. Ok. Das waren jetzt schon einige Emotionen. Haben Sie noch andere empfunden?

B: Nein.

A: Ok. Und hat diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Beziehung zu dem Unternehmen verändert? Ich glaube, Sie haben gesagt, Sie haben das dann abgebrochen.

B: Ja, ich habe es beendet.

A: Mhm. Genau. Und warum haben Sie das abgebrochen? Können Sie das sagen?

B: Ja, weil die Firma ganz einfach nicht unserem Qualitätsanspruch und vor allem auch unserer Geschäftsphilosophie entspricht. Da muss man im Business eben eine Linie vorgeben und wenn sich die Zulieferfirmen auf das einstellen können, dann sind sie gut und gern gesehen und wenn aber sie sich nicht einstellen können auf das, dann muss man mit denen ja nicht unbedingt ein Geschäft machen.

A: Mhm. Ja. Mhm, mhm. Ok. Und wie lange hat die Beziehung bestanden ungefähr?

B: Na ja, das sind sicher schon zehn Jahre gewesen oder sogar länger. Größer zehn Jahre. So im Detail weiß ich es auch nicht.

A: Mhm. Ja. Und hat es da öfters Vorfälle gegeben oder war das das erste Mal?

B: Ah, es hat sicher das eine oder andere ... nichts Dramatisches, aber ...

A: Mhm. Kleinigkeiten.

B: Ja, ich würde schon sagen, ja, hat schon einmal was gegeben vorher.

A: Mhm. Ok. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn sehr große Bedeutung.

B: Nehmen wir ...

A: Bitte? Zehn?

B: Zwei.

A: Ah, zwei. Ok. Dann bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Und zwar wie alt sind Sie?

B: 45.

A: Ja. Geschlecht ist klar, männlich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Ah, Abendschule für Techniker.

A: Mhm. Ja. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?

B: Betriebsleiter, Prokurist.

A: Mhm. Ok. Ja. Danke, das wär's dann auch schon gewesen. Danke, dass Sie sich Zeit genommen haben. Danke. Wiederhören.

B: Bitte. Gerne. Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 58

Datum: 17.12.2009

Dauer: 00:12:55

A= Interviewer

B= Respondent

A: Also ich habe dir eh schon gesagt, es geht um Erfahrungen mit Beschwerden oder Probleme, die ihr mit euren Lieferanten gehabt habt und wie sich das auf die Geschäftsbeziehung auswirkt.

B: Ja.

A: Und kannst du dich da an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem eurer Lieferanten dann zu einer schlechten Einschätzung dieses Unternehmens geführt hat?

B: Ah, natürlich, kann ich mich daran erinnern. Wie im Detail?

A: Ja. Na, kannst du dich auf einen konkreten Fall erinnern, ohne jetzt auf Firmennamen einzugehen.

B: Mhm. Zum Beispiel haben wir einen gehabt, einen Lieferanten, für Spritzgussteile, sind also Kunststoff-Spritzgussgehäuse, ah, wo sich der, ähm, nicht qualifiziert hat für neue Projekte deshalb, weil er zum einen einmal die Reklamation verursacht hat. Das ist aber noch nicht das Schlimme, sondern das Schlimme daran ist, dass es keine ordentliche Abarbeitung davon gegeben hat. Also keine Ursachenfindung und keine, hm, ja, keine Konsequenzen daraus.

A: Ja. Mhm. Mhm. Ok. Also und dann hast du natürlich einen schlechten Eindruck gehabt von dem Lieferanten?

B: Ja, also der hat dann keine neuen Werkzeuge mehr bekommen.

A: Ok. Also ist dann die Beziehung vollkommen abgebrochen worden?

B: Ja, die laufenden Teile sind noch bei dem Lieferanten bestellt worden. Man hat dann dem auch noch eine Chance gegeben bei Neuanfragen. Aber wie man gesehen hat, dass das Preislevel in etwa gleich ist, hat man sich dann für jemand anderen entschieden, weil man gewusst hat, welche Probleme man bekommen kann.

A: Mhm. Ok. Nun gut. Wie würdest du sagen, war die Beziehung zu diesem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde?

B: Ah, vor dem Auftreten ... Ah, das ist eine typische Wiener Firma, zum Beispiel, sesshaft am Favoritener Gewerbering. Und da hat man durchaus eine lockere Umgangsform und es hat eigentlich alles, von Lieferungen und dergleichen, gepasst und zwar ist dieses Problem entstanden, nachdem der hauptsächlich für Qualität verantwortliche Mitarbeiter gegangen ist, da dann einfach nichts Gescheites nachbesetzt worden ist. Ah, ja, davor habe ich jetzt keine größeren Probleme gehabt.

A: Ja. Mhm. Ok. Also allgemein war es davor eher gut oder?

B: Ja.

A: Ok. Und als welche Art von Beziehung würdest du sie beschreiben? Ist das schon eine langjährige Beziehung gewesen?

B: Ja. Sicher länger als zehn Jahre.

A: Mhm. Ok. Und welche Emotionen hat diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde bei dir ausgelöst?

B: Ähm, hat keine guten Emotionen ausgelöst. Ah, soll ich das beschreiben?

A: Ok. Ja, du kannst es einmal beschreiben. Ich kann dir dann aber auch ein paar vorlesen. Du kannst einmal sagen, was dir so spontan einfällt.

B: Ah, ich war sehr enttäuscht von dem, wie das abgehandelt worden ist. Richtig zornig dann eigentlich, weil nichts weiter gegangen ist und man hat auf der anderen Seite dann meist einen Kunden oder eine Produktion sitzen, so wie es in dem Fall war, die die Teile nicht verarbeiten können. Man braucht dringend Lösungen und wenn sich dann lieferantenseitig nichts bewegt und man merkt, dass der eigentlich auch nicht so 100%ig daran interessiert ist, dir zu helfen, dann wird man grantig. Das habe ich, glaube ich, eh schon gesagt.

A: Mhm. Ja. Mhm. Ok. Na, gut. Ich würde dir jetzt trotzdem ein paar Emotionen noch vorlesen und du müsstest mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs, was am Besten zugetroffen hat. Also eins ist überhaupt nicht, du hast die Emotion gar nicht empfunden und sechs ist sehr viel. Und du kannst auch alles dazwischen nehmen.

B: Ja. Ok.

A: Ok. Die erste Emotion wäre erfreulich?

B: Hat überhaupt nicht zugetroffen.

A: Ok. Also eins?

B: Ja.

A: Ja. Glücklich?

B: Hat überhaupt nicht zugetroffen.

A: Ja, eins. Stolz?

B: Überhaupt nicht zugetroffen.

A: Ja. Hattest du freundliche Gefühle?

B: Nein. Wir sprechen da von einer negativen Erfahrung, also das trifft jetzt alles überhaupt nicht zu.

A: Ja, eh. Es ist nur so, ich habe denselben Fragebogen auch für die, die dann eine gute Einschätzung hatten.

B: Ok. Gut.

A: Ok. Also freundliche Gefühle auch überhaupt nicht?

B: Nein.

A: Ok. Hast du dich geschätzt gefühlt?

B: Geschätzt. Nein.

A: Mhm.

B: Nein.

A: Nehme ich auch eins.

B: Auch eins.

A: Ja. Warst du aufmerksam dabei?

B: Ich aufmerksam ... Ja, ich war aufmerksam, weil das war ein großes Problem. Wir nehmen fünf.

A: Ok. Warst du aktiv?

B: Sechs. Wir haben alles Mögliche auf die Beine gestellt.

A: Ok. Warst du interessiert?

B: Sechs. Wir haben alles Mögliche auf die Beine gestellt.

A: Mhm. Aufgebracht?

B: Das ist natürlich auch sechs.

A: Mhm. Wütend?

B: Bitte? Noch einmal.

A: Wütend?

B: Ja. Auch sechs. Ich bin sehr wütend gewesen.

A: Ja. Ok. Traurig?

B: Ah, traurig. Vier.

A: Ok. Schlechter Laune?

B: Fünf.

A: Ja. Verärgert?

B: Sechs.

A: Ja. Nervös?

B: Drei.

A: Ja. Besorgt?

B: Sechs.

1 erfreulich	_5_ aufmerksam	_4_ traurig
1 glücklich	_6_ aktiv	_5_ schlechter Laune
1 stolz	_6_ interessiert	_6_ verärgert
1 freundliche Gefühle	_6_ aufgebracht	_3_ nervös
1 geschätzt fühlen	_6_ wütend	_6_ besorgt

A: Mhm. Ok. Das waren jetzt schon einige Emotionen. Hast du noch irgendwelche anderen empfunden?

B: Hm. Nein, das waren schon viele Emotionen.

A: Ok. Ist alles abgedeckt?

B: Mir hat es nur für den Lieferanten dann leid getan, weil er hat dann erst gemerkt, dass ihm das Geschäft entfleucht, als das dann schon weg war.

A: Ok. Da war es schon zu spät.

B: Also ich habe Mitleid empfunden.

A: Mhm. Ok, ok. Und hat diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde deine Beziehung zu dem Unternehmen verändert? Also du hast gesagt, es ist dann ganz abgebrochen worden.

B: Ja, ja, ja. Es hat komplett geendet.

A: Mhm. Ok. Und warum war das so? Warum ist das dann ganz abgebrochen worden, die Beziehung?

B: Ah, weil man einen relativ großen Schaden hatte und dadurch halt sich dann am Markt umgeschaut hat, was es sonst noch an Lieferanten in dem Bereich gibt und da ist man fündig geworden und wenn man etwas Besseres hat, ja, greift man auf solche Beschwerdefirmen nicht unbedingt mehr zurück.

A: Mhm, mhm. Ok, ja. Also und dadurch auch, dass die wahrscheinlich gar nicht eingegangen sind auf die Beschwerde ... wird das auch so gewesen sein. Mhm.

B: Genau. Es gibt ja bei den Firmen immer so ein sogenanntes Supplier-Rating, nicht? Also so wie Lieferantenbewertung nachher, wo man eben die, ah, überhaupt Reklamationen, Beschwerden so ... sind da drinnen und auch wie die abgearbeitet worden sind, ob man zufrieden damit ist und solche Sachen. Das Ganze führt dann über ein Lieferantensystem mit Preisen und Lieferungen zu einem Punkteanteil.

A: Ja. Ja. Mhm. Ok.

B: Bei der Firma Egston ist es so, wenn man unter 50 % von der Maximalpunktzahl ist, ist man generell für Neuanfragen gesperrt und unter 75 % wird es nicht mehr empfohlen, dass man dort neue Sachen bestellt. Und durch so ein System ergibt das dann automatisch, wenn man eine Beschwerde hat, die man schlecht abgearbeitet hat vom Lieferanten, dann sieht man in diesem Rating und dann bekommt man so und so keinen neuen Auftrag mehr.

A: Mhm. Ok. Ja. Mhm. Und wie lange besteht die Beziehung schon? Also du hast gesagt, schon sehr lange.

B: Die hat zehn Jahre bestanden. Es gibt noch gewisse Sachen, die man dort bezieht, aber das ist nur mehr, weil es da bestehende Werkzeuge gibt, die man extra lagern müsste.

A: Zehn Jahre. Mhm. Ok. Und hat es da schon öfters etwas gegeben oder war das das erste Mal?

B: Ah, da hat es öfters Reklamationen gegeben, überhaupt weil es eine lange Beziehung war. Aber bis zu diesem Zeitpunkt wurden die immer ordentlich abgearbeitet, mit Verbesserungen etc.

A: Mhm. Ok. Und welche Bedeutung hatte für dich das Auftreten der Beschwerde auf einer Skala von eins bis zehn, eins ist überhaupt keine Bedeutung und zehn sehr große Bedeutung?

B: Ah, zehn. Weil bei der Firma Sagem sind die Deckel von den Ladegeräten heruntergefallen und jeder Benutzer konnte die stromführenden Teile angreifen.

A: Aha. Also es war richtig gefährlich?

B: Das war furchtbar wichtig.

A: Ok, ok. Gut. Dann brauche ich noch ein paar demografische Informationen. Wie alt bist du?

B: 31.

A: Ok. Geschlecht ist klar, männlich. Was ist dein höchster Schulabschluss?

B: Ah, HTL.

A: Ok. Und welche Funktion genau bekleidest du im Unternehmen?

B: Strategischer Einkauf heißt das. Also Initialeinkauf.

A: Ok. Mhm. Gut. Danke, das war's dann auch schon. Danke, dass du dir Zeit genommen hast. Tschüss.

B: Bitte. Tschüss.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 59

Datum: 18.12.2009

Dauer: 00:10:13

A= Interviewer

B= Respondent

A: Also, wie gesagt, es geht um Erfahrungen mit Beschwerden oder Probleme, die Sie mit Ihren Lieferanten hatten und wie sich das dann auf die Geschäftsbeziehung auswirkt.

B: Ja.

A: Können Sie sich da an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten dann zu einer guten Einschätzung dieses Unternehmens geführt hat?

B: Ah, im Prinzip ... na ja, nein oder ... ja. Da sage ich ja. Das hat es schon gegeben.

A: Ok. Ja. Und können Sie sich da vielleicht an einen konkreten Fall erinnern? Also ohne jetzt auf Firmennamen einzugehen. Nur, was da vielleicht kurz passiert ist.

B: Nein, kann ich eigentlich jetzt so schnell nichts sagen. Ich kann mich erinnern, dass einmal Probleme waren. Nur solche Sachen werden gleich ausgesprochen beziehungsweise ruft man dann den Vorgesetzten an oder ...

A: Mhm. Ja. Na, Sie haben da bestimmt irgendein Beispiel im Kopf. Und bleiben wir da vielleicht bei dem Beispiel. Wie würden Sie dann sagen, war Ihre Beziehung zu diesem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde?

B: Ja, das war schon sicher gespannt, weil einfach ... wenn die Preissituation nicht stimmt und wenn er dann einer von den wenigen Anbietern ist, wo man einkaufen muss und nicht heraus kann, dann haben die natürlich gewisse Freiheiten und wenn dann noch etwas nicht passt auch, dann ist man natürlich gleich einmal sauer.

A: Mhm. Mhm. Ja, na ist klar. Und als welche Art von Beziehung würden Sie sie beschreiben? Ist das schon eine langjährige Beziehung? Eine engere Beziehung?

B: Nein, das ist keine engere, aber eine langjährige.

A: Mhm. Ok. Und bleiben wir bei dem konkreten Beispiel wieder. Welche Emotionen hat diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Ah, die Emotion war insofern, dass ich gleich emotionsgeladen die Geschäftsführung angerufen habe und mich dementsprechend einmal entladen habe.

A: Mhm. Ja, na ist klar, ja.

B: Was dazu geführt hat, dass die Geschäftsführung dann auf den Einkauf gestiegen ist und der Einkauf ... zuerst ist einmal versucht worden, das Problem zu besprechen, dass halt so viele Anfragen sind und so weiter und so fort, dass von mir aber an und für sich gesagt worden ist, dass wir ja eine ... als Kunde anders behandelt werden möchten und müssen und dass das für die weiteren Geschäftsbeziehungen für diese Firma schlecht wäre und daraufhin hat man mich dann, ah ... ja, die nächsten Anrufe waren dann sehr viel freundlicher, also das hat eingeschlagen. Da muss man gleich direkt den Weg zur Geschäftsführung gehen, weil oft weiß die Geschäftsführung nicht, was der Einkauf macht.

A: Ja. Mhm. Aha. Ist gleich direkt besser sozusagen, ja. Ah, ich würde Ihnen jetzt trotzdem ein paar Emotionen vorlesen und Sie müssten mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs, was am Besten zugetroffen hat. Also eins wäre überhaupt nicht, Sie haben die Emotion gar nicht empfunden und sechs wäre sehr viel. Und Sie können auch alles dazwischen nehmen. Und zwar wäre die erste Emotion erfreulich? Also wieder auf das konkrete Beispiel bezogen.

B: Na, nicht erfreulich, also die Emotion war nicht erfreulich.

A: Ja. Also überhaupt nicht. Eins sozusagen. Ja.

B: Überhaupt nicht, ja.

A: Ja. Glückliche?

B: Die war wirklich, ja, die Emotion.

A: Ah, nein. Glückliche war die Emotion.

B: Ah, glücklich.

A: Glückliche. Ja, genau.

B: Ah, das passt ja gar nicht. Glück bei einer Emotion ... gibt es ja kein Glück. Gibt es eine glückliche Emotion?

A: Na ja, das kommt darauf an. Es kann schon sein, ja, dass man vielleicht glücklich war nachher. Aber in Ihrem Fall ...

B: Ja, war nicht glücklich. Nicht glücklich.

A: Ja, also eins. Also überhaupt nicht, ja. Waren Sie stolz?

B: Nein, da bin ich nicht stolz. Nein, nicht stolz.

A: Ja. Dann nehme ich auch eins. Freundliche Gefühle?

B: Keine freundlichen Gefühle.

A: Ja. Dann nehme ich auch eins. Haben Sie sich geschätzt gefühlt?

B: Wie ich den zusammengeputzt habe oder während ich dann das ...?

A: Ah, während der Bearbeitung der Beschwerde.

B: Ah, ja. Drei von sechs.

A: Ja. Ok. Waren Sie aufmerksam?

B: Vollstens natürlich.

A: Ja. Also nehme ich sechs. Ja?

B: Sechs, ja.

A: Ja. Waren Sie aktiv?

B: Sechs.

A: Ja. Waren Sie interessiert?

B: Sechs.

A: Ja. Aufgebracht?

B: Auch sechs.

A: Ja. Wütend?

B: Wie? Wütend?

A: Wütend. Ja.

B: Vier.

A: Ja. Traurig?

B: Null. Nein. Gar nicht. Also eins.

A: Ja, also eins. Ja, genau. Schlechter Laune?

B: Sechs.

A: Ja. Verärgert?

B: Sechs.

A: Mhm. Nervös?

B: Zwei.

A: Mhm. Besorgt?

B: Eins.

1 erfreulich

6 aufmerksam

1 traurig

1 glücklich

6 aktiv

6 schlechter Laune

1 stolz

6 interessiert

6 verärgert

1 freundliche Gefühle

6 aufgebracht

2 nervös

3 geschätzt fühlen

4 wütend

1 besorgt

A: Mhm. Ja. Das waren jetzt schon einige Emotionen. Haben Sie noch irgendwelche anderen empfunden?

B: Nein, da war alles dabei.

A: War alles dabei. Gut. Und hat diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Beziehung zu diesem Unternehmen verändert?

B: Ah, ja, hat verändert.

A: Ja. Und in welcher Art und Weise? Also hat sich das abgeschwächt?

B: Äh, ich werde viel freundlicher behandelt. Also ich habe mit meiner Reklamation genau das erreicht, also mit meiner Reaktion, der Beschwerde, genau das erreicht, was ich wollte. Ja, also es hat die Geschäftsbeziehung eigentlich im Nachhinein dann verbessert.

A: Aha. Mhm. Also man kann sagen, es hat sich verstärkt, die Beziehung?

B: War gut für die Beziehung. Ja, ja.

A: Mhm. Und warum war das so? Einfach weil das anerkannt worden ist von der Firma?

B: Einfach weil ich das Gefühl habe, dass von der Geschäftsführung meine Beschwerde ernst genommen wurde und dass firmenintern dann eine Weisung an den Support gegeben hat, dass sich da ein bisschen was ändern muss und das hat funktioniert.

A: Mhm. Ja. Ok. Und wie lange besteht die Beziehung schon zu diesem Unternehmen?

B: Pff, aktiv fünf Jahre.

A: Mhm. Und hat es da schon öfters Probleme gegeben? War das das erste Mal?

B: Nein, das hat es noch ... typisches Beispiel an Firmen-Zusammenlegungen, wo die eine Firma, die kleine den großen schluckt oder umgekehrt. Also wo auf einmal zentral

alles gemacht wird, die ganzen kleinen Teilbereiche stillgelegt werden und dann ist auf einmal irgendein inkompetenter Bereich zuständig für einen und die fahren halt dann in einer Art und Weise rein, ja, wie es halt von inkompetenten Leuten gemacht wird.

A: Mhm. Ja. Mhm, ok. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn sehr große Bedeutung?

B: Ja, acht. Acht.

A: Ja. Acht. Gut. Dann bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Und zwar wie alt sind Sie?

B: Zwischen 40 und 50.

A: Ja. Geschlecht ist klar, männlich. Und was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Ah, Studium.

A: Mhm. Ok. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?

B: Technische Leitung.

A: Mhm. Ok, ja. Danke, das wär's dann auch schon gewesen. Danke, dass Sie sich Zeit genommen haben für mich. Danke. Wiederhören.

B: Bitte, gerne. Ja, bitte, gerne. Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 60

Datum: 18.12.2009

Dauer: 00:06:52

A= Interviewer

B= Respondent

A: Können Sie sich an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten dann zu einer guten Einschätzung dieses Unternehmens geführt hat?

B: Hm. Eigentlich nicht.

A: Mhm. Also hat es da nie etwas gegeben?

B: Nicht wirklich, nein.

A: Mhm. Und können Sie sich auf den umgekehrten Fall erinnern vielleicht, dass Sie dann eine schlechte Einschätzung von dem Lieferanten gehabt haben?

B: Ah, ja, im Prinzip schon.

A: Mhm. Und können Sie sich da vielleicht an ein konkretes Beispiel erinnern, ohne jetzt auf Firmennamen einzugehen? Nur, was da vielleicht passiert ist. Nur ganz kurz also ...

B: Na ja, dass die Lieferung nicht recht funktioniert hat und auch, ja, keine rechte Lösung gefunden wurde.

A: Mhm. Ja, ok. Und bleiben wir bei dem konkreten Beispiel. Wie würden Sie sagen war Ihre Beziehung zu dem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde?

B: Ja, schon gut.

A: War gut. Mhm.

B: Mhm.

A: Und als welche Art von Beziehung würden Sie sie beschreiben? Ist das schon eine langjährige Beziehung? Eine enge Beziehung?

B: Mhm, langjährig.

A: Mhm. Und welche Emotionen hat diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Na ja, Ungeduld.

A: Mhm. Ok. Ich würde Ihnen jetzt noch ein paar Emotionen vorlesen und Sie müssten mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs, was am Besten zugetroffen hat. Also eins wäre überhaupt nicht, Sie haben die Emotion gar nicht empfunden und sechs wäre sehr viel. Und Sie können auch alles dazwischen nehmen.

B: Mhm.

A: Und es ist wieder auf den konkreten Fall bezogen. Die erste Emotion wäre erfreulich?

B: In dem konkreten Fall jetzt oder allgemein?

A: Genau. Genau. Auf den konkreten Fall wieder bezogen.

B: Ja, erfreulich wenig.

A: Ok. Also soll ich überhaupt nicht nehmen oder zwei oder drei?

B: Hm. Nein, eins. Überhaupt nicht.

A: Eins. Ja, ok. Waren Sie glücklich?

B: Nein. Überhaupt nicht.

A: Ja. Waren Sie stolz?

B: Nein. Überhaupt nicht.

A: Ja. Hatten Sie freundliche Gefühle?

B: Nein. Gar nicht.

A: Ja. Dann nehme ich auch eins. Haben Sie sich geschätzt gefühlt?

B: Ja, drei.

A: Ja. Waren Sie aufmerksam dabei?

B: Ja. Fünf.

A: Ja. Waren Sie aktiv?

B: Sechs.

A: Ja. Waren Sie interessiert?

B: Vier.

A: Ja. Aufgebracht?

B: Zwei.

A: Zwei?

B: Zwei. Ja.

A: Ja. Wütend?

B: Drei.

A: Drei. Ja. Traurig?

B: Eins.

A: Ja. Schlechter Laune?

B: Eins.

A: Ja. Verärgert?

B: Ah, drei.

A: Ja. Nervös?

B: Eins.

A: Ja. Besorgt?

B: Zwei.

1 erfreulich

5 aufmerksam

1 traurig

1 glücklich	_6_ aktiv	_1_ schlechter Laune
1 stolz	_4_ interessiert	_3_ verärgert
1 freundliche Gefühle	_2_ aufgebracht	_1_ nervös
3 geschätzt fühlen	_3_ wütend	_2_ besorgt

A: Ja. Gut. Das waren jetzt schon einige Emotionen. Haben Sie noch irgendwelche anderen empfunden?

B: Nein.

A: Ok. Und bleiben wir wieder bei dem konkreten Beispiel. Hat diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Beziehung zu diesem Unternehmen verändert?

B: Nein.

A: Nein. Ist ganz gleich geblieben wie vorher?

B: Mhm.

A: Mhm. Und warum war das so?

B: Na ja, weil nichts anderes übrig blieb.

A: Mhm. Also es hat keine Alternative an Lieferanten gegeben?

B: Nein.

A: Ok. Mhm. Und wie lange besteht die Beziehung schon?

B: Hm. Seit sieben Jahren ungefähr.

A: Ok. Mhm. Und hat es da schon öfters Probleme gegeben oder war das das erste Mal?

B: Na ja, schon öfters.

A: Mhm. Ok. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde? Vielleicht auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn sehr große Bedeutung.

B: Ja, drei.

A: Drei. Mhm. Gut. Dann bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen. Darf ich fragen, wie alt Sie sind?

B: 31.

A: Ja. Geschlecht ist klar, weiblich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Die HAK-Matura.

A: Ja. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?

B: Hm. Wie genau bräuchten Sie das denn?

A: Na, nur ungefähr, was Sie machen oder für was Sie zuständig sind.

B: Ja, Marketing, Kreditoren/Debitoren-Buchhaltung.

A: Mhm. Ok. Ja. Danke, das wär's dann auch schon gewesen. Sie haben mir sehr geholfen. Dankeschön. Wiederhören.

B: Bitte. Wiederhören.

Interviewtranskript

Fragebogennummer: 61

Datum: 21.12.2009

Dauer: 00:08:47

A= Interviewer
B= Respondent

A: Es geht, wie gesagt, um Erfahrungen mit Beschwerden oder Probleme, die Sie mit Ihren Lieferanten hatten und wie sich das dann auf die Geschäftsbeziehung auswirkt.

B: Mhm.

A: Können Sie sich da an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten dann zu einer guten Einschätzung dieses Unternehmens geführt hat?

B: So erinnern jetzt in dem Sinn an eine Begebenheit kann ich mich nicht, ehrlich gesagt, obwohl es natürlich einen sehr guten Eindruck macht, wenn ein Qualitäts- und ein Reklamationsmanagement auch entsprechend funktioniert, also wenn Beschwerden ernst genommen werden und so, bin ich durchaus der Meinung, dass es sich positiv auswirken kann auf eine Lieferantenbeziehung. Aber einen konkreten Fall hätte ich jetzt nicht gehabt.

A: Mhm. Aha. Also können Sie sich auf gar keinen konkreten Fall erinnern? Weil das würde sich nämlich dann durchziehen durch den Fragebogen.

B: Nein, eigentlich nicht. Also ...

A: Ja. Und können Sie sich auch an keinen Fall erinnern, wo Sie dann eine schlechte Einschätzung von dem Lieferanten hatten?

B: Ah doch, auf jeden Fall.

A: Ok. Ja, sonst machen wir vielleicht diesen Fall, ja.

B: Es war dann so, dass sich die Lieferantenbeziehung verschlechtert hat und aufgrund einer Reklamation ... Ja, das schon.

A: Mhm. Und können Sie sich da an einen konkreten Fall erinnern? Also, nur was da passiert ist, ohne auf Firmennamen einzugehen.

B: Ja.

A: Mhm. Und können Sie es kurz beschreiben?

B: Also das war eine ... das war, ah, ja, Reklamation in dem Sinn, also es gab eine Lieferverzögerung, die aufgrund von einer Fehlplanung von dem Lieferanten zustande gekommen ist und aufgrund derer wir, also da geht es jetzt um eine ... Verpackungsmaterialien gegangen, die wir bei circa 20 verschiedenen Produkten im Einsatz haben und die wir dann kurzfristig nicht verkaufen konnten, einen Teil von diesen Produkten, weil eben der Lieferant mit seiner Spedition, mit seinem Vorlieferanten das nicht entsprechend vereinbart hat und bei uns ist es dann eben auch zu kleinen Einbußen gekommen aufgrund der Nicht-Lieferfähigkeit.

A: Mhm. Mhm. Ok. Und bleiben wir bei dem konkreten Beispiel. Wie würden Sie sagen war Ihre Beziehung zu dem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde?

B: Vor dem Auftreten war es, ah, ich möchte einmal sagen, eine gute Beziehung wäre zu viel gesagt. Es ist eine normale Beziehung. Also keine überdurchschnittlich gute oder enge Beziehung, jetzt freundschaftlich irgendwie. Eine normale Lieferantenbeziehung, würde ich sagen. Mittlerweile sind wir sehr vorsichtig geworden in punkto diesem Lieferanten, weil wir ihn eher als schlecht bezeichnen.

A: Mhm. Mhm. Aha. Ok. Und welche Emotionen hat diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Welche Emotion das bei mir ausgelöst hat?

A: Mhm. Genau.

B: Ich habe durchaus irgendwo ... na ja, wie soll ich sagen ... ein bisschen eine Wut auch, sage ich einmal, auch gehabt.

A: Mhm. Ja, ja. Na, ist schon klar. Ja.

B: Wenn man sich selbst natürlich Mühe gibt irgendwo, dass das alles rechtzeitig bestellt wird, rechtzeitig geplant wird und dann scheitert es einfach an Sachen, die man jetzt nicht direkt im Einfluss hat, sondern wo man sich eben auf andere Partner verlassen muss und ja, und natürlich ein bisschen Wut und Enttäuschung und, und, und, ja, man geht halt mit einem gemischteren Gefühl an den Lieferanten heran, wenn da jetzt wieder irgendein Schriftverkehr ist oder irgendwelche Folgeaufträge und so weiter. Das hat man dann doch immer im Hinterkopf auf jeden Fall.

A: Mhm. Mhm. Na, ist klar. Ich würde Ihnen jetzt ein paar Emotionen noch vorlesen und Sie müssten mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs, was am Besten zutroffen hat. Also eins ist überhaupt nicht, Sie haben die Emotion gar nicht empfunden und sechs ist dann sehr viel. Und Sie können auch alles dazwischen nehmen.

B: Mhm.

A: Und die erste Emotion wäre erfreulich?

B: Also gar nicht.

A: Ok. Also nehme ich eins, ja. Glückliche?

B: Gar nicht. Eins.

A: Ja. Stolz?

B: Nein. Eins.

A: Ja. Hatten Sie freundliche Gefühle?

B: Nein. Eins.

A: Ja. Haben Sie sich geschätzt gefühlt?

B: Nein. Eins.

A: Mhm. Waren Sie aufmerksam?

B: Aufmerksam war ich auf jeden Fall. Ja. Fünf. Sechs.

A: Ja.

B: Fünf.

A: Fünf? Mhm. Waren Sie aktiv?

B: Hm. Ja. Fünf.

A: Ja. Ok. Waren Sie interessiert?

B: Sechs.

A: Mhm. Aufgebracht?

B: Auch auf jeden Fall sechs.

A: Mhm. Wütend?

B: Mh, fünf.

A: Ja. Traurig?

B: Hm. Zwei. Zwei eher.

A: Ja. Schlechter Laune?

B: Mh, sechs.

A: Ja. Verärgert?

B: Sechs.

A: Mhm. Nervös?

B: Hm, zwei.

A: Ja. Besorgt?

B: Vier.

1 erfreulich

5 aufmerksam

2 traurig

1 glücklich

5 aktiv

6 schlechter Laune

1 stolz

6 interessiert

6 verärgert

1 freundliche Gefühle

6 aufgebracht

2 nervös

1 geschätzt fühlen

5 wütend

4 besorgt

A: Mhm. Ja, ok. Das waren jetzt schon einige Emotionen. Haben Sie noch irgendwelche anderen empfunden?

B: Nein. Ich denke, das hat das ziemlich gut abgedeckt das Ganze.

A: Ok. Waren schon genug. Mhm. Und hat diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Beziehung zu dem Unternehmen verändert?

B: Ja, zum Schlechteren.

A: Mhm. Also es hat sich abgeschwächt, die Beziehung, kann man sagen?

B: Mhm, aufs Nötigste reduziert, sagen wir es einmal so.

A: Mhm. Und warum war das so?

B: Weil wir da, wie gesagt, an dieser ganzen Geschichte die Schuld eindeutig bei dem Lieferanten sehen und wir eben als Firma Sonnentor sehr interessiert sind an, ich sage einmal, langfristigen und guten Lieferantenbeziehungen und bei solchen Geschichten sehen wir dann eben keine Möglichkeit das irgendwie längerfristig aufbauen zu können und halten zu können irgendwo. Wir suchen sich gute Lieferanten und um die schauen wir uns sehr gut um, sage ich einmal und schlechte Lieferanten werden natürlich ausgetauscht, so wie es bei jeder Firma der Fall ist.

A: Mhm. Mhm. Ok. Und wie lange besteht die Beziehung schon?

B: Ah, ein gutes Jahr. So, ich sage einmal, 18 Monate.

A: Aha. Mhm. Und hat es da schon öfters irgendwelche Probleme gegeben? War das das erste Mal?

B: Ah, das war im Prinzip, abgesehen von Kleinigkeiten, also dass wirkliche Reklamationen oder wirklich ein Schaden für uns war, war das das erste Mal.

A: Mhm. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde auf einer Skala von eins bis zehn, eins wäre überhaupt keine Bedeutung und zehn sehr große Bedeutung?

B: Auf die Lieferantenbeziehung oder auf ...?

A: Ja. Aber allgemein diese Beschwerde, wie wichtig die für Sie war.

B: Hm. In Bezug jetzt nur auf den Lieferanten oder allgemein?

A: Nur auf diesen Lieferanten. Also auf dieses konkrete Beispiel bezogen.

B: Ja, sicher ... Also wenn zehn das Maximum ist, dann war das sicher zehn, weil das ist, wie gesagt, irgendwo, das hat man ... behält man im Hinterkopf solche Geschichten.

A: Mhm. Mhm. Gut. Dann brauche ich noch ein paar demografische Informationen. Und zwar wie alt sind Sie?

B: 25.

A: Mhm. Geschlecht ist klar, männlich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Ah, HAK-Matura.

A: Mhm. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?

B: Bitte?

A: Welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?

B: Ah, Einkaufsleitung-Stellvertretung.

A: Mhm. Ok. Ja. Danke, das wär's dann auch schon gewesen. Danke, dass Sie sich Zeit genommen haben. Danke. Wiederhören.

B: Bitte. Gerne. Wiederhören.

Fragebogennummer: 62

Datum: 21.12.2009

Dauer: 00:05:47

A= Interviewer

B= Respondent

A: Und zwar können Sie sich an eine Gelegenheit erinnern, bei der die Bearbeitung einer Beschwerde oder eines Problems mit einem Ihrer Lieferanten dann zu einer guten Einschätzung dieses Unternehmens geführt hat?

B: Ja, ja.

A: Mhm. Und können Sie sich da vielleicht an einen konkreten Fall erinnern? Ohne auf Firmennamen einzugehen.

B: Wie meinen Sie ... Na, an und für sich, haben wir da überhaupt keine Probleme. Wenn irgendetwas nicht passt, dann telefonieren wir miteinander und das ist nie irgendwo sehr problematisch.

A: Mhm. Mhm. Na, hat es da noch nie irgendetwas gegeben, also dass Sie dann eine Reklamation gehabt haben und das dann gelöst worden ist?

B: Nein, haben wir nicht gehabt.

A: Ist noch nie aufgetreten?

B: Doch. Haben wir schon gehabt, wenn irgendwo der Preis nicht gepasst hat. Aber das war dann relativ schnell erledigt.

A: Mhm. Na ja, wir können auch von so einem Beispiel ausgehen. Also das ist kein Problem, ja.

B: Mhm. Wollen Sie da irgendetwas Genaueres oder ...?

A: Na, bleiben wir vielleicht ... also Sie haben sicher irgendein konkretes Beispiel im Hinterkopf, was da passiert ist. Wie würden Sie sagen, war dann die Beziehung zu dem Unternehmen vor dem Auftreten der Beschwerde?

B: Vorher genauso wie nachher.

A: Aha. Hat sich gar nichts geändert?

B: Nein.

A: Mhm. Und als welche Art von Beziehung würden Sie sie beschreiben? Ist das schon eine langjährige Beziehung? Eine enge Beziehung?

B: Normal. Normal, so wie man halt eine Beziehung zu einem Lieferanten hat.

A: Mhm. Ok. Also eine normale Geschäftsbeziehung?

B: Ja.

A: Mhm. Und welche Emotionen hat diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde bei Ihnen ausgelöst?

B: Das ist nicht wirklich tiefer gegangen, muss ich ganz ehrlich sagen, weil das sehr schnell erledigt war.

A: Mhm. Mhm. Ich würde Ihnen trotzdem ein paar Emotionen vorlesen und Sie müssten mir dann sagen auf einer Skala von eins bis sechs, was am Besten zugetroffen hat. Also eins ist überhaupt nicht, Sie haben die Emotion gar nicht empfunden und sechs ist dann sehr viel. Und Sie können auch alles dazwischen nehmen.

B: Mhm.

A: Und zwar die erste Emotion wäre erfreulich? Also wieder auf das konkrete Beispiel bezogen.

B: Eins.

A: Mhm. Also nehme ich überhaupt nicht.

B: Ja.
A: Ja. Glücklich?
B: Ja, wirklich. Ich sage ja, wenn wir Probleme haben mit einem Lieferanten, wenn der Preis nicht passt, ruft man an und das wird erledigt. Das wird nicht irgendwie tiefer-schürfend.
A: Mhm. Mhm. Waren Sie glücklich dabei?
B: Eins.
A: Ja. Stolz?
B: Eins.
A: Ja. Freundliche Gefühle?
B: Eins.
A: Ja. Haben Sie sich geschätzt gefühlt?
B: Eins.
A: Waren Sie aufmerksam?
B: Eins.
A: Mhm. Waren Sie aktiv?
B: Was meinen Sie da?
A: Also waren Sie aktiv dabei? Sind Sie aktiv geworden dabei?
B: Ja.
A: Mhm. Also soll ich eher sechs nehmen dann?
B: Ja.
A: Mhm. Waren Sie interessiert?
B: Sechs.
A: Mhm. Aufgebracht?
B: Eins.
A: Mhm. Wütend?
B: Bitte?
A: Wütend?
B: Eins.
A: Ja. Traurig?
B: Eins.
A: Ja. Schlechter Laune?
B: Sechs.
A: Mhm. Verärgert?
B: Eins.
A: Ja. Nervös?
B: Eins.
A: Besorgt?
B: Eins.

1 erfreulich	_1_ aufmerksam	_1_ traurig
1 glücklich	_6_ aktiv	_6_ schlechter Laune
1 stolz	_6_ interessiert	_1_ verärgert
1 freundliche Gefühle	_1_ aufgebracht	_1_ nervös
1 geschätzt fühlen	_1_ wütend	_1_ besorgt

A: Ok. Das waren jetzt schon einige Emotionen. Haben Sie noch irgendetwas anderes empfunden?
B: Nein.
A: Ist alles abgedeckt damit, ja?
B: Ja.

A: Und hat diese Erfahrung in Bezug auf die Bearbeitung der Beschwerde Ihre Beziehung zu diesem Unternehmen verändert?

B: Nein.

A: Sie haben gesagt, das ist ganz gleich geblieben?

B: Mhm.

A: Und warum war das so? Warum hat sich da gar nichts verändert?

B: Weil im Grunde genommen kein gravierendes Problem vorhanden war.

A: Mhm. Ok. Und wie lange besteht die Beziehung schon?

B: Drei Jahre. Vier Jahre. Solange das Unternehmen besteht.

A: Mhm, mhm. Und hat es da schon öfters Probleme gegeben oder war das das erste Mal?

B: Das erste Mal.

A: Mhm. Und welche Bedeutung hatte für Sie das Auftreten der Beschwerde auf einer Skala von eins bis zehn, eins ist überhaupt keine Bedeutung und zehn sehr große Bedeutung?

B: Eins.

A: Eins. Ja. Dann bräuchte ich noch ein paar demografische Informationen.

B: Ich habe Ihnen, glaube ich, eh schon so ziemlich gesagt, das ist ... im Grunde genommen, ist alles gleich geblieben. Weil das war eine kurze Sache. Da haben wir das ausgemacht. Das und das hat nicht gepasst und das war es eigentlich.

A: Mhm. Na, das sind jetzt schon die letzten Fragen. Nur mehr zu Ihrer Person. Wie alt sind Sie?

B: 43.

A: Ja. Geschlecht ist klar, weiblich. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?

B: Matura.

A: Mhm. Und welche Funktion genau bekleiden Sie im Unternehmen?

B: Buchhalterin und Personalverrechnerin.

A: Mhm. Ok. Danke, das wär's dann auch schon gewesen. Danke, dass Sie sich Zeit genommen haben. Danke. Wiederhören.

B: Gerne. Wiederhören.

Appendix F: Data Analysis Output

Appendix F 1: Results of Crosstabulations.

Appendix Table 2: Crosstab (Joyful)

			relational_outcome				Total
			Abbruch	Abschwächung	neutral/ unverändert	Verstärkung	
erfrrc	0	Count	7	18	12	2	39
		Expected Count	5,0	12,0	15,1	6,9	39,0
		% within erfrrc	17,9%	46,2%	30,8%	5,1%	100,0%
		% within relational_outcome	87,5%	94,7%	50,0%	18,2%	62,9%
		% of Total	11,3%	29,0%	19,4%	3,2%	62,9%
1		Count	1	1	12	9	23
		Expected Count	3,0	7,0	8,9	4,1	23,0
		% within erfrrc	4,3%	4,3%	52,2%	39,1%	100,0%
		% within relational_outcome	12,5%	5,3%	50,0%	81,8%	37,1%
		% of Total	1,6%	1,6%	19,4%	14,5%	37,1%
Total		Count	8	19	24	11	62
		Expected Count	8,0	19,0	24,0	11,0	62,0
		% within erfrrc	12,9%	30,6%	38,7%	17,7%	100,0%
		% within relational_outcome	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	12,9%	30,6%	38,7%	17,7%	100,0%

Appendix Table 3: Chi-Square Tests (Joyful)

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	21,466(a)	3	,000
Likelihood Ratio	24,208	3	,000
Linear-by-Linear Association	17,766	1	,000
N of Valid Cases	62		

a. 2 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,97.

Appendix Table 4: Crosstab (Happy)

			relational_outcome				Total
			Abbruch	Abschwächung	neutral/ unverändert	Verstärkung	
glürc	0	Count	7	19	15	3	44
		Expected Count	5,7	13,5	17,0	7,8	44,0
		% within glürc	15,9%	43,2%	34,1%	6,8%	100,0%
		% within relational_outcome	87,5%	100,0%	62,5%	27,3%	71,0%

Appendix

	% of Total	11,3%	30,6%	24,2%	4,8%	71,0%
1	Count	1	0	9	8	18
	Expected Count	2,3	5,5	7,0	3,2	18,0
	% within glürc	5,6%	,0%	50,0%	44,4%	100,0%
	% within relational_outcome	12,5%	,0%	37,5%	72,7%	29,0%
	% of Total	1,6%	,0%	14,5%	12,9%	29,0%
Total	Count	8	19	24	11	62
	Expected Count	8,0	19,0	24,0	11,0	62,0
	% within glürc	12,9%	30,6%	38,7%	17,7%	100,0%
	% within relational_outcome	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% of Total	12,9%	30,6%	38,7%	17,7%	100,0%

Appendix Table 5: Chi-Square Tests (Happy)

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	19,862(a)	3	,000
Likelihood Ratio	24,028	3	,000
Linear-by-Linear Association	15,235	1	,000
N of Valid Cases	62		

a. 2 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,32.

Appendix Table 6: Crosstab (Proud)

			relational_outcome				Total
			Abbruch	Abschwächung	neutral/ unverändert	Verstärkung	
stolrc	0	Count	7	17	14	1	39
		Expected Count	5,0	12,0	15,1	6,9	39,0
		% within stolrc	17,9%	43,6%	35,9%	2,6%	100,0%
		% within relational_outcome	87,5%	89,5%	58,3%	9,1%	62,9%
		% of Total	11,3%	27,4%	22,6%	1,6%	62,9%
	1	Count	1	2	10	10	23
		Expected Count	3,0	7,0	8,9	4,1	23,0
		% within stolrc	4,3%	8,7%	43,5%	43,5%	100,0%
		% within relational_outcome	12,5%	10,5%	41,7%	90,9%	37,1%
		% of Total	1,6%	3,2%	16,1%	16,1%	37,1%
Total	Count	8	19	24	11	62	
	Expected Count	8,0	19,0	24,0	11,0	62,0	
	% within stolrc	12,9%	30,6%	38,7%	17,7%	100,0%	
	% within relational_outcome	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	12,9%	30,6%	38,7%	17,7%	100,0%	

Appendix Table 7: Chi-Square Tests (Proud)

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	21,688(a)	3	,000
Likelihood Ratio	23,656	3	,000
Linear-by-Linear Association	17,766	1	,000
N of Valid Cases	62		

a. 2 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,97.

Appendix Table 8: Crosstab (Warm Feelings)

			relational_outcome				Total
			Abbruch	Abschwächung	neutral/ unverändert	Verstärkung	
freurc 0	Count		6	13	8	1	28
	Expected Count		3,6	8,6	10,8	5,0	28,0
	% within freurc		21,4%	46,4%	28,6%	3,6%	100,0%
	% within relational_outcome		75,0%	68,4%	33,3%	9,1%	45,2%
	% of Total		9,7%	21,0%	12,9%	1,6%	45,2%
1	Count		2	6	16	10	34
	Expected Count		4,4	10,4	13,2	6,0	34,0
	% within freurc		5,9%	17,6%	47,1%	29,4%	100,0%
	% within relational_outcome		25,0%	31,6%	66,7%	90,9%	54,8%
	% of Total		3,2%	9,7%	25,8%	16,1%	54,8%
Total	Count		8	19	24	11	62
	Expected Count		8,0	19,0	24,0	11,0	62,0
	% within freurc		12,9%	30,6%	38,7%	17,7%	100,0%
	% within relational_outcome		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% of Total		12,9%	30,6%	38,7%	17,7%	100,0%

Appendix Table 9: Chi-Square Tests (Warm Feelings)

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	14,161(a)	3	,003
Likelihood Ratio	15,418	3	,001
Linear-by-Linear Association	13,055	1	,000
N of Valid Cases	62		

a. 3 cells (37,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,61.

Appendix Table 10: Crosstab (Being Valued)

			relational_outcome				Total
			Abbruch	Abschwächung	neutral/ unverändert	Verstärkung	
gescrc	0	Count	4	13	3	0	20
		Expected Count	2,6	6,1	7,7	3,5	20,0
		% within geserc	20,0%	65,0%	15,0%	,0%	100,0%
		% within relational_outcome	50,0%	68,4%	12,5%	,0%	32,3%
		% of Total	6,5%	21,0%	4,8%	,0%	32,3%
	1	Count	4	6	21	11	42
		Expected Count	5,4	12,9	16,3	7,5	42,0
		% within geserc	9,5%	14,3%	50,0%	26,2%	100,0%
		% within relational_outcome	50,0%	31,6%	87,5%	100,0%	67,7%
		% of Total	6,5%	9,7%	33,9%	17,7%	67,7%
Total		Count	8	19	24	11	62
		Expected Count	8,0	19,0	24,0	11,0	62,0
		% within geserc	12,9%	30,6%	38,7%	17,7%	100,0%
		% within relational_outcome	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	12,9%	30,6%	38,7%	17,7%	100,0%

Appendix Table 11: Chi-Square Tests (Being Valued)

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	22,049(a)	3	,000
Likelihood Ratio	25,097	3	,000
Linear-by-Linear Association	15,015	1	,000
N of Valid Cases	62		

a. 2 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,58.

Appendix Table 12: Crosstab (Attentive)

			relational_outcome				Total
			Abbruch	Abschwächung	neutral/ unverändert	Verstärkung	
aufmrc	0	Count	0	2	2	0	4
		Expected Count	,5	1,2	1,5	,7	4,0
		% within aufmrc	,0%	50,0%	50,0%	,0%	100,0%
		% within relational_outcome	,0%	10,5%	8,3%	,0%	6,5%
		% of Total	,0%	3,2%	3,2%	,0%	6,5%
	1	Count	8	17	22	11	58
		Expected Count	7,5	17,8	22,5	10,3	58,0
		% within aufmrc	13,8%	29,3%	37,9%	19,0%	100,0%
		% within relational_outcome	100,0%	89,5%	91,7%	100,0%	93,5%

Appendix

	% of Total	12,9%	27,4%	35,5%	17,7%	93,5%
Total	Count	8	19	24	11	62
	Expected Count	8,0	19,0	24,0	11,0	62,0
	% within aufmrc	12,9%	30,6%	38,7%	17,7%	100,0%
	% within relational_outcome	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% of Total	12,9%	30,6%	38,7%	17,7%	100,0%

Appendix Table 13: Chi-Square Tests (Attentive)

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,974(a)	3	,578
Likelihood Ratio	3,108	3	,375
Linear-by-Linear Association	,063	1	,802
N of Valid Cases	62		

a. 4 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,52.

Appendix Table 14: Crosstab (Active)

			relational_outcome				Total
			Abbruch	Abschwächung	neutral/ unverändert	Verstärkung	
aktirc	0	Count	0	1	2	0	3
		Expected Count	,4	,9	1,2	,5	3,0
		% within aktirc	,0%	33,3%	66,7%	,0%	100,0%
		% within relational_outcome	,0%	5,3%	8,3%	,0%	4,8%
		% of Total	,0%	1,6%	3,2%	,0%	4,8%
1		Count	8	18	22	11	59
		Expected Count	7,6	18,1	22,8	10,5	59,0
		% within aktirc	13,6%	30,5%	37,3%	18,6%	100,0%
		% within relational_outcome	100,0%	94,7%	91,7%	100,0%	95,2%
		% of Total	12,9%	29,0%	35,5%	17,7%	95,2%
Total		Count	8	19	24	11	62
		Expected Count	8,0	19,0	24,0	11,0	62,0
		% within aktirc	12,9%	30,6%	38,7%	17,7%	100,0%
		% within relational_outcome	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	12,9%	30,6%	38,7%	17,7%	100,0%

Appendix Table 15: Chi-Square Tests (Active)

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,610(a)	3	,657
Likelihood Ratio	2,420	3	,490
Linear-by-Linear Association	,011	1	,918

Appendix

N of Valid Cases	62		
------------------	----	--	--

a. 4 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,39.

Appendix Table 16: Crosstab (Interested)

			relational_outcome				Total
			Abbruch	Abschwächung	neutral/ unverändert	Verstärkung	
interc	0	Count	0	1	1	0	2
		Expected Count	,3	,6	,8	,4	2,0
		% within interc	,0%	50,0%	50,0%	,0%	100,0%
		% within relational_outcome	,0%	5,3%	4,2%	,0%	3,2%
		% of Total	,0%	1,6%	1,6%	,0%	3,2%
1		Count	8	18	23	11	60
		Expected Count	7,7	18,4	23,2	10,6	60,0
		% within interc	13,3%	30,0%	38,3%	18,3%	100,0%
		% within relational_outcome	100,0%	94,7%	95,8%	100,0%	96,8%
		% of Total	12,9%	29,0%	37,1%	17,7%	96,8%
Total		Count	8	19	24	11	62
		Expected Count	8,0	19,0	24,0	11,0	62,0
		% within interc	12,9%	30,6%	38,7%	17,7%	100,0%
		% within relational_outcome	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	12,9%	30,6%	38,7%	17,7%	100,0%

Appendix Table 17: Chi-Square Tests (Interested)

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,954(a)	3	,812
Likelihood Ratio	1,522	3	,677
Linear-by-Linear Association	,030	1	,861
N of Valid Cases	62		

a. 4 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,26.

Appendix Table 18: Crosstab (Upset)

			relational_outcome				Total
			Abbruch	Abschwächung	neutral/ unverändert	Verstärkung	
aufgrc	0	Count	1	0	4	2	7
		Expected Count	,9	2,1	2,7	1,2	7,0
		% within aufgrc	14,3%	,0%	57,1%	28,6%	100,0%
		% within relational_outcome	12,5%	,0%	16,7%	18,2%	11,3%
		% of Total	1,6%	,0%	6,5%	3,2%	11,3%
	1	Count	7	19	20	9	55

Appendix

	Expected Count	7,1	16,9	21,3	9,8	55,0
	% within aufgrc	12,7%	34,5%	36,4%	16,4%	100,0%
	% within relational_outcome	87,5%	100,0%	83,3%	81,8%	88,7%
	% of Total	11,3%	30,6%	32,3%	14,5%	88,7%
Total	Count	8	19	24	11	62
	Expected Count	8,0	19,0	24,0	11,0	62,0
	% within aufgrc	12,9%	30,6%	38,7%	17,7%	100,0%
	% within relational_outcome	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% of Total	12,9%	30,6%	38,7%	17,7%	100,0%

Appendix Table 19: Chi-Square Tests (Upset)

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3,644(a)	3	,303
Likelihood Ratio	5,629	3	,131
Linear-by-Linear Association	1,368	1	,242
N of Valid Cases	62		

a. 4 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,90.

Appendix Table 20: Crosstab (Angry)

			relational_outcome				Total
			Abbruch	Abschwächung	neutral/ unverändert	Verstärkung	
wüterc	0	Count	4	2	9	3	18
		Expected Count	2,3	5,5	7,0	3,2	18,0
		% within wüterc	22,2%	11,1%	50,0%	16,7%	100,0%
		% within relational_outcome	50,0%	10,5%	37,5%	27,3%	29,0%
		% of Total	6,5%	3,2%	14,5%	4,8%	29,0%
	1	Count	4	17	15	8	44
		Expected Count	5,7	13,5	17,0	7,8	44,0
		% within wüterc	9,1%	38,6%	34,1%	18,2%	100,0%
		% within relational_outcome	50,0%	89,5%	62,5%	72,7%	71,0%
		% of Total	6,5%	27,4%	24,2%	12,9%	71,0%
Total		Count	8	19	24	11	62
		Expected Count	8,0	19,0	24,0	11,0	62,0
		% within wüterc	12,9%	30,6%	38,7%	17,7%	100,0%
		% within relational_outcome	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	12,9%	30,6%	38,7%	17,7%	100,0%

Appendix Table 21: Chi-Square Tests (Angry)

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5,717(a)	3	,126
Likelihood Ratio	6,179	3	,103
Linear-by-Linear Association	,000	1	,992
N of Valid Cases	62		

a. 2 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,32.

Appendix Table 22: Crosstab (Sad)

			relational_outcome				Total
			Abbruch	Abschwächung	neutral/ unverändert	Verstärkung	
traurc	0	Count	3	11	17	6	37
		Expected Count	4,8	11,3	14,3	6,6	37,0
		% within traurc	8,1%	29,7%	45,9%	16,2%	100,0%
		% within relational_outcome	37,5%	57,9%	70,8%	54,5%	59,7%
		% of Total	4,8%	17,7%	27,4%	9,7%	59,7%
	1	Count	5	8	7	5	25
		Expected Count	3,2	7,7	9,7	4,4	25,0
		% within traurc	20,0%	32,0%	28,0%	20,0%	100,0%
		% within relational_outcome	62,5%	42,1%	29,2%	45,5%	40,3%
		% of Total	8,1%	12,9%	11,3%	8,1%	40,3%
Total		Count	8	19	24	11	62
		Expected Count	8,0	19,0	24,0	11,0	62,0
		% within traurc	12,9%	30,6%	38,7%	17,7%	100,0%
		% within relational_outcome	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	12,9%	30,6%	38,7%	17,7%	100,0%

Appendix Table 23: Chi-Square Tests (Sad)

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3,022(a)	3	,388
Likelihood Ratio	3,031	3	,387
Linear-by-Linear Association	,856	1	,355
N of Valid Cases	62		

a. 3 cells (37,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,23.

Appendix Table 24: Crosstab (in a Bad Mood)

			relational_outcome				Total
			Abbruch	Abschwächung	neutral/ unverändert	Verstärkung	
schlrc	0	Count	3	5	9	2	19
		Expected Count	2,5	5,8	7,4	3,4	19,0
		% within schlrc	15,8%	26,3%	47,4%	10,5%	100,0%
		% within relational_outcome	37,5%	26,3%	37,5%	18,2%	30,6%
		% of Total	4,8%	8,1%	14,5%	3,2%	30,6%
	1	Count	5	14	15	9	43
		Expected Count	5,5	13,2	16,6	7,6	43,0
		% within schlrc	11,6%	32,6%	34,9%	20,9%	100,0%
		% within relational_outcome	62,5%	73,7%	62,5%	81,8%	69,4%
		% of Total	8,1%	22,6%	24,2%	14,5%	69,4%
Total		Count	8	19	24	11	62
		Expected Count	8,0	19,0	24,0	11,0	62,0
		% within schlrc	12,9%	30,6%	38,7%	17,7%	100,0%
		% within relational_outcome	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	12,9%	30,6%	38,7%	17,7%	100,0%

Appendix Table 25: Chi-Square Tests (in a Bad Mood)

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,679(a)	3	,642
Likelihood Ratio	1,741	3	,628
Linear-by-Linear Association	,238	1	,626
N of Valid Cases	62		

a. 2 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,45.

Appendix Table 26: Crosstab (Annoyed)

			relational_outcome				Total
			Abbruch	Abschwächung	neutral/ unverändert	Verstärkung	
verärc	0	Count	1	0	3	4	8
		Expected Count	1,0	2,5	3,1	1,4	8,0
		% within verärc	12,5%	,0%	37,5%	50,0%	100,0%
		% within relational_outcome	12,5%	,0%	12,5%	36,4%	12,9%
		% of Total	1,6%	,0%	4,8%	6,5%	12,9%
	1	Count	7	19	21	7	54
		Expected Count	7,0	16,5	20,9	9,6	54,0
		% within verärc	13,0%	35,2%	38,9%	13,0%	100,0%
		% within relational_outcome	87,5%	100,0%	87,5%	63,6%	87,1%

Appendix

	% of Total	11,3%	30,6%	33,9%	11,3%	87,1%
Total	Count	8	19	24	11	62
	Expected Count	8,0	19,0	24,0	11,0	62,0
	% within verärc	12,9%	30,6%	38,7%	17,7%	100,0%
	% within relational_outcome	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% of Total	12,9%	30,6%	38,7%	17,7%	100,0%

Appendix Table 27: Chi-Square Tests (Annoyed)

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	8,207(a)	3	,042
Likelihood Ratio	9,149	3	,027
Linear-by-Linear Association	4,315	1	,038
N of Valid Cases	62		

a. 4 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,03.

Appendix Table 28: Crosstab (Nervous)

			relational_outcome				Total
			Abbruch	Abschwächung	neutral/ unverändert	Verstärkung	
nervrc 0	Count	5	8	13	4	30	
	Expected Count	3,9	9,2	11,6	5,3	30,0	
	% within nervrc	16,7%	26,7%	43,3%	13,3%	100,0%	
	% within relational_outcome	62,5%	42,1%	54,2%	36,4%	48,4%	
	% of Total	8,1%	12,9%	21,0%	6,5%	48,4%	
1	Count	3	11	11	7	32	
	Expected Count	4,1	9,8	12,4	5,7	32,0	
	% within nervrc	9,4%	34,4%	34,4%	21,9%	100,0%	
	% within relational_outcome	37,5%	57,9%	45,8%	63,6%	51,6%	
	% of Total	4,8%	17,7%	17,7%	11,3%	51,6%	
Total	Count	8	19	24	11	62	
	Expected Count	8,0	19,0	24,0	11,0	62,0	
	% within nervrc	12,9%	30,6%	38,7%	17,7%	100,0%	
	% within relational_outcome	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	12,9%	30,6%	38,7%	17,7%	100,0%	

Appendix Table 29: Chi-Square Tests (Nervous)

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,896(a)	3	,594
Likelihood Ratio	1,912	3	,591

Appendix

Linear-by-Linear Association	,426	1	,514
N of Valid Cases	62		

a. 2 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,87.

Appendix Table 30: Crosstab (Afraid)

		relational_outcome				Total
		Abbruch	Abschwächung	neutral/ unverändert	Verstärkung	
besorc 0	Count	1	5	6	2	14
	Expected Count	1,8	4,3	5,4	2,5	14,0
	% within besorc	7,1%	35,7%	42,9%	14,3%	100,0%
	% within relational_outcome	12,5%	26,3%	25,0%	18,2%	22,6%
	% of Total	1,6%	8,1%	9,7%	3,2%	22,6%
1	Count	7	14	18	9	48
	Expected Count	6,2	14,7	18,6	8,5	48,0
	% within besorc	14,6%	29,2%	37,5%	18,8%	100,0%
	% within relational_outcome	87,5%	73,7%	75,0%	81,8%	77,4%
	% of Total	11,3%	22,6%	29,0%	14,5%	77,4%
Total	Count	8	19	24	11	62
	Expected Count	8,0	19,0	24,0	11,0	62,0
	% within besorc	12,9%	30,6%	38,7%	17,7%	100,0%
	% within relational_outcome	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% of Total	12,9%	30,6%	38,7%	17,7%	100,0%

Appendix Table 31: Chi-Square Tests (Afraid)

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,819(a)	3	,845
Likelihood Ratio	,884	3	,829
Linear-by-Linear Association	,019	1	,891
N of Valid Cases	62		

a. 3 cells (37,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,81.

Appendix F 2: Results of Multivariate Analysis of Variance or MANOVA (Multivariate Tests).

Appendix Table 32: Multivariate Tests

Multivariate Tests ^c						
Effekt		Wert	F	Hypothese df	Fehler df	Sig.
Konstanter Term	Pillai-Spur	,972	100,281 ^a	15,000	44,000	,000
	Wilks-Lambda	,028	100,281 ^a	15,000	44,000	,000
	Hotelling-Spur	34,187	100,281 ^a	15,000	44,000	,000
	Größte charakteristische Wurzel nach Roy	34,187	100,281 ^a	15,000	44,000	,000
relational_outcome	Pillai-Spur	1,202	2,050	45,000	138,000	,001
	Wilks-Lambda	,196	2,137	45,000	131,493	,000
	Hotelling-Spur	2,335	2,214	45,000	128,000	,000
	Größte charakteristische Wurzel nach Roy	1,366	4,188 ^b	15,000	46,000	,000

a. Exakte Statistik

b. Die Statistik ist eine Obergrenze auf F, die eine Untergrenze auf dem Signifikanzniveau ergibt.

c. Design: Konstanter Term + relational_outcome

Appendix F 3: Results of Univariate Analysis of Variance or ANOVA.

Appendix Table 33: Descriptive Statistics (All Emotions)

Dependent Variable: Overall_E2

relational_outcome	Mean	Std. Deviation	N
Abbruch	2,9833	,75656	8
Abschwächung	2,7965	,63147	19
neutral/unverändert	2,8667	,46355	24
Verstärkung	3,3818	,56023	11
Total	2,9516	,59972	62

Appendix Table 34: Tests of Between-Subjects Effects (All Emotions)

Dependent Variable: Overall_E2

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	2,674(a)	3	,891	2,684	,055
Intercept	466,398	1	466,398	1404,157	,000
relational_outcome	2,674	3	,891	2,684	,055
Error	19,265	58	,332		

Appendix

Total	562,084	62			
Corrected Total	21,939	61			

a. R Squared = ,122 (Adjusted R Squared = ,076)

Appendix Table 35: Post Hoc Tests: Multiple Comparisons (All Emotions)

Dependent Variable: Overall_E2

	(I) relational_outcome	(J) relational_outcome	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Tukey HSD	Abbruch	Abschwächung	,1868	,24290	,868	-,4557	,8293
		neutral/unverändert	,1167	,23529	,960	-,5057	,7390
		Verstärkung	-,3985	,26780	,451	-1,1068	,3099
	Abschwächung	Abbruch	-,1868	,24290	,868	-,8293	,4557
		neutral/unverändert	-,0702	,17698	,979	-,5383	,3980
		Verstärkung	-,5853(*)	,21835	,046	-1,1629	-,0078
	neutral/unverändert	Abbruch	-,1167	,23529	,960	-,7390	,5057
		Abschwächung	,0702	,17698	,979	-,3980	,5383
		Verstärkung	-,5152	,20985	,078	-1,0702	,0399
	Verstärkung	Abbruch	,3985	,26780	,451	-,3099	1,1068
		Abschwächung	,5853(*)	,21835	,046	,0078	1,1629
		neutral/unverändert	,5152	,20985	,078	-,0399	1,0702
Bonferroni	Abbruch	Abschwächung	,1868	,24290	1,000	-,4767	,8504
		neutral/unverändert	,1167	,23529	1,000	-,5261	,7594
		Verstärkung	-,3985	,26780	,853	-1,1300	,3331
	Abschwächung	Abbruch	-,1868	,24290	1,000	-,8504	,4767
		neutral/unverändert	-,0702	,17698	1,000	-,5536	,4133
		Verstärkung	-,5853	,21835	,057	-1,1818	,0112
	neutral/unverändert	Abbruch	-,1167	,23529	1,000	-,7594	,5261
		Abschwächung	,0702	,17698	1,000	-,4133	,5536
		Verstärkung	-,5152	,20985	,103	-1,0884	,0581
	Verstärkung	Abbruch	,3985	,26780	,853	-,3331	1,1300
		Abschwächung	,5853	,21835	,057	-,0112	1,1818
		neutral/unverändert	,5152	,20985	,103	-,0581	1,0884
Games-Howell	Abbruch	Abschwächung	,1868	,30419	,925	-,7243	1,0980
		neutral/unverändert	,1167	,28373	,975	-,7728	1,0061
		Verstärkung	-,3985	,31635	,603	-1,3340	,5371
	Abschwächung	Abbruch	-,1868	,30419	,925	-1,0980	,7243
		neutral/unverändert	-,0702	,17303	,977	-,5389	,3986
		Verstärkung	-,5853	,22253	,066	-1,2008	,0302
	neutral/unverändert	Abbruch	-,1167	,28373	,975	-1,0061	,7728
		Abschwächung	,0702	,17303	,977	-,3986	,5389
		Verstärkung	-,5152	,19361	,072	-1,0671	,0367
	Verstärkung	Abbruch	,3985	,31635	,603	-,5371	1,3340
		Abschwächung	,5853	,22253	,066	-,0302	1,2008

Appendix

neut- ral/unverändert	,5152	,19361	,072	-,0367	1,0671
--------------------------	-------	--------	------	--------	--------

Based on observed means.

* The mean difference is significant at the ,05 level.

Appendix Table 36: Descriptive Statistics (Positive Emotions)

Dependent Variable: PEE2

relational_outcome	Mean	Std. Deviation	N
Abbruch	2,9375	,41726	8
Abschwächung	2,4539	,59978	19
neutral/unverändert	3,2917	,84270	24
Verstärkung	4,0795	,80482	11
Total	3,1290	,90563	62

Appendix Table 37: Tests of Between-Subjects Effects (Positive Emotions)

Dependent Variable: PEE2

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	19,526(a)	3	6,509	12,375	,000
Intercept	525,086	1	525,086	998,371	,000
relational_outcome	19,526	3	6,509	12,375	,000
Error	30,505	58	,526		
Total	657,063	62			
Corrected Total	50,030	61			

a. R Squared = ,390 (Adjusted R Squared = ,359)

Appendix Table 38: Post Hoc Tests: Multiple Comparisons (Positive Emotions)

Dependent Variable: PEE2

	(I) relational_outcome	(J) relational_outcome	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Tukey HSD	Abbruch	Abschwächung	,4836	,30565	,397	-,3249	1,2920
		neut- ral/unverändert	-,3542	,29607	,632	-1,1373	,4290
		Verstärkung	-1,1420(*)	,33698	,007	-2,0334	-,2507
	Abschwächung	Abbruch	-,4836	,30565	,397	-1,2920	,3249
		neut- ral/unverändert	-,8377(*)	,22270	,002	-1,4268	-,2487
		Verstärkung	-1,6256(*)	,27476	,000	-2,3524	-,8988
	neut- ral/unverändert	Abbruch	,3542	,29607	,632	-,4290	1,1373
		Abschwächung	,8377(*)	,22270	,002	,2487	1,4268
		Verstärkung	-,7879(*)	,26406	,021	-1,4863	-,0894
	Verstärkung	Abbruch	1,1420(*)	,33698	,007	,2507	2,0334
		Abschwächung	1,6256(*)	,27476	,000	,8988	2,3524
		neut- ral/unverändert	,7879(*)	,26406	,021	,0894	1,4863
Bonferroni	Abbruch	Abschwächung	,4836	,30565	,714	-,3514	1,3185

Appendix

		neut- ral/unverändert	-,3542	,29607	1,000	-1,1630	,4546
		Verstärkung	-1,1420(*)	,33698	,008	-2,0626	-,2215
Abschwächung	Abbruch	neut- ral/unverändert	-,4836	,30565	,714	-1,3185	,3514
		Verstärkung	-,8377(*)	,22270	,002	-1,4461	-,2294
		neut- ral/unverändert	-1,6256(*)	,27476	,000	-2,3762	-,8750
neut- ral/unverändert	Abbruch	neut- ral/unverändert	,3542	,29607	1,000	-,4546	1,1630
		Abschwächung	,8377(*)	,22270	,002	,2294	1,4461
		Verstärkung	-,7879(*)	,26406	,025	-1,5092	-,0665
Verstärkung	Abbruch	neut- ral/unverändert	1,1420(*)	,33698	,008	,2215	2,0626
		Abschwächung	1,6256(*)	,27476	,000	,8750	2,3762
	Verstärkung	neut- ral/unverändert	,7879(*)	,26406	,025	,0665	1,5092
		Verstärkung					
Games-Howell	Abbruch	Abschwächung	,4836	,20174	,112	-,0839	1,0510
		neut- ral/unverändert	-,3542	,22661	,417	-,9776	,2693
		Verstärkung	-1,1420(*)	,28399	,005	-1,9563	-,3278
	Abschwächung	Abbruch	-,4836	,20174	,112	-1,0510	,0839
		neut- ral/unverändert	-,8377(*)	,22028	,003	-1,4278	-,2477
		Verstärkung	-1,6256(*)	,27896	,000	-2,4210	-,8302
	neut- ral/unverändert	Abbruch	,3542	,22661	,417	-,2693	,9776
		Abschwächung	,8377(*)	,22028	,003	,2477	1,4278
		Verstärkung	-,7879	,29745	,067	-1,6192	,0434
	Verstärkung	Abbruch	1,1420(*)	,28399	,005	,3278	1,9563
		Abschwächung	1,6256(*)	,27896	,000	,8302	2,4210
		neut- ral/unverändert	,7879	,29745	,067	-,0434	1,6192

Based on observed means.

* The mean difference is significant at the ,05 level.

Appendix Table 39: Descriptive Statistics (Negative Emotions)

Dependent Variable: NEE2

relational_outcome	Mean	Std. Deviation	N
Abbruch	3,0357	1,71045	8
Abschwächung	3,1880	1,11275	19
neutral/unverändert	2,3810	,83901	24
Verstärkung	2,5844	,95073	11
Total	2,7488	1,11521	62

Appendix Table 40: Tests of Between-Subjects Effects (Negative Emotions)

Dependent Variable: NEE2

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	7,868(a)	3	2,623	2,237	,094
Intercept	403,585	1	403,585	344,250	,000
relational_outcome	7,868	3	2,623	2,237	,094
Error	67,997	58	1,172		
Total	544,347	62			

Corrected Total	75,865	61			
-----------------	--------	----	--	--	--

a. R Squared = ,104 (Adjusted R Squared = ,057)

Appendix Table 41: Post Hoc Tests: Multiple Comparisons (Negative Emotions)

Dependent Variable: NEE2

	(I) relational_outcome	(J) relational_outcome	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Tukey HSD	Abbruch	Abschwächung	-,1523	,45634	,987	-1,3593	1,0548
		neutral/unverändert	,6548	,44203	,455	-,5145	1,8240
		Verstärkung	,4513	,50311	,806	-,8795	1,7821
	Abschwächung	Abbruch	,1523	,45634	,987	-1,0548	1,3593
		neutral/unverändert	,8070	,33249	,083	-,0725	1,6865
		Verstärkung	,6036	,41022	,461	-,4815	1,6886
	neutral/unverändert	Abbruch	-,6548	,44203	,455	-1,8240	,5145
		Abschwächung	-,8070	,33249	,083	-1,6865	,0725
		Verstärkung	-,2035	,39424	,955	-1,2463	,8393
	Verstärkung	Abbruch	-,4513	,50311	,806	-1,7821	,8795
		Abschwächung	-,6036	,41022	,461	-1,6886	,4815
		neutral/unverändert	,2035	,39424	,955	-,8393	1,2463
Bonferroni	Abbruch	Abschwächung	-,1523	,45634	1,000	-1,3989	1,0944
		neutral/unverändert	,6548	,44203	,864	-,5528	1,8623
		Verstärkung	,4513	,50311	1,000	-,9231	1,8257
	Abschwächung	Abbruch	,1523	,45634	1,000	-1,0944	1,3989
		neutral/unverändert	,8070	,33249	,110	-,1013	1,7153
		Verstärkung	,6036	,41022	,880	-,5171	1,7242
	neutral/unverändert	Abbruch	-,6548	,44203	,864	-1,8623	,5528
		Abschwächung	-,8070	,33249	,110	-1,7153	,1013
		Verstärkung	-,2035	,39424	1,000	-1,2804	,8735
	Verstärkung	Abbruch	-,4513	,50311	1,000	-1,8257	,9231
		Abschwächung	-,6036	,41022	,880	-1,7242	,5171
		neutral/unverändert	,2035	,39424	1,000	-,8735	1,2804
Games-Howell	Abbruch	Abschwächung	-,1523	,65641	,995	-2,1757	1,8712
		neutral/unverändert	,6548	,62852	,731	-1,3494	2,6589
		Verstärkung	,4513	,66924	,904	-1,5910	2,4936
	Abschwächung	Abbruch	,1523	,65641	,995	-1,8712	2,1757
		neutral/unverändert	,8070	,30741	,060	-,0249	1,6390
		Verstärkung	,6036	,38385	,413	-,4559	1,6630
	neutral/unverändert	Abbruch	-,6548	,62852	,731	-2,6589	1,3494
		Abschwächung	-,8070	,30741	,060	-1,6390	,0249
		Verstärkung	-,2035	,33392	,928	-1,1501	,7432
	Verstärkung	Abbruch	-,4513	,66924	,904	-2,4936	1,5910
		Abschwächung	-,6036	,38385	,413	-1,6630	,4559
		neutral/unverändert	,2035	,33392	,928	-,7432	1,1501

Based on observed means.

Appendix Table 42: Descriptive Statistics (Joyful)

Dependent Variable: erfreulich

relational_outcome	Mean	Std. Deviation	N
Abbruch	1,38	1,061	8
Abschwächung	1,11	,459	19
neutral/unverändert	2,38	1,740	24
Verstärkung	3,91	2,023	11
Total	2,13	1,732	62

Appendix Table 43: Tests of Between-Subjects Effects (Joyful)

Dependent Variable: erfreulich

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	60,769(a)	3	20,256	9,614	,000
Intercept	247,621	1	247,621	117,530	,000
relational_outcome	60,769	3	20,256	9,614	,000
Error	122,199	58	2,107		
Total	464,000	62			
Corrected Total	182,968	61			

a. R Squared = ,332 (Adjusted R Squared = ,298)

Appendix Table 44: Post Hoc Tests: Multiple Comparisons (Joyful)

Dependent Variable: erfreulich

	(I) relational_outcome	(J) relational_outcome	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Tukey HSD	Abbruch	Abschwächung	,27	,612	,971	-1,35	1,89
		neutral/unverändert	-1,00	,593	,339	-2,57	,57
		Verstärkung	-2,53(*)	,674	,002	-4,32	-,75
	Abschwächung	Abbruch	-,27	,612	,971	-1,89	1,35
		neutral/unverändert	-1,27(*)	,446	,030	-2,45	-,09
		Verstärkung	-2,80(*)	,550	,000	-4,26	-1,35
	neutral/unverändert	Abbruch	1,00	,593	,339	-,57	2,57
		Abschwächung	1,27(*)	,446	,030	,09	2,45
		Verstärkung	-1,53(*)	,529	,026	-2,93	-,14
	Verstärkung	Abbruch	2,53(*)	,674	,002	,75	4,32
		Abschwächung	2,80(*)	,550	,000	1,35	4,26
		neutral/unverändert	1,53(*)	,529	,026	,14	2,93
Bonferroni	Abbruch	Abschwächung	,27	,612	1,000	-1,40	1,94
		neutral/unverändert	-1,00	,593	,581	-2,62	,62
		Verstärkung	-2,53(*)	,674	,002	-4,38	-,69
	Abschwächung	Abbruch	-,27	,612	1,000	-1,94	1,40
		neutral/unverändert	-1,27(*)	,446	,036	-2,49	-,05
		Verstärkung	-2,80(*)	,550	,000	-4,31	-1,30

Appendix

Games-Howell	neut- ral/unverändert	Abbruch	1,00	,593	,581	-,62	2,62
		Abschwächung	1,27(*)	,446	,036	,05	2,49
		Verstärkung	-1,53(*)	,529	,031	-2,98	-,09
	Verstärkung	Abbruch	2,53(*)	,674	,002	,69	4,38
		Abschwächung	2,80(*)	,550	,000	1,30	4,31
		neut- ral/unverändert	1,53(*)	,529	,031	,09	2,98
	Abbruch	Abschwächung	,27	,389	,897	-,97	1,51
		neut- ral/unverändert	-1,00	,516	,245	-2,44	,44
		Verstärkung	-2,53(*)	,716	,013	-4,59	-,48
	Abschwächung	Abbruch	-,27	,389	,897	-1,51	,97
		neut- ral/unverändert	-1,27(*)	,370	,010	-2,28	-,26
		Verstärkung	-2,80(*)	,619	,004	-4,68	-,93
	neut- ral/unverändert	Abbruch	1,00	,516	,245	-,44	2,44
		Abschwächung	1,27(*)	,370	,010	,26	2,28
		Verstärkung	-1,53	,706	,170	-3,54	,47
	Verstärkung	Abbruch	2,53(*)	,716	,013	,48	4,59
		Abschwächung	2,80(*)	,619	,004	,93	4,68
		neut- ral/unverändert	1,53	,706	,170	-,47	3,54

Based on observed means.

* The mean difference is significant at the ,05 level.

Appendix Table 45: Descriptive Statistics (Happy)

Dependent Variable: glücklich

relational_outcome	Mean	Std. Deviation	N
Abbruch	1,25	,707	8
Abschwächung	1,00	,000	19
neutral/unverändert	1,96	1,459	24
Verstärkung	2,82	1,662	11
Total	1,73	1,320	62

Appendix Table 46: Tests of Between-Subjects Effects (Happy)

Dependent Variable: glücklich

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	26,244(a)	3	8,748	6,335	,001
Intercept	159,158	1	159,158	115,253	,000
relational_outcome	26,244	3	8,748	6,335	,001
Error	80,095	58	1,381		
Total	291,000	62			
Corrected Total	106,339	61			

a. R Squared = ,247 (Adjusted R Squared = ,208)

Appendix Table 47: Post Hoc Tests: Multiple Comparisons (Happy)

Dependent Variable: glücklich

	(I) relational_outcome	(J) relational_outcome	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Tukey HSD	Abbruch	Abschwächung	,25	,495	,958	-1,06	1,56
		neutral/unverändert	-,71	,480	,458	-1,98	,56
		Verstärkung	-1,57(*)	,546	,028	-3,01	-,12
	Abschwächung	Abbruch	-,25	,495	,958	-1,56	1,06
		neutral/unverändert	-,96(*)	,361	,049	-1,91	,00
		Verstärkung	-1,82(*)	,445	,001	-3,00	-,64
	neutral/unverändert	Abbruch	,71	,480	,458	-,56	1,98
		Abschwächung	,96(*)	,361	,049	,00	1,91
		Verstärkung	-,86	,428	,196	-1,99	,27
	Verstärkung	Abbruch	1,57(*)	,546	,028	,12	3,01
		Abschwächung	1,82(*)	,445	,001	,64	3,00
		neutral/unverändert	,86	,428	,196	-,27	1,99
Bonferroni	Abbruch	Abschwächung	,25	,495	1,000	-1,10	1,60
		neutral/unverändert	-,71	,480	,871	-2,02	,60
		Verstärkung	-1,57(*)	,546	,034	-3,06	-,08
	Abschwächung	Abbruch	-,25	,495	1,000	-1,60	1,10
		neutral/unverändert	-,96	,361	,061	-1,94	,03
		Verstärkung	-1,82(*)	,445	,001	-3,03	-,60
	neutral/unverändert	Abbruch	,71	,480	,871	-,60	2,02
		Abschwächung	,96	,361	,061	-,03	1,94
		Verstärkung	-,86	,428	,295	-2,03	,31
	Verstärkung	Abbruch	1,57(*)	,546	,034	,08	3,06
		Abschwächung	1,82(*)	,445	,001	,60	3,03
		neutral/unverändert	,86	,428	,295	-,31	2,03
Games-Howell	Abbruch	Abschwächung	,25	,250	,755	-,58	1,08
		neutral/unverändert	-,71	,389	,287	-1,78	,36
		Verstärkung	-1,57	,560	,060	-3,19	,06
	Abschwächung	Abbruch	-,25	,250	,755	-1,08	,58
		neutral/unverändert	-,96(*)	,298	,019	-1,78	-,13
		Verstärkung	-1,82(*)	,501	,020	-3,35	-,28
	neutral/unverändert	Abbruch	,71	,389	,287	-,36	1,78
		Abschwächung	,96(*)	,298	,019	,13	1,78
		Verstärkung	-,86	,583	,473	-2,51	,79
	Verstärkung	Abbruch	1,57	,560	,060	-,06	3,19
		Abschwächung	1,82(*)	,501	,020	,28	3,35
		neutral/unverändert	,86	,583	,473	-,79	2,51

Based on observed means.

* The mean difference is significant at the ,05 level.

Appendix Table 48: Descriptive Statistics (Proud)

Dependent Variable: stolz

relational_outcome	Mean	Std. Deviation	N
Abbruch	1,13	,354	8
Abschwächung	1,16	,501	19
neutral/unverändert	2,17	1,579	24
Verstärkung	3,73	1,679	11
Total	2,00	1,536	62

Appendix Table 49: Tests of Between-Subjects Effects (Proud)

Dependent Variable: stolz

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	53,084(a)	3	17,695	11,288	,000
Intercept	215,535	1	215,535	137,500	,000
relational_outcome	53,084	3	17,695	11,288	,000
Error	90,916	58	1,568		
Total	392,000	62			
Corrected Total	144,000	61			

a. R Squared = ,369 (Adjusted R Squared = ,336)

Appendix Table 50: Post Hoc Tests: Multiple Comparisons (Proud)

Dependent Variable: stolz

	(I) relational_outcome	(J) relational_outcome	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Tukey HSD	Abbruch	Abschwächung	-,03	,528	1,000	-1,43	1,36
		neutral/unverändert	-1,04	,511	,186	-2,39	,31
		Verstärkung	-2,60(*)	,582	,000	-4,14	-1,06
	Abschwächung	Abbruch	,03	,528	1,000	-1,36	1,43
		neutral/unverändert	-1,01	,384	,053	-2,03	,01
		Verstärkung	-2,57(*)	,474	,000	-3,82	-1,31
	neutral/unverändert	Abbruch	1,04	,511	,186	-,31	2,39
		Abschwächung	1,01	,384	,053	-,01	2,03
		Verstärkung	-1,56(*)	,456	,006	-2,77	-,35
	Verstärkung	Abbruch	2,60(*)	,582	,000	1,06	4,14
		Abschwächung	2,57(*)	,474	,000	1,31	3,82
		neutral/unverändert	1,56(*)	,456	,006	,35	2,77
Bonferroni	Abbruch	Abschwächung	-,03	,528	1,000	-1,47	1,41
		neutral/unverändert	-1,04	,511	,277	-2,44	,35
		Verstärkung	-2,60(*)	,582	,000	-4,19	-1,01
	Abschwächung	Abbruch	,03	,528	1,000	-1,41	1,47
		neutral/unverändert	-1,01	,384	,067	-2,06	,04
		Verstärkung	-2,57(*)	,474	,000	-3,87	-1,27

Appendix

	neut- ral/unverändert	Abbruch	1,04	,511	,277	-,35	2,44
		Abschwächung	1,01	,384	,067	-,04	2,06
		Verstärkung	-1,56(*)	,456	,007	-2,81	-,32
	Verstärkung	Abbruch	2,60(*)	,582	,000	1,01	4,19
		Abschwächung	2,57(*)	,474	,000	1,27	3,87
		neut- ral/unverändert	1,56(*)	,456	,007	,32	2,81
Games-Howell	Abbruch	Abschwächung	-,03	,170	,997	-,51	,45
		neut- ral/unverändert	-1,04(*)	,346	,026	-1,98	-,10
		Verstärkung	-2,60(*)	,521	,002	-4,17	-1,04
	Abschwächung	Abbruch	,03	,170	,997	-,45	,51
		neut- ral/unverändert	-1,01(*)	,342	,030	-1,94	-,08
		Verstärkung	-2,57(*)	,519	,002	-4,13	-1,01
	neut- ral/unverändert	Abbruch	1,04(*)	,346	,026	,10	1,98
		Abschwächung	1,01(*)	,342	,030	,08	1,94
		Verstärkung	-1,56	,600	,077	-3,25	,13
	Verstärkung	Abbruch	2,60(*)	,521	,002	1,04	4,17
		Abschwächung	2,57(*)	,519	,002	1,01	4,13
		neut- ral/unverändert	1,56	,600	,077	-,13	3,25

Based on observed means.

* The mean difference is significant at the ,05 level.

Appendix Table 51: Descriptive Statistics (Warm Feelings)

Dependent Variable: freundliche_Gefühle

relational_outcome	Mean	Std. Deviation	N
Abbruch	1,63	1,188	8
Abschwächung	1,53	,905	19
neutral/unverändert	2,92	1,816	24
Verstärkung	3,36	1,502	11
Total	2,40	1,614	62

Appendix Table 52: Tests of Between-Subjects Effects (Warm Feelings)

Dependent Variable: freundliche_Gefühle

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	35,929(a)	3	11,976	5,648	,002
Intercept	286,761	1	286,761	135,231	,000
relational_outcome	35,929	3	11,976	5,648	,002
Error	122,991	58	2,121		
Total	517,000	62			
Corrected Total	158,919	61			

a. R Squared = ,226 (Adjusted R Squared = ,186)

Appendix Table 53: Post Hoc Tests: Multiple Comparisons (Warm Feelings)

Dependent Variable: freundliche_Gefühle

	(I) relational_outcome	(J) relational_outcome	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Tukey HSD	Abbruch	Abschwächung	,10	,614	,999	-1,52	1,72
		neutral/unverändert	-1,29	,594	,143	-2,86	,28
		Verstärkung	-1,74	,677	,060	-3,53	,05
	Abschwächung	Abbruch	-,10	,614	,999	-1,72	1,52
		neutral/unverändert	-1,39(*)	,447	,015	-2,57	-,21
		Verstärkung	-1,84(*)	,552	,008	-3,30	-,38
	neutral/unverändert	Abbruch	1,29	,594	,143	-,28	2,86
		Abschwächung	1,39(*)	,447	,015	,21	2,57
		Verstärkung	-,45	,530	,834	-1,85	,96
	Verstärkung	Abbruch	1,74	,677	,060	-,05	3,53
		Abschwächung	1,84(*)	,552	,008	,38	3,30
		neutral/unverändert	,45	,530	,834	-,96	1,85
Bonferroni	Abbruch	Abschwächung	,10	,614	1,000	-1,58	1,78
		neutral/unverändert	-1,29	,594	,203	-2,92	,33
		Verstärkung	-1,74	,677	,077	-3,59	,11
	Abschwächung	Abbruch	-,10	,614	1,000	-1,78	1,58
		neutral/unverändert	-1,39(*)	,447	,017	-2,61	-,17
		Verstärkung	-1,84(*)	,552	,009	-3,34	-,33
	neutral/unverändert	Abbruch	1,29	,594	,203	-,33	2,92
		Abschwächung	1,39(*)	,447	,017	,17	2,61
		Verstärkung	-,45	,530	1,000	-1,90	1,00
	Verstärkung	Abbruch	1,74	,677	,077	-,11	3,59
		Abschwächung	1,84(*)	,552	,009	,33	3,34
		neutral/unverändert	,45	,530	1,000	-1,00	1,90
Games-Howell	Abbruch	Abschwächung	,10	,468	,996	-1,32	1,52
		neutral/unverändert	-1,29	,560	,132	-2,87	,29
		Verstärkung	-1,74	,617	,053	-3,50	,02
	Abschwächung	Abbruch	-,10	,468	,996	-1,52	1,32
		neutral/unverändert	-1,39(*)	,425	,012	-2,54	-,25
		Verstärkung	-1,84(*)	,498	,011	-3,28	-,39
	neutral/unverändert	Abbruch	1,29	,560	,132	-,29	2,87
		Abschwächung	1,39(*)	,425	,012	,25	2,54
		Verstärkung	-,45	,585	,870	-2,06	1,17
	Verstärkung	Abbruch	1,74	,617	,053	-,02	3,50
		Abschwächung	1,84(*)	,498	,011	,39	3,28
		neutral/unverändert	,45	,585	,870	-1,17	2,06

Based on observed means.

* The mean difference is significant at the ,05 level.

Appendix Table 54: Descriptive Statistics (Being Valued)

Dependent Variable: geschätzt_fühlen

relational_outcome	Mean	Std. Deviation	N
Abbruch	2,38	1,598	8
Abschwächung	1,63	1,065	19
neutral/unverändert	3,54	1,587	24
Verstärkung	4,00	1,483	11
Total	2,89	1,690	62

Appendix Table 55: Tests of Between-Subjects Effects (Being Valued)

Dependent Variable: geschätzt_fühlen

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	55,955(a)	3	18,652	9,148	,000
Intercept	429,912	1	429,912	210,858	,000
relational_outcome	55,955	3	18,652	9,148	,000
Error	118,254	58	2,039		
Total	691,000	62			
Corrected Total	174,210	61			

a. R Squared = ,321 (Adjusted R Squared = ,286)

Appendix Table 56: Post Hoc Tests: Multiple Comparisons (Being Valued)

Dependent Variable: geschätzt_fühlen

			Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
(I) relational_outcome	(J) relational_outcome					Lower Bound	Upper Bound
Tukey HSD	Abbruch	Abschwächung	,74	,602	,607	-,85	2,34
		neutral/unverändert	-1,17	,583	,199	-2,71	,38
		Verstärkung	-1,63	,663	,079	-3,38	,13
	Abschwächung	Abbruch	-,74	,602	,607	-2,34	,85
		neutral/unverändert	-1,91(*)	,438	,000	-3,07	-,75
		Verstärkung	-2,37(*)	,541	,000	-3,80	-,94
	neutral/unverändert	Abbruch	1,17	,583	,199	-,38	2,71
		Abschwächung	1,91(*)	,438	,000	,75	3,07
		Verstärkung	-,46	,520	,814	-1,83	,92
	Verstärkung	Abbruch	1,63	,663	,079	-,13	3,38
		Abschwächung	2,37(*)	,541	,000	,94	3,80
		neutral/unverändert	,46	,520	,814	-,92	1,83
Bonferroni	Abbruch	Abschwächung	,74	,602	1,000	-,90	2,39
		neutral/unverändert	-1,17	,583	,300	-2,76	,43
		Verstärkung	-1,63	,663	,104	-3,44	,19
	Abschwächung	Abbruch	-,74	,602	1,000	-2,39	,90
		neutral/unverändert	-1,91(*)	,438	,000	-3,11	-,71
		Verstärkung	-2,37(*)	,541	,000	-3,85	-,89

Appendix

	neut- ral/unverändert	Abbruch	1,17	,583	,300	-,43	2,76	
		Abschwächung	1,91(*)	,438	,000	,71	3,11	
		Verstärkung	-,46	,520	1,000	-1,88	,96	
	Verstärkung	Abbruch	1,63	,663	,104	-,19	3,44	
		Abschwächung	2,37(*)	,541	,000	,89	3,85	
		neut- ral/unverändert	,46	,520	1,000	-,96	1,88	
	Games-Howell	Abbruch	Abschwächung	,74	,616	,636	-1,15	2,64
			neut- ral/unverändert	-1,17	,651	,324	-3,10	,77
			Verstärkung	-1,63	,721	,155	-3,71	,46
Abschwächung		Abbruch	-,74	,616	,636	-2,64	1,15	
		neut- ral/unverändert	-1,91(*)	,406	,000	-3,00	-,82	
		Verstärkung	-2,37(*)	,510	,001	-3,83	-,91	
neut- ral/unverändert		Abbruch	1,17	,651	,324	-,77	3,10	
		Abschwächung	1,91(*)	,406	,000	,82	3,00	
		Verstärkung	-,46	,552	,840	-2,00	1,08	
Verstärkung		Abbruch	1,63	,721	,155	-,46	3,71	
		Abschwächung	2,37(*)	,510	,001	,91	3,83	
		neut- ral/unverändert	,46	,552	,840	-1,08	2,00	

Based on observed means.

* The mean difference is significant at the ,05 level.

Appendix Table 57: Descriptive Statistics (Attentive)

Dependent Variable: aufmerksam

relational_outcome	Mean	Std. Deviation	N
Abbruch	5,25	1,035	8
Abschwächung	4,16	1,803	19
neutral/unverändert	4,25	1,422	24
Verstärkung	4,73	,905	11
Total	4,44	1,456	62

Appendix Table 58: Tests of Between-Subjects Effects (Attentive)

Dependent Variable: aufmerksam

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	8,534(a)	3	2,845	1,367	,262
Intercept	1089,640	1	1089,640	523,570	,000
relational_outcome	8,534	3	2,845	1,367	,262
Error	120,708	58	2,081		
Total	1349,000	62			
Corrected Total	129,242	61			

a. R Squared = ,066 (Adjusted R Squared = ,018)

Appendix Table 59: Post Hoc Tests: Multiple Comparisons (Attentive)

Dependent Variable: aufmerksam

	(I) relational_outcome	(J) relational_outcome	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Tukey HSD	Abbruch	Abschwächung	1,09	,608	,286	-,52	2,70
		neutral/unverändert	1,00	,589	,334	-,56	2,56
		Verstärkung	,52	,670	,863	-1,25	2,30
	Abschwächung	Abbruch	-1,09	,608	,286	-2,70	,52
		neutral/unverändert	-,09	,443	,997	-1,26	1,08
		Verstärkung	-,57	,547	,726	-2,02	,88
	neutral/unverändert	Abbruch	-1,00	,589	,334	-2,56	,56
		Abschwächung	,09	,443	,997	-1,08	1,26
		Verstärkung	-,48	,525	,800	-1,87	,91
Bonferroni	Abbruch	Abschwächung	1,09	,608	,466	-,57	2,75
		neutral/unverändert	1,00	,589	,569	-,61	2,61
		Verstärkung	,52	,670	1,000	-1,31	2,35
	Abschwächung	Abbruch	-1,09	,608	,466	-2,75	,57
		neutral/unverändert	-,09	,443	1,000	-1,30	1,12
		Verstärkung	-,57	,547	1,000	-2,06	,92
	neutral/unverändert	Abbruch	-1,00	,589	,569	-2,61	,61
		Abschwächung	,09	,443	1,000	-1,12	1,30
		Verstärkung	-,48	,525	1,000	-1,91	,96
Games-Howell	Abbruch	Abschwächung	1,09	,552	,226	-,44	2,62
		neutral/unverändert	1,00	,467	,181	-,33	2,33
		Verstärkung	,52	,456	,669	-,80	1,85
	Abschwächung	Abbruch	-1,09	,552	,226	-2,62	,44
		neutral/unverändert	-,09	,505	,998	-1,46	1,27
		Verstärkung	-,57	,495	,663	-1,92	,78
	neutral/unverändert	Abbruch	-1,00	,467	,181	-2,33	,33
		Abschwächung	,09	,505	,998	-1,27	1,46
		Verstärkung	-,48	,398	,633	-1,56	,61
	Verstärkung	Abbruch	-,52	,456	,669	-1,85	,80
		Abschwächung	,57	,495	,663	-,78	1,92
		neutral/unverändert	,48	,398	,633	-,61	1,56

Based on observed means.

Appendix Table 60: Descriptive Statistics (Active)

Dependent Variable: aktiv

relational_outcome	Mean	Std. Deviation	N
Abbruch	5,25	1,165	8
Abschwächung	4,32	1,635	19
neutral/unverändert	4,58	1,666	24
Verstärkung	4,82	1,168	11
Total	4,63	1,517	62

Appendix Table 61: Tests of Between-Subjects Effects (Active)

Dependent Variable: aktiv

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	5,393(a)	3	1,798	,772	,514
Intercept	1159,736	1	1159,736	497,980	,000
relational_outcome	5,393	3	1,798	,772	,514
Error	135,075	58	2,329		
Total	1469,000	62			
Corrected Total	140,468	61			

a. R Squared = ,038 (Adjusted R Squared = -,011)

Appendix Table 62: Post Hoc Tests: Multiple Comparisons (Active)

Dependent Variable: aktiv

	(I) relational_outcome	(J) relational_outcome	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Tukey HSD	Abbruch	Abschwächung	,93	,643	,472	-,77	2,64
		neutral/unverändert	,67	,623	,709	-,98	2,31
		Verstärkung	,43	,709	,929	-1,44	2,31
	Abschwächung	Abbruch	-,93	,643	,472	-2,64	,77
		neutral/unverändert	-,27	,469	,940	-1,51	,97
		Verstärkung	-,50	,578	,821	-2,03	1,03
	neutral/unverändert	Abbruch	-,67	,623	,709	-2,31	,98
		Abschwächung	,27	,469	,940	-,97	1,51
		Verstärkung	-,23	,556	,974	-1,70	1,23
	Verstärkung	Abbruch	-,43	,709	,929	-2,31	1,44
		Abschwächung	,50	,578	,821	-1,03	2,03
		neutral/unverändert	,23	,556	,974	-1,23	1,70
Bonferroni	Abbruch	Abschwächung	,93	,643	,911	-,82	2,69
		neutral/unverändert	,67	,623	1,000	-1,04	2,37
		Verstärkung	,43	,709	1,000	-1,51	2,37
	Abschwächung	Abbruch	-,93	,643	,911	-2,69	,82
		neutral/unverändert	-,27	,469	1,000	-1,55	1,01
		Verstärkung	-,50	,578	1,000	-2,08	1,08

Appendix

	neut- ral/unverändert	Abbruch	-67	,623	1,000	-2,37	1,04	
		Abschwächung	,27	,469	1,000	-1,01	1,55	
		Verstärkung	-23	,556	1,000	-1,75	1,28	
	Verstärkung	Abbruch	-43	,709	1,000	-2,37	1,51	
		Abschwächung	,50	,578	1,000	-1,08	2,08	
		neut- ral/unverändert	,23	,556	1,000	-1,28	1,75	
	Games-Howell	Abbruch	Abschwächung	,93	,557	,363	-,64	2,50
			neut- ral/unverändert	,67	,534	,606	-,85	2,18
			Verstärkung	,43	,542	,855	-1,13	1,99
Abschwächung		Abbruch	-,93	,557	,363	-2,50	,64	
		neut- ral/unverändert	-,27	,506	,952	-1,63	1,09	
		Verstärkung	-,50	,514	,764	-1,91	,91	
neut- ral/unverändert		Abbruch	-67	,534	,606	-2,18	,85	
		Abschwächung	,27	,506	,952	-1,09	1,63	
		Verstärkung	-23	,489	,963	-1,57	1,10	
Verstärkung		Abbruch	-43	,542	,855	-1,99	1,13	
		Abschwächung	,50	,514	,764	-,91	1,91	
		neut- ral/unverändert	,23	,489	,963	-1,10	1,57	

Based on observed means.

Appendix Table 63: Descriptive Statistics (Interested)

Dependent Variable: interessiert

relational_outcome	Mean	Std. Deviation	N
Abbruch	5,25	1,165	8
Abschwächung	4,74	1,522	19
neutral/unverändert	4,54	1,382	24
Verstärkung	5,27	,647	11
Total	4,82	1,312	62

Appendix Table 64: Tests of Between-Subjects Effects (Interested)

Dependent Variable: interessiert

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	5,724(a)	3	1,908	1,114	,351
Intercept	1263,958	1	1263,958	738,082	,000
relational_outcome	5,724	3	1,908	1,114	,351
Error	99,324	58	1,712		
Total	1547,000	62			
Corrected Total	105,048	61			

a. R Squared = ,054 (Adjusted R Squared = ,006)

Appendix Table 65: Post Hoc Tests: Multiple Comparisons (Interested)

Dependent Variable: interessiert

	(I) relational_outcome	(J) relational_outcome	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Tukey HSD	Abbruch	Abschwächung	,51	,552	,789	-,95	1,97
		neutral/unverändert	,71	,534	,550	-,70	2,12
		Verstärkung	-,02	,608	1,000	-1,63	1,59
	Abschwächung	Abbruch	-,51	,552	,789	-1,97	,95
		neutral/unverändert	,20	,402	,962	-,87	1,26
		Verstärkung	-,54	,496	,702	-1,85	,78
	neutral/unverändert	Abbruch	-,71	,534	,550	-2,12	,70
		Abschwächung	-,20	,402	,962	-1,26	,87
		Verstärkung	-,73	,476	,424	-1,99	,53
	Verstärkung	Abbruch	,02	,608	1,000	-1,59	1,63
		Abschwächung	,54	,496	,702	-,78	1,85
		neutral/unverändert	,73	,476	,424	-,53	1,99
Bonferroni	Abbruch	Abschwächung	,51	,552	1,000	-,99	2,02
		neutral/unverändert	,71	,534	1,000	-,75	2,17
		Verstärkung	-,02	,608	1,000	-1,68	1,64
	Abschwächung	Abbruch	-,51	,552	1,000	-2,02	,99
		neutral/unverändert	,20	,402	1,000	-,90	1,29
		Verstärkung	-,54	,496	1,000	-1,89	,82
	neutral/unverändert	Abbruch	-,71	,534	1,000	-2,17	,75
		Abschwächung	-,20	,402	1,000	-1,29	,90
		Verstärkung	-,73	,476	,782	-2,03	,57
	Verstärkung	Abbruch	,02	,608	1,000	-1,64	1,68
		Abschwächung	,54	,496	1,000	-,82	1,89
		neutral/unverändert	,73	,476	,782	-,57	2,03
Games-Howell	Abbruch	Abschwächung	,51	,540	,779	-1,02	2,05
		neutral/unverändert	,71	,499	,509	-,74	2,16
		Verstärkung	-,02	,456	1,000	-1,41	1,37
	Abschwächung	Abbruch	-,51	,540	,779	-2,05	1,02
		neutral/unverändert	,20	,449	,972	-1,01	1,40
		Verstärkung	-,54	,400	,547	-1,63	,56
	neutral/unverändert	Abbruch	-,71	,499	,509	-2,16	,74
		Abschwächung	-,20	,449	,972	-1,40	1,01
		Verstärkung	-,73	,343	,164	-1,66	,20
	Verstärkung	Abbruch	,02	,456	1,000	-1,37	1,41
		Abschwächung	,54	,400	,547	-,56	1,63
		neutral/unverändert	,73	,343	,164	-,20	1,66

Based on observed means.

Appendix Table 66: Descriptive Statistics (Upset)

Dependent Variable: aufgebracht

relational_outcome	Mean	Std. Deviation	N
Abbruch	3,25	1,832	8
Abschwächung	4,00	1,414	19
neutral/unverändert	3,00	1,642	24
Verstärkung	3,09	1,700	11
Total	3,35	1,631	62

Appendix Table 67: Tests of Between-Subjects Effects (Upset)

Dependent Variable: aufgebracht

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	11,784(a)	3	3,928	1,515	,220
Intercept	573,745	1	573,745	221,245	,000
relational_outcome	11,784	3	3,928	1,515	,220
Error	150,409	58	2,593		
Total	860,000	62			
Corrected Total	162,194	61			

a. R Squared = ,073 (Adjusted R Squared = ,025)

Appendix Table 68: Post Hoc Tests: Multiple Comparisons (Upset)

Dependent Variable: aufgebracht

	(I) relational_outcome	(J) relational_outcome	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Tukey HSD	Abbruch	Abschwächung	-,75	,679	,688	-2,55	1,05
		neutral/unverändert	,25	,657	,981	-1,49	1,99
		Verstärkung	,16	,748	,997	-1,82	2,14
	Abschwächung	Abbruch	,75	,679	,688	-1,05	2,55
		neutral/unverändert	1,00	,495	,192	-,31	2,31
		Verstärkung	,91	,610	,450	-,70	2,52
	neutral/unverändert	Abbruch	-,25	,657	,981	-1,99	1,49
		Abschwächung	-1,00	,495	,192	-2,31	,31
		Verstärkung	-,09	,586	,999	-1,64	1,46
	Verstärkung	Abbruch	-,16	,748	,997	-2,14	1,82
		Abschwächung	-,91	,610	,450	-2,52	,70
		neutral/unverändert	,09	,586	,999	-1,46	1,64
Bonferroni	Abbruch	Abschwächung	-,75	,679	1,000	-2,60	1,10
		neutral/unverändert	,25	,657	1,000	-1,55	2,05
		Verstärkung	,16	,748	1,000	-1,89	2,20
	Abschwächung	Abbruch	,75	,679	1,000	-1,10	2,60
		neutral/unverändert	1,00	,495	,287	-,35	2,35
		Verstärkung	,91	,610	,850	-,76	2,58

Appendix

	neut- ral/unverändert	Abbruch	-25	,657	1,000	-2,05	1,55	
		Abschwächung	-1,00	,495	,287	-2,35	,35	
		Verstärkung	-,09	,586	1,000	-1,69	1,51	
	Verstärkung	Abbruch	-,16	,748	1,000	-2,20	1,89	
		Abschwächung	-,91	,610	,850	-2,58	,76	
		neut- ral/unverändert	,09	,586	1,000	-1,51	1,69	
	Games-Howell	Abbruch	Abschwächung	-,75	,725	,733	-2,94	1,44
			neut- ral/unverändert	,25	,729	,985	-1,94	2,44
			Verstärkung	,16	,826	,997	-2,23	2,55
Abschwächung		Abbruch	,75	,725	,733	-1,44	2,94	
		neut- ral/unverändert	1,00	,466	,157	-,25	2,25	
		Verstärkung	,91	,607	,459	-,81	2,62	
neut- ral/unverändert		Abbruch	-,25	,729	,985	-2,44	1,94	
		Abschwächung	-1,00	,466	,157	-2,25	,25	
		Verstärkung	-,09	,612	,999	-1,81	1,63	
Verstärkung		Abbruch	-,16	,826	,997	-2,55	2,23	
		Abschwächung	-,91	,607	,459	-2,62	,81	
		neut- ral/unverändert	,09	,612	,999	-1,63	1,81	

Based on observed means.

Appendix Table 69: Descriptive Statistics (Angry)

Dependent Variable: wütend

relational_outcome	Mean	Std. Deviation	N
Abbruch	2,63	2,200	8
Abschwächung	3,58	1,742	19
neutral/unverändert	2,54	1,641	24
Verstärkung	2,64	1,433	11
Total	2,89	1,738	62

Appendix Table 70: Tests of Between-Subjects Effects (Angry)

Dependent Variable: wütend

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	13,199(a)	3	4,400	1,492	,226
Intercept	417,622	1	417,622	141,641	,000
relational_outcome	13,199	3	4,400	1,492	,226
Error	171,010	58	2,948		
Total	701,000	62			
Corrected Total	184,210	61			

a. R Squared = ,072 (Adjusted R Squared = ,024)

Appendix Table 71: Post Hoc Tests: Multiple Comparisons (Angry)

Dependent Variable: wütend

	(I) relational_outcome	(J) relational_outcome	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Tukey HSD	Abbruch	Abschwächung	-,95	,724	,555	-2,87	,96
		neutral/unverändert	,08	,701	,999	-1,77	1,94
		Verstärkung	-,01	,798	1,000	-2,12	2,10
	Abschwächung	Abbruch	,95	,724	,555	-,96	2,87
		neutral/unverändert	1,04	,527	,212	-,36	2,43
		Verstärkung	,94	,651	,475	-,78	2,66
	neutral/unverändert	Abbruch	-,08	,701	,999	-1,94	1,77
		Abschwächung	-1,04	,527	,212	-2,43	,36
		Verstärkung	-,09	,625	,999	-1,75	1,56
	Verstärkung	Abbruch	,01	,798	1,000	-2,10	2,12
		Abschwächung	-,94	,651	,475	-2,66	,78
		neutral/unverändert	,09	,625	,999	-1,56	1,75
Bonferroni	Abbruch	Abschwächung	-,95	,724	1,000	-2,93	1,02
		neutral/unverändert	,08	,701	1,000	-1,83	2,00
		Verstärkung	-,01	,798	1,000	-2,19	2,17
	Abschwächung	Abbruch	,95	,724	1,000	-1,02	2,93
		neutral/unverändert	1,04	,527	,324	-,40	2,48
		Verstärkung	,94	,651	,917	-,83	2,72
	neutral/unverändert	Abbruch	-,08	,701	1,000	-2,00	1,83
		Abschwächung	-1,04	,527	,324	-2,48	,40
		Verstärkung	-,09	,625	1,000	-1,80	1,61
	Verstärkung	Abbruch	,01	,798	1,000	-2,17	2,19
		Abschwächung	-,94	,651	,917	-2,72	,83
		neutral/unverändert	,09	,625	1,000	-1,61	1,80
Games-Howell	Abbruch	Abschwächung	-,95	,874	,702	-3,59	1,68
		neutral/unverändert	,08	,847	1,000	-2,52	2,69
		Verstärkung	-,01	,890	1,000	-2,68	2,66
	Abschwächung	Abbruch	,95	,874	,702	-1,68	3,59
		neutral/unverändert	1,04	,522	,210	-,36	2,44
		Verstärkung	,94	,589	,396	-,68	2,56
	neutral/unverändert	Abbruch	-,08	,847	1,000	-2,69	2,52
		Abschwächung	-1,04	,522	,210	-2,44	,36
		Verstärkung	-,09	,547	,998	-1,61	1,42
	Verstärkung	Abbruch	,01	,890	1,000	-2,66	2,68
		Abschwächung	-,94	,589	,396	-2,56	,68
		neutral/unverändert	,09	,547	,998	-1,42	1,61

Based on observed means.

Appendix Table 72: Descriptive Statistics (Sad)

Dependent Variable: traurig

relational_outcome	Mean	Std. Deviation	N
Abbruch	2,75	1,832	8
Abschwächung	1,74	1,098	19
neutral/unverändert	1,42	,776	24
Verstärkung	1,91	1,136	11
Total	1,77	1,165	62

Appendix Table 73: Tests of Between-Subjects Effects (Sad)

Dependent Variable: traurig

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	10,912(a)	3	3,637	2,933	,041
Intercept	196,761	1	196,761	158,664	,000
relational_outcome	10,912	3	3,637	2,933	,041
Error	71,927	58	1,240		
Total	278,000	62			
Corrected Total	82,839	61			

a. R Squared = ,132 (Adjusted R Squared = ,087)

Appendix Table 74: Post Hoc Tests: Multiple Comparisons (Sad)

Dependent Variable: traurig

	(I) relational_outcome	(J) relational_outcome	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Tukey HSD	Abbruch	Abschwächung	1,01	,469	,147	-,23	2,25
		neutral/unverändert	1,33(*)	,455	,024	,13	2,54
		Verstärkung	,84	,517	,373	-,53	2,21
	Abschwächung	Abbruch	-1,01	,469	,147	-2,25	,23
		neutral/unverändert	,32	,342	,786	-,58	1,22
		Verstärkung	-,17	,422	,977	-1,29	,94
	neutral/unverändert	Abbruch	-1,33(*)	,455	,024	-2,54	-,13
		Abschwächung	-,32	,342	,786	-1,22	,58
		Verstärkung	-,49	,405	,620	-1,56	,58
	Verstärkung	Abbruch	-,84	,517	,373	-2,21	,53
		Abschwächung	,17	,422	,977	-,94	1,29
		neutral/unverändert	,49	,405	,620	-,58	1,56
Bonferroni	Abbruch	Abschwächung	1,01	,469	,210	-,27	2,30
		neutral/unverändert	1,33(*)	,455	,029	,09	2,58
		Verstärkung	,84	,517	,657	-,57	2,25
	Abschwächung	Abbruch	-1,01	,469	,210	-2,30	,27
		neutral/unverändert	,32	,342	1,000	-,61	1,25
		Verstärkung	-,17	,422	1,000	-1,32	,98

Appendix

	neut- ral/unverändert	Abbruch	-1,33(*)	,455	,029	-2,58	-,09	
		Abschwächung	-,32	,342	1,000	-1,25	,61	
		Verstärkung	-,49	,405	1,000	-1,60	,62	
	Verstärkung	Abbruch	-,84	,517	,657	-2,25	,57	
		Abschwächung	,17	,422	1,000	-,98	1,32	
		neut- ral/unverändert	,49	,405	1,000	-,62	1,60	
	Games-Howell	Abbruch	Abschwächung	1,01	,695	,498	-1,15	3,17
			neut- ral/unverändert	1,33	,667	,265	-,81	3,48
			Verstärkung	,84	,733	,670	-1,37	3,05
Abschwächung		Abbruch	-1,01	,695	,498	-3,17	1,15	
		neut- ral/unverändert	,32	,297	,706	-,49	1,13	
		Verstärkung	-,17	,425	,977	-1,36	1,02	
neut- ral/unverändert		Abbruch	-1,33	,667	,265	-3,48	,81	
		Abschwächung	-,32	,297	,706	-1,13	,49	
		Verstärkung	-,49	,377	,574	-1,59	,60	
Verstärkung		Abbruch	-,84	,733	,670	-3,05	1,37	
		Abschwächung	,17	,425	,977	-1,02	1,36	
		neut- ral/unverändert	,49	,377	,574	-,60	1,59	

Based on observed means.

* The mean difference is significant at the ,05 level.

Appendix Table 75: Descriptive Statistics (in a Bad Mood)

Dependent Variable: schlechter_Laune

relational_outcome	Mean	Std. Deviation	N
Abbruch	3,13	2,100	8
Abschwächung	3,16	1,893	19
neutral/unverändert	2,38	1,637	24
Verstärkung	2,45	1,440	11
Total	2,73	1,748	62

Appendix Table 76: Tests of Between-Subjects Effects (in a Bad Mood)

Dependent Variable: schlechter_Laune

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	8,585(a)	3	2,862	,934	,430
Intercept	398,077	1	398,077	129,890	,000
relational_outcome	8,585	3	2,862	,934	,430
Error	177,754	58	3,065		
Total	647,000	62			
Corrected Total	186,339	61			

a. R Squared = ,046 (Adjusted R Squared = -,003)

Appendix Table 77: Post Hoc Tests: Multiple Comparisons (in a Bad Mood)

Dependent Variable: schlechter_Laune

	(I) relational_outcome	(J) relational_outcome	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Tukey HSD	Abbruch	Abschwächung	-,03	,738	1,000	-1,98	1,92
		neutral/unverändert	,75	,715	,721	-1,14	2,64
		Verstärkung	,67	,813	,843	-1,48	2,82
	Abschwächung	Abbruch	,03	,738	1,000	-1,92	1,98
		neutral/unverändert	,78	,538	,470	-,64	2,20
		Verstärkung	,70	,663	,715	-1,05	2,46
	neutral/unverändert	Abbruch	-,75	,715	,721	-2,64	1,14
		Abschwächung	-,78	,538	,470	-2,20	,64
		Verstärkung	-,08	,637	,999	-1,77	1,61
	Verstärkung	Abbruch	-,67	,813	,843	-2,82	1,48
		Abschwächung	-,70	,663	,715	-2,46	1,05
		neutral/unverändert	,08	,637	,999	-1,61	1,77
Bonferroni	Abbruch	Abschwächung	-,03	,738	1,000	-2,05	1,98
		neutral/unverändert	,75	,715	1,000	-1,20	2,70
		Verstärkung	,67	,813	1,000	-1,55	2,89
	Abschwächung	Abbruch	,03	,738	1,000	-1,98	2,05
		neutral/unverändert	,78	,538	,904	-,69	2,25
		Verstärkung	,70	,663	1,000	-1,11	2,52
	neutral/unverändert	Abbruch	-,75	,715	1,000	-2,70	1,20
		Abschwächung	-,78	,538	,904	-2,25	,69
		Verstärkung	-,08	,637	1,000	-1,82	1,66
	Verstärkung	Abbruch	-,67	,813	1,000	-2,89	1,55
		Abschwächung	-,70	,663	1,000	-2,52	1,11
		neutral/unverändert	,08	,637	1,000	-1,66	1,82
Games-Howell	Abbruch	Abschwächung	-,03	,860	1,000	-2,58	2,52
		neutral/unverändert	,75	,814	,794	-1,74	3,24
		Verstärkung	,67	,860	,862	-1,89	3,24
	Abschwächung	Abbruch	,03	,860	1,000	-2,52	2,58
		neutral/unverändert	,78	,548	,490	-,69	2,26
		Verstärkung	,70	,614	,666	-,98	2,39
	neutral/unverändert	Abbruch	-,75	,814	,794	-3,24	1,74
		Abschwächung	-,78	,548	,490	-2,26	,69
		Verstärkung	-,08	,548	,999	-1,60	1,44
	Verstärkung	Abbruch	-,67	,860	,862	-3,24	1,89
		Abschwächung	-,70	,614	,666	-2,39	,98
		neutral/unverändert	,08	,548	,999	-1,44	1,60

Based on observed means.

Appendix Table 78: Descriptive Statistics (Annoyed)

Dependent Variable: verärgert

relational_outcome	Mean	Std. Deviation	N
Abbruch	4,00	1,852	8
Abschwächung	4,58	1,387	19
neutral/unverändert	3,00	1,414	24
Verstärkung	2,64	1,629	11
Total	3,55	1,666	62

Appendix Table 79: Tests of Between-Subjects Effects (Annoyed)

Dependent Variable: verärgert

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	38,178(a)	3	12,726	5,627	,002
Intercept	651,419	1	651,419	288,025	,000
relational_outcome	38,178	3	12,726	5,627	,002
Error	131,177	58	2,262		
Total	950,000	62			
Corrected Total	169,355	61			

a. R Squared = ,225 (Adjusted R Squared = ,185)

Appendix Table 80: Post Hoc Tests: Multiple Comparisons (Annoyed)

Dependent Variable: verärgert

			Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
	(I) relational_outcome	(J) relational_outcome				Lower Bound	Upper Bound
Tukey HSD	Abbruch	Abschwächung	-,58	,634	,798	-2,26	1,10
		neutral/unverändert	1,00	,614	,371	-,62	2,62
		Verstärkung	1,36	,699	,218	-,48	3,21
	Abschwächung	Abbruch	,58	,634	,798	-1,10	2,26
		neutral/unverändert	1,58(*)	,462	,006	,36	2,80
		Verstärkung	1,94(*)	,570	,006	,44	3,45
	neutral/unverändert	Abbruch	-1,00	,614	,371	-2,62	,62
		Abschwächung	-1,58(*)	,462	,006	-2,80	-,36
		Verstärkung	,36	,548	,910	-1,08	1,81
	Verstärkung	Abbruch	-1,36	,699	,218	-3,21	,48
		Abschwächung	-1,94(*)	,570	,006	-3,45	-,44
		neutral/unverändert	-,36	,548	,910	-1,81	1,08
Bonferroni	Abbruch	Abschwächung	-,58	,634	1,000	-2,31	1,15
		neutral/unverändert	1,00	,614	,653	-,68	2,68
		Verstärkung	1,36	,699	,335	-,55	3,27
	Abschwächung	Abbruch	,58	,634	1,000	-1,15	2,31
		neutral/unverändert	1,58(*)	,462	,007	,32	2,84
		Verstärkung	1,94(*)	,570	,007	,39	3,50

	neut- ral/unverändert	Abbruch	-1,00	,614	,653	-2,68	,68	
		Abschwächung	-1,58(*)	,462	,007	-2,84	-,32	
		Verstärkung	,36	,548	1,000	-1,13	1,86	
	Verstärkung	Abbruch	-1,36	,699	,335	-3,27	,55	
		Abschwächung	-1,94(*)	,570	,007	-3,50	-,39	
		neut- ral/unverändert	-,36	,548	1,000	-1,86	1,13	
	Games-Howell	Abbruch	Abschwächung	-,58	,728	,855	-2,79	1,63
			neut- ral/unverändert	1,00	,715	,528	-1,19	3,19
			Verstärkung	1,36	,818	,376	-1,02	3,74
Abschwächung		Abbruch	,58	,728	,855	-1,63	2,79	
		neut- ral/unverändert	1,58(*)	,430	,004	,43	2,73	
		Verstärkung	1,94(*)	,585	,018	,29	3,59	
neut- ral/unverändert		Abbruch	-1,00	,715	,528	-3,19	1,19	
		Abschwächung	-1,58(*)	,430	,004	-2,73	-,43	
		Verstärkung	,36	,570	,918	-1,25	1,98	
Verstärkung		Abbruch	-1,36	,818	,376	-3,74	1,02	
		Abschwächung	-1,94(*)	,585	,018	-3,59	-,29	
		neut- ral/unverändert	-,36	,570	,918	-1,98	1,25	

Based on observed means.

* The mean difference is significant at the ,05 level.

Appendix Table 81: Descriptive Statistics (Nervous)

Dependent Variable: nervös

relational_outcome	Mean	Std. Deviation	N
Abbruch	2,13	1,808	8
Abschwächung	2,26	1,408	19
neutral/unverändert	1,88	1,262	24
Verstärkung	2,36	1,433	11
Total	2,11	1,392	62

Appendix Table 82: Tests of Between-Subjects Effects (Nervous)

Dependent Variable: nervös

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	2,480(a)	3	,827	,414	,743
Intercept	239,909	1	239,909	120,235	,000
relational_outcome	2,480	3	,827	,414	,743
Error	115,730	58	1,995		
Total	395,000	62			
Corrected Total	118,210	61			

a. R Squared = ,021 (Adjusted R Squared = -,030)

Appendix Table 83: Post Hoc Tests: Multiple Comparisons (Nervous)

Dependent Variable: nervös

	(I) relational_outcome	(J) relational_outcome	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Tukey HSD	Abbruch	Abschwächung	-,14	,595	,996	-1,71	1,44
		neutral/unverändert	,25	,577	,972	-1,28	1,78
		Verstärkung	-,24	,656	,983	-1,97	1,50
	Abschwächung	Abbruch	,14	,595	,996	-1,44	1,71
		neutral/unverändert	,39	,434	,808	-,76	1,54
		Verstärkung	-,10	,535	,998	-1,52	1,32
	neutral/unverändert	Abbruch	-,25	,577	,972	-1,78	1,28
		Abschwächung	-,39	,434	,808	-1,54	,76
		Verstärkung	-,49	,514	,778	-1,85	,87
	Verstärkung	Abbruch	,24	,656	,983	-1,50	1,97
		Abschwächung	,10	,535	,998	-1,32	1,52
		neutral/unverändert	,49	,514	,778	-,87	1,85
Bonferroni	Abbruch	Abschwächung	-,14	,595	1,000	-1,76	1,49
		neutral/unverändert	,25	,577	1,000	-1,33	1,83
		Verstärkung	-,24	,656	1,000	-2,03	1,55
	Abschwächung	Abbruch	,14	,595	1,000	-1,49	1,76
		neutral/unverändert	,39	,434	1,000	-,80	1,57
		Verstärkung	-,10	,535	1,000	-1,56	1,36
	neutral/unverändert	Abbruch	-,25	,577	1,000	-1,83	1,33
		Abschwächung	-,39	,434	1,000	-1,57	,80
		Verstärkung	-,49	,514	1,000	-1,89	,92
	Verstärkung	Abbruch	,24	,656	1,000	-1,55	2,03
		Abschwächung	,10	,535	1,000	-1,36	1,56
		neutral/unverändert	,49	,514	1,000	-,92	1,89
Games-Howell	Abbruch	Abschwächung	-,14	,716	,997	-2,30	2,02
		neutral/unverändert	,25	,689	,983	-1,88	2,38
		Verstärkung	-,24	,772	,989	-2,50	2,03
	Abschwächung	Abbruch	,14	,716	,997	-2,02	2,30
		neutral/unverändert	,39	,413	,784	-,72	1,50
		Verstärkung	-,10	,540	,998	-1,61	1,41
	neutral/unverändert	Abbruch	-,25	,689	,983	-2,38	1,88
		Abschwächung	-,39	,413	,784	-1,50	,72
		Verstärkung	-,49	,503	,767	-1,92	,94
	Verstärkung	Abbruch	,24	,772	,989	-2,03	2,50
		Abschwächung	,10	,540	,998	-1,41	1,61
		neutral/unverändert	,49	,503	,767	-,94	1,92

Based on observed means.

Appendix Table 84: Descriptive Statistics (Afraid)

Dependent Variable: besorgt

relational_outcome	Mean	Std. Deviation	N
Abbruch	3,38	1,996	8
Abschwächung	3,00	1,667	19
neutral/unverändert	2,46	1,179	24
Verstärkung	3,00	1,549	11
Total	2,84	1,517	62

Appendix Table 85: Tests of Between-Subjects Effects (Afraid)

Dependent Variable: besorgt

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	6,554(a)	3	2,185	,947	,424
Intercept	451,401	1	451,401	195,626	,000
relational_outcome	6,554	3	2,185	,947	,424
Error	133,833	58	2,307		
Total	640,000	62			
Corrected Total	140,387	61			

a. R Squared = ,047 (Adjusted R Squared = -,003)

Appendix Table 86: Post Hoc Tests: Multiple Comparisons (Afraid)

Dependent Variable: besorgt

	(I) relational_outcome	(J) relational_outcome	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Tukey HSD	Abbruch	Abschwächung	,38	,640	,936	-1,32	2,07
		neutral/unverändert	,92	,620	,457	-,72	2,56
		Verstärkung	,38	,706	,951	-1,49	2,24
	Abschwächung	Abbruch	-,38	,640	,936	-2,07	1,32
		neutral/unverändert	,54	,466	,653	-,69	1,78
		Verstärkung	,00	,576	1,000	-1,52	1,52
	neutral/unverändert	Abbruch	-,92	,620	,457	-2,56	,72
		Abschwächung	-,54	,466	,653	-1,78	,69
		Verstärkung	-,54	,553	,762	-2,00	,92
	Verstärkung	Abbruch	-,38	,706	,951	-2,24	1,49
		Abschwächung	,00	,576	1,000	-1,52	1,52
		neutral/unverändert	,54	,553	,762	-,92	2,00
Bonferroni	Abbruch	Abschwächung	,38	,640	1,000	-1,37	2,12
		neutral/unverändert	,92	,620	,869	-,78	2,61
		Verstärkung	,38	,706	1,000	-1,55	2,30
	Abschwächung	Abbruch	-,38	,640	1,000	-2,12	1,37
		neutral/unverändert	,54	,466	1,000	-,73	1,82
		Verstärkung	,00	,576	1,000	-1,57	1,57

Appendix

	neut- ral/unverändert	Abbruch	- ,92	,620	,869	-2,61	,78	
		Abschwächung	- ,54	,466	1,000	-1,82	,73	
		Verstärkung	- ,54	,553	1,000	-2,05	,97	
	Verstärkung	Abbruch	- ,38	,706	1,000	-2,30	1,55	
		Abschwächung	,00	,576	1,000	-1,57	1,57	
		neut- ral/unverändert	,54	,553	1,000	-,97	2,05	
	Games-Howell	Abbruch	Abschwächung	,38	,802	,965	-2,03	2,78
			neut- ral/unverändert	,92	,745	,626	-1,43	3,26
			Verstärkung	,38	,846	,970	-2,11	2,86
Abschwächung		Abbruch	- ,38	,802	,965	-2,78	2,03	
		neut- ral/unverändert	,54	,452	,632	-,68	1,77	
		Verstärkung	,00	,604	1,000	-1,67	1,67	
neut- ral/unverändert		Abbruch	- ,92	,745	,626	-3,26	1,43	
		Abschwächung	- ,54	,452	,632	-1,77	,68	
		Verstärkung	- ,54	,525	,734	-2,05	,97	
Verstärkung		Abbruch	- ,38	,846	,970	-2,86	2,11	
		Abschwächung	,00	,604	1,000	-1,67	1,67	
		neut- ral/unverändert	,54	,525	,734	-,97	2,05	

Based on observed means.

Appendix F 4: Results of Multiple Discriminant Analysis (Summary of Canonical Discriminant Functions).

Appendix Table 87: Eigenvalues

Function	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %	Canonical Correlation
1	1,366(a)	58,5	58,5	,760
2	,697(a)	29,8	88,3	,641
3	,272(a)	11,7	100,0	,463

a. First 3 canonical discriminant functions were used in the analysis.

Appendix Table 88: Wilks' Lambda

Test of Function(s)	Wilks' Lambda	Chi-square	df	Sig.
1 through 3	,196	83,976	45	,000
2 through 3	,463	39,631	28	,071
3	,786	12,409	13	,494

Appendix Table 89: Standardized Canonical Discriminant Function Coefficients

	Function		
	1	2	3
erfreulich	,641	,050	,465
glücklich	,021	,217	-,367
stolz	,430	-,128	,765

freundliche_Gefühle	-,230	-,739	-,444
geschätzt_fühlen	,319	,198	-,563
aufmerksam	-,031	,799	,178
aktiv	,660	-,131	-,583
interessiert	-,159	-,160	,684
aufgebracht	,388	-,450	,283
wütend	-,156	-,430	-,059
traurig	-,048	1,335	-,117
schlechter_Laune	,210	,373	-,195
verärgert	-,687	-,235	,204
nervös	,406	-,709	,264
besorgt	-,009	,310	,051

Appendix Table 90: Structure Matrix

	Function		
	1	2	3
stolz	,638(*)	-,122	,253
erfreulich	,600(*)	-,058	,119
geschätzt_fühlen	,555(*)	-,040	-,433
glücklich	,489(*)	-,047	-,008
freundliche_Gefühle	,437(*)	-,148	-,246
verärgert	-,435(*)	,042	,342
traurig	-,048	,438(*)	,236
aufmerksam	,064	,304(*)	,059
aktiv	,068	,217(*)	-,054
wütend	-,177	-,103	,316(*)
aufgebracht	-,188	-,064	,315(*)
besorgt	-,054	,182	,284(*)
interessiert	,068	,207	,281(*)
nervös	-,004	,027	,277(*)
schlechter_Laune	-,155	,081	,201(*)

Pooled within-groups correlations between discriminating variables and standardized canonical discriminant functions.

Variables ordered by absolute size of correlation within function.

* Largest absolute correlation between each variable and any discriminant function.

Appendix Table 91: Canonical Discriminant Function Coefficients

	Function		
	1	2	3
erfreulich	,442	,034	,321
glücklich	,018	,185	-,312
stolz	,343	-,103	,611
freundliche_Gefühle	-,158	-,507	-,305
geschätzt_fühlen	,224	,139	-,394
aufmerksam	-,021	,554	,123
aktiv	,433	-,086	-,382
interessiert	-,121	-,122	,523

aufgebracht	,241	-,280	,176
wütend	-,091	-,250	-,034
traurig	-,043	1,199	-,105
schlechter_Laune	,120	,213	-,111
verärgert	-,457	-,156	,136
nervös	,287	-,502	,187
besorgt	-,006	,204	,034
(Constant)	-3,014	-,848	-1,767

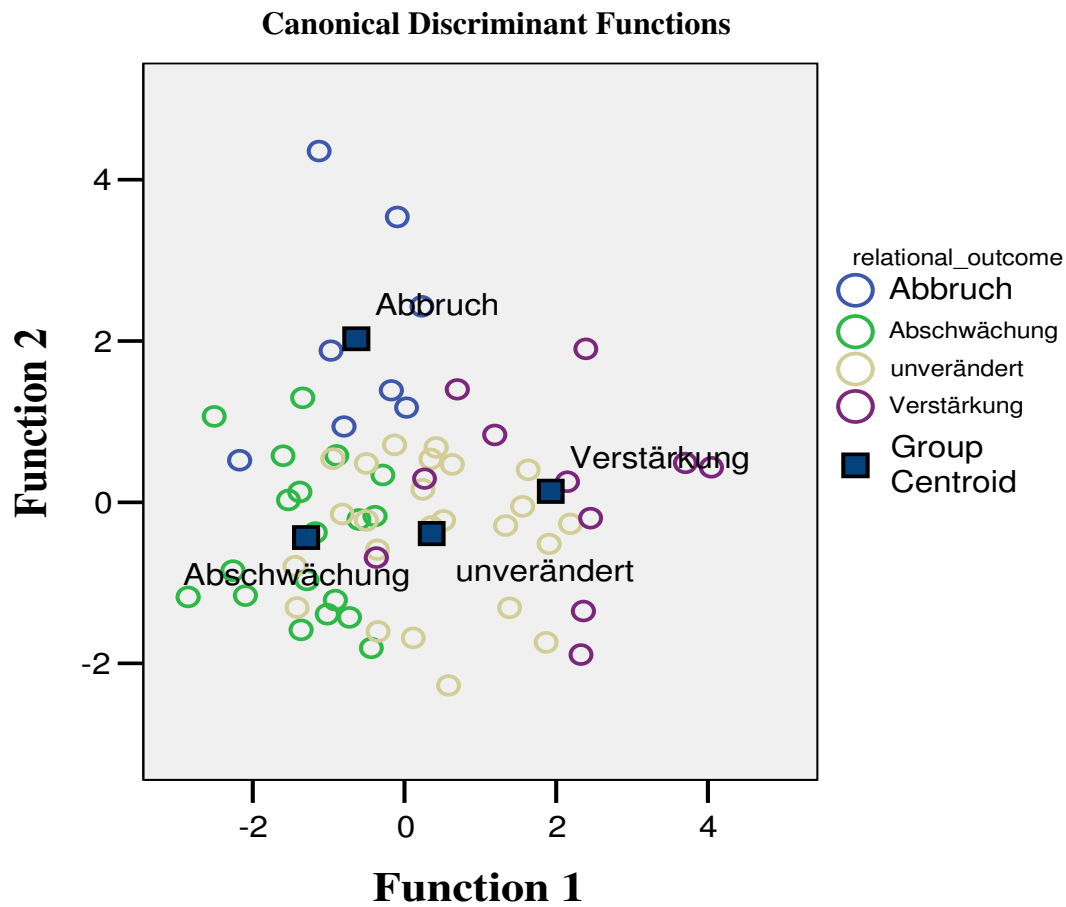
Unstandardized coefficients.

Appendix Table 92: Functions at Group Centroids

relational_outcome	Function		
	1	2	3
Abbruch	-,636	2,028	-,177
Abschwächung	-1,299	-,439	,406
neutral/unverändert	,358	-,390	-,564
Verstärkung	1,927	,134	,659

Unstandardized canonical discriminant functions evaluated at group means.

Appendix Figure 1: Combined-groups Plot



Appendix Table 93: Classification Results

			Predicted Group Membership				Total
			Abbruch	Abschwächung	neutral/ unverändert	Verstärkung	
Original	Count	Abbruch	7	1	0	0	8
		Abschwächung	1	14	4	0	19
		neutral/unverändert	0	3	17	4	24
		Verstärkung	1	1	0	9	11
	%	Abbruch	87,5	12,5	,0	,0	100,0
		Abschwächung	5,3	73,7	21,1	,0	100,0
		neutral/unverändert	,0	12,5	70,8	16,7	100,0
		Verstärkung	9,1	9,1	,0	81,8	100,0

a. 75,8% of original grouped cases correctly classified.

Curriculum Vitae

Personal Data

First and Last Name: Barbara Bichler
Date of Birth: November 18th, 1982
Place of Birth: Gmünd, Lower Austria
Nationality: Austrian



Education

2002 – 2011	University of Vienna, Faculty for Business Sciences (Major Subjects: International Marketing and Business Informatics), Diploma Thesis on the Topic ‘Service Recovery Experiences and the Reformulation of Buyer-Seller Relationships: An Empirical Investigation’
1997 – 2002	Higher-Level Secondary Commercial College in Gmünd-Neustadt, Lower Austria
1993 – 1997	Secondary Modern School in Gmünd-Neustadt, Lower Austria
1989 – 1993	Elementary School in Hirschbach, Lower Austria

Work Experience

1999 – 2008	summerjob at Leyrer + Graf Baugesellschaft m.b.H. in the department ‘machinery management’ including administrative tasks, book-keeping, cost accounting and advanced computing tasks
-------------	---

Language Skills

German:	native language
English:	fluent
French:	intermediate
Spanish:	basic knowledge

Additional Skills

Well-grounded computer skills (MS Office, HTML, PHP, SPSS)

Driving licence (category B)

Hobbies

Sports (cycling, inline skating, skiing)

Reading

Listening to music

Traveling

Cooking