

# Inhalt

<b>1</b>	<b>Einführung</b>	<b>1</b>
	<i>Amparo Galiñanes García/Carsten Rennhak</i> Kundenbindung – Grundlagen und Begrifflichkeiten	3
	<i>Marion Halfmann/Carsten Rennhak</i> Kundenwert	15
	<i>Stefan Strassner</i> Individuelle Kundenansprache aus rechtlicher Sicht	25
<b>2</b>	<b>Kundenverständnis</b>	<b>39</b>
	<i>Jürgen Kaschube/Rosina Gasteiger</i> Psychologische Grundlagen des Kundenverständnisses	41
	<i>Tobias Kesting/Carsten Rennhak/Tobias Schütz</i> Marktsegmentierung als Voraussetzung für Kundenverständnis	53
	<i>Zoltan Bakay/Carsten Rennhak</i> Kundenzufriedenheitsmessung bei Low-Involvement-Produkten	79
	<i>Diana-Nadine Böhm/ Christian Fischl/ Carsten Rennhak</i> Kundenzufriedenheitsmessung mittels Mystery Shopping	87
	<i>Zoltan Bakay/Carsten Rennhak</i> Treiber der Zufriedenheit von Stromkunden	95
	<i>Carsten Rennhak/Marion Halfmann</i> Das Wechselverhalten von Privathaushalten im Strommarkt	105
	<i>Markus Zinnbauer/Zoltan Bakay/Carsten Rennhak</i> Eine Sequenzanalyse der Informationspfade illoyaler Commodity-Kunden	113
	<i>Markus Zinnbauer/Zoltan Bakay/Carsten Rennhak</i> Generationenfrage Kundenloyalität?	119

<b>3 Kundendaten</b>	<b>127</b>
<i>Amparo Galiñanes García/Carsten Rennhak/Gunter Seidel</i> CRM und Kundenbindung	129
<i>Amparo Galiñanes García/Carsten Rennhak/Daniel Simonovich</i> Datenqualität als kritischer Erfolgsfaktor von CRM-Lösungen	141
<i>Markus Zinnbauer/Markus Eberl</i> Eine KPI-orientierte Methode zur Steigerung der CRM-Umsetzungsstärke	153
<i>Markus Eberl/Markus Zinnbauer</i> Zielgruppenspezifisches Gebrauchsgütermarketing	171
<b>4 Fallstudien</b>	<b>187</b>
<i>Carsten Rennhak/Wolfgang Zirus</i> Kundenbindungsmaßnahmen von Banken im Privatkundensegment	189
<i>Carsten Rennhak/Siegfried Numberger/Marion Halfmann</i> Wie setzen Banken das Thema Kundenbindung um?	201
<i>Matthias Hitzfeld/Carsten Rennhak/Dieter Nickles</i> Kundenbindung bei Fernsehsender – Potenziale interaktiver TV-Anwendungen	211
<i>Gerd Nufer</i> Event-Marketing und Kundenbindung – Fallstudie adidas	221
<i>Sonja Kapfelsberger</i> Couponing im Mobilfunk	249
<i>Diana-Nadine Böhm/Carsten Rennhak/Tara Ebert</i> Kundenbindung in B2B-Beziehungen	261
<i>Stefan Boots/Marion Halfmann/Holger Stahl</i> Kundenbindung durch Außendienstmanagement – das Konzept der Lekkerland GmbH & Co. KG	273
<i>Kristina Brodersen</i> Die Faszination als Mittel der Kundenbindung	283
<b>Autoren</b>	<b>293</b>