

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	V
Autorenverzeichnis .....	XII

## Erster Teil

### **Begriff und Grundlagen des Kundenbindungsmanagements**

<i>Christian Homburg und Manfred Bruhn</i> Kundenbindungsmanagement – Eine Einführung in die theoretischen und praktischen Problemstellungen .....	3
--	---

## Zweiter Teil

### **Kundenbindung aus theoretischer Perspektive**

<i>Andrea Gröppel-Klein, Jörg Königstorfer und Ralf Terlutter</i> Verhaltenswissenschaftliche Aspekte der Kundenbindung .....	43
<i>Michael Paul und Thorsten Hennig-Thurau</i> Determinanten der Kundenbindung .....	81
<i>Christian Homburg, Annette Becker und Frederike Hentschel</i> Der Zusammenhang zwischen Kundenzufriedenheit und Kundenbindung .....	111
<i>Sabrina Helm</i> Kundenbindung und Kundenempfehlungen .....	145
<i>Marion Büttgen</i> Kundenbindung durch Kundenintegration .....	165

## Dritter Teil

### **Kundenbindung aus strategischer Perspektive**

<i>Andreas Eggert und Ina Garnefeld</i> Kundenbindung auf Basis des Relationship Value .....	191
---	-----

<i>Joachim Zentes, Bernhard Swoboda und Dirk Morschett</i> Kundenbindung im vertikalen Marketing .....	209
<i>Klaus Backhaus, Cordelia Baumeister, Matthias Koch und Katrin Mühlfeld</i> Kundenbindung im Industriegütermarketing .....	243
<i>Dominik Georgi</i> Kundenbindungsmanagement im Kundenbeziehungslebenszyklus .....	277
<i>Manfred Bruhn und Silke Michalski</i> Kundenabwanderung als Herausforderung des Kundenbindungsmanagements .....	299
<i>Heiner Evanschitzky, David Woisetschläger, Christof Backhaus und Manuel Michaelis</i> Kundenbindung in Dienstleistungsnetzwerken .....	325
<i>Manfred Bruhn</i> Anbieterseitige Kündigung von Kundenbeziehungen und Kundenbindung .....	355

## **Vierter Teil**

### **Instrumente der Kundenbindung**

<i>Torsten Tomczak, Sven Reinecke und Sabine Dittrich</i> Kundenbindung durch Kundenkarten und -clubs .....	387
<i>Bernd Stauss</i> Kundenbindung durch Beschwerdemanagement .....	411
<i>Hermann Diller</i> Kundenbindung durch Preispolitik .....	439
<i>Jürgen Gerdes</i> Kundenbindung durch Dialogmarketing .....	471

## **Fünfter Teil**

### **Implementierung des Kundenbindungsmanagements**

<i>Sven Reinecke</i> Controlling der Kundenbindung .....	493
---	-----

---

<i>Bernd W. Wirtz und Oliver Schilke</i> Kundenbindung durch E-Services .....	517
<i>Oliver Götz und Manfred Krafft</i> Erfolgreiche Implementierung von CRM-Strategien .....	537
<i>Ove Jensen</i> Key Account Management (KAM) als Implementationsform des Kundenbindungsmanagements .....	571

## **Sechster Teil**

### **Kontrolle der Kundenbindung**

<i>Christian Homburg und Andreas Fürst</i> Überblick über die Messung von Kundenzufriedenheit und Kundenbindung .....	599
<i>Manfred Bruhn und Dominik Georgi</i> Wirtschaftlichkeit des Kundenbindungsmanagements .....	635
<i>Ruth Stock-Homburg</i> Kundenorientiertes Personalmanagement als Schlüssel zur Kundenbindung .....	667
<i>Manfred Bruhn, Karsten Hadwich und Dominik Georgi</i> Kundenwert als Steuerungsgröße des Kundenbindungsmanagements .....	703

## **Siebter Teil**

### **Kundenbindungsmanagement in ausgewählten Branchen und Unternehmen**

#### **1. Kapitel: Dienstleistungen**

<i>Thomas Lüers</i> Kundenbindungsmanagement in der Energieversorgung .....	725
--	-----

*Raimund Blache, Evelyn Damiani, Jens M. Frühling und Hans-Martin Kraus*  
Aktives Kundenbeziehungsmanagement der Deutschen Bank ..... 745

*Ulrich Hauschild, Sascia Hilverkus und Andreas Koch*  
Fallstudie Miles & More: Profitable Kundenbindung in der Airline Industrie ..... 765

## **2. Kapitel: Handel**

*Christian Arpagaus und Hans-Albrecht Bartels*  
Kundenbindung im Detailhandel – das Beispiel Migros Schweiz ..... 783

*Burkhard Graßmann*  
Kundenbindungsmanagement durch branchenübergreifende  
Bonusprogramme – das Beispiel Payback ..... 805

## **3. Kapitel: Verbrauchs- und Gebrauchsgüter**

*Peter Albiez, Petra Danielsohn-Weil und Michael Scholl*  
Dreistufige Kundensegmentierung: Ein Ansatz zur potenzialorientierten Ge-  
schäfts-Steuerung im Pharmamarkt ..... 829

*Jens Puttfarcken*  
Fallstudie Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG: Konzeption und Implementierung des  
Kundenbindungsmanagements bei einem exklusiven Sportwagenhersteller ..... 849

*Uwe Raschke, Peter Hubert und Karl-Heinz Link*  
Kundenbindungsmanagement im Elektrowerkzeugmarkt –  
das Beispiel Bosch Elektrowerkzeuge ..... 871

## **4. Kapitel: Industriegüter**

*Thomas Kaufmann und Rainer Rothfuß*  
Value-Added Services als strategisches Instrument der Kundenbindung:  
das Beispiel Feed Additives im Geschäftsgebiet Health & Nutrition  
der Evonik Degussa GmbH ..... 895

Stichwortverzeichnis ..... 917