

## Inhaltsverzeichnis

|                                                                           |        |
|---------------------------------------------------------------------------|--------|
| Abkürzungsverzeichnis .....                                               | X      |
| Abbildungsverzeichnis .....                                               | XI     |
| Tabellenverzeichnis .....                                                 | XII    |
| 1     Einleitung .....                                                    | - 1 -  |
| 1.1   Problemstellung .....                                               | - 1 -  |
| 1.2   Zielsetzung und Fragestellungen .....                               | - 2 -  |
| 1.3   Aufbau und Methodik .....                                           | - 4 -  |
| 2     Theoretische Grundlagen .....                                       | - 7 -  |
| 2.1   Hintergrund und Einordnung der Kundenzufriedenheit in das CRM ..... | - 8 -  |
| 2.2   Definitionsansätze der Kundenzufriedenheit .....                    | - 15 - |
| 2.2.1   C/D-Paradigma als zentraler Erklärungsansatz .....                | - 20 - |
| 2.2.2   Weitere Erklärungskonzepte zur Kundenzufriedenheit .....          | - 23 - |
| 2.2.2.1   Assimilationstheorie .....                                      | - 23 - |
| 2.2.2.2   Kontrasttheorie .....                                           | - 24 - |
| 2.2.2.3   Assimilations-Kontrast-Theorie .....                            | - 24 - |
| 2.2.2.4   Attributionstheorie .....                                       | - 25 - |
| 2.2.2.5   Typologisierung der Formen der Zufriedenheit .....              | - 26 - |
| 2.2.2.6   Prospect-Theorie .....                                          | - 28 - |
| 2.2.2.7   Zwei-Faktoren-Theorie .....                                     | - 28 - |
| 2.2.2.8   Kano-Modell .....                                               | - 29 - |
| 2.2.3   Das dynamisierte C/D-Paradigma .....                              | - 31 - |
| 3     Methoden zur Messung der Kundenzufriedenheit .....                  | - 33 - |
| 3.1   Objektive Messverfahren .....                                       | - 34 - |
| 3.1.1   Objektiv-qualitative Messverfahren .....                          | - 34 - |
| 3.1.1.1   Silent-Shopper-Methode .....                                    | - 34 - |
| 3.1.1.2   Expertenbeobachtung .....                                       | - 35 - |
| 3.1.1.3   Willingness-to-pay Ansatz .....                                 | - 35 - |
| 3.1.2   Objektiv-quantitative Messansätze (Kennzahlen) .....              | - 36 - |

|         |                                                               |        |
|---------|---------------------------------------------------------------|--------|
| 3.2     | Subjektive Messverfahren .....                                | - 37 - |
| 3.2.1   | Ereignisorientierte Verfahren .....                           | - 37 - |
| 3.2.1.1 | Blueprinting Methode .....                                    | - 38 - |
| 3.2.1.2 | Sequentielle Ereignismethode .....                            | - 40 - |
| 3.2.1.3 | Critical-Incident Technique .....                             | - 40 - |
| 3.2.1.4 | Beschwerdeanalyse .....                                       | - 41 - |
| 3.2.1.5 | FRAP .....                                                    | - 43 - |
| 3.2.1.6 | FRAB .....                                                    | - 45 - |
| 3.2.2   | Merkmalsorientierte Verfahren .....                           | - 45 - |
| 3.2.2.1 | Eindimensionale Verfahren .....                               | - 46 - |
| 3.2.2.2 | Mehrdimensionale Verfahren .....                              | - 46 - |
| 4       | Customer Satisfaction Index .....                             | - 50 - |
| 4.1     | CSI-Berechnung .....                                          | - 51 - |
| 4.2     | Delta-Analyse .....                                           | - 54 - |
| 4.3     | Zufriedenheits-Wichtigkeits-Portfolio .....                   | - 56 - |
| 5       | Empirische Untersuchung .....                                 | - 59 - |
| 5.1     | Untersuchungsgegenstand und Untersuchungsziele .....          | - 59 - |
| 5.2     | Forschungsdesign und Messverfahren .....                      | - 60 - |
| 5.3     | Gestaltung des Fragebogens .....                              | - 62 - |
| 5.3.1   | Blueprint und Servqual zur Bestimmung von Merkmalen .....     | - 62 - |
| 5.3.2   | Fragebatterie und Dimensionen .....                           | - 66 - |
| 5.3.3   | Skalierung .....                                              | - 68 - |
| 5.3.4   | Pretest .....                                                 | - 69 - |
| 5.3.5   | Gütekriterien der Untersuchung .....                          | - 70 - |
| 5.4     | Untersuchungsergebnisse .....                                 | - 72 - |
| 5.4.1   | Personenbezogene Daten .....                                  | - 73 - |
| 5.4.2   | Zufriedenheit mit der Gesamtdienstleistung .....              | - 74 - |
| 5.4.3   | Zufriedenheit mit den Dimensionen .....                       | - 76 - |
| 5.4.4   | Zufriedenheit mit den einzelnen Merkmalen .....               | - 77 - |
| 5.4.5   | Wichtigkeit der Dimensionen und Merkmale .....                | - 79 - |
| 5.4.6   | Zufriedenheits-Wichtigkeits-Portfolio und Delta-Analyse ..... | - 82 - |
| 5.4.7   | Weiterführende Analyse .....                                  | - 86 - |

|                      |                                                                      |       |
|----------------------|----------------------------------------------------------------------|-------|
| 5.5                  | Zusammenfassung und Interpretation der Untersuchungsergebnisse ..... | 89 -  |
| 6                    | Fazit und Ausblick .....                                             | 97 -  |
| 6.1                  | Zusammenfassung .....                                                | 97 -  |
| 6.2                  | Herausforderungen in der praktischen Anwendung der Messverfahren ... | 100 - |
| Anhang               | .....                                                                | 102 - |
| Literaturverzeichnis | .....                                                                | 110 - |