

## Inhaltsverzeichnis

<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	<b>XIII</b>
<b>Tabellenverzeichnis</b> .....	<b>XV</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis</b> .....	<b>XVII</b>
<b>1 Einleitung</b> .....	<b>1</b>
1.1 Problemstellung und Zielsetzung der Arbeit .....	1
1.2 Gang der Untersuchung .....	4
<b>2 Theoretische Grundlagen der Untersuchung</b> .....	<b>9</b>
2.1 Grundlagen der Kundenzufriedenheit .....	9
2.1.1 Geschichte der Kundenzufriedenheitsforschung .....	9
2.1.2 Anforderungen an die Messung der Kundenzufriedenheit .....	15
2.1.3 Ansätze zur Messung der Kundenzufriedenheit .....	17
2.1.4 Methoden der Wichtigkeitsbestimmung der Leistungsparameter .....	23
2.1.4.1 Direkte Methoden der Wichtigkeitsbestimmung .....	24
2.1.4.2 Indirekte Methoden der Wichtigkeitsbestimmung .....	30
2.1.5 Strategische Folgerungen aus relativen Wichtigkeiten der Leistungsparameter .....	31
2.1.5.1 Die Importance-Performance-Analyse (IPA) .....	31
2.1.5.2 Das Importance-Grid .....	34
2.1.5.3 Der Kundenzufriedenheitsindex .....	37
2.2 Grundlagen der Marktsegmentierung .....	38
2.2.1 Geschichte der Marktsegmentierung .....	38
2.2.2 Anforderungen an die Marktsegmentierung .....	40
2.2.3 Ansätze zur Marktsegmentierung .....	45
2.2.3.1 Demografische Segmentierung .....	46
2.2.3.2 Geografische Segmentierung .....	47
2.2.3.3 Verhaltensbezogene Segmentierung .....	47
2.2.3.4 Psychografische Segmentierung .....	49
2.2.3.5 Nutzenbasierte Segmentierung .....	50
2.2.3.6 Sonstige Segmentierungsansätze .....	53
2.2.3.7 Internationale Segmentierung .....	54
2.2.4 Methoden der Marktsegmentierung .....	58
2.2.4.1 A-priori-basierte Segmentierungsmethoden .....	59
2.2.4.2 Clusterbasierte Segmentierungsmethoden .....	60
2.2.4.3 Finite-Mixture-basierte Segmentierungsmethoden .....	64
2.2.5 Strategische Folgerungen aus den abgeleiteten Segmenten .....	71

<b>3</b>	<b>Methodische Grundlagen der Untersuchung</b> .....	<b>77</b>
3.1	Indirekte Methoden der Wichtigkeitsbestimmung der Leistungsparameter .....	78
3.1.1	Klassische Verfahren der Wichtigkeitsbestimmung .....	83
3.1.1.1	Einfache Analysemethoden .....	84
3.1.1.2	Multiple Analysemethoden .....	89
3.1.1.3	Variablen transformierende Methoden .....	92
3.1.2	Epsilon und Dominance Analysis .....	94
3.1.2.1	Johnsons Epsilon .....	94
3.1.2.2	Budescu und Budescu/Azens Dominance Analysis .....	97
3.1.3	Verfahren zur Analyse von Strukturgleichungsmodellen: der LISREL- Ansatz und der PLS-Ansatz .....	100
3.1.3.1	Grundlagen der Verfahren zur Analyse von Strukturgleichungsmodellen .....	100
3.1.3.2	Der LISREL-Ansatz .....	105
3.1.3.3	Der PLS-Ansatz .....	108
3.2	Klassische Segmentierungsmethode: die Clusteranalyse .....	110
3.2.1	Prozess der Auswahl und Behandlung des Dateninputs .....	113
3.2.1.1	Auswahl der Clusterobjekte .....	113
3.2.1.2	Auswahl der Clustervariablen .....	113
3.2.1.3	Standardisierung der Variablen .....	114
3.2.1.4	Auswahl des Ähnlichkeitsmaßes .....	114
3.2.1.5	Behandlung der Ausreißer .....	115
3.2.2	Prozess der Klassifikation .....	116
3.2.2.1	Auswahl der Clustermethode .....	116
3.2.2.2	Bestimmung der Clusterzahl .....	119
3.2.2.3	Zuordnung der Objekte .....	124
3.2.2.4	Überprüfung der Stabilität .....	125
3.2.3	Prozess der Beschreibung, Benennung und Interpretation der Cluster .....	125
3.3	Neue Segmentierungsmethode: der FIMIX-PLS-Ansatz .....	127
3.3.1	Funktionsweise des FIMIX-PLS-Ansatzes .....	128
3.3.2	Bestimmung der Segmentzahl .....	131
3.3.3	Beschreibung, Benennung und Interpretation der Segmente .....	133
3.4	Verwendete Analysen und Maße zur Gütebeurteilung .....	135
3.4.1	Die Varianzanalyse .....	135
3.4.2	Kendalls Tau-b .....	139

---

<b>4</b>	<b>Ergebnisse der empirischen Untersuchung</b>	<b>141</b>
4.1	Vorgehensweise der Untersuchung	142
4.1.1	Datenerhebung und Datengrundlage	142
4.1.2	Messung der Leistungsparameter und Leistungskriterien	144
4.1.3	Behandlung fehlender Werte	148
4.2	Empirische Ergebnisse des Vergleichs direkter und indirekter Wichtigkeiten auf aggregiertem Niveau	150
4.2.1	Indirekte Maße der relativen Wichtigkeit im Vergleich	151
4.2.2	Gewichtete und ungewichtete Verfahren der relativen Wichtigkeit im Vergleich	158
4.2.3	Direkte und indirekte Maße der relativen Wichtigkeit im Vergleich	160
4.2.4	Auswirkungen der Wahl des Wichtigkeitsmaßes auf die strategischen Implikationen	165
4.3	Empirische Ergebnisse des Vergleichs direkter und indirekter Wichtigkeiten auf disaggregiertem Niveau	173
4.3.1	Direkt ermittelte Nutzensegmente im Vergleich (Clusteranalyse)	174
4.3.2	Indirekt ermittelte Nutzensegmente im Vergleich (FIMIX-PLS)	182
4.3.3	Internationale Segmente im Vergleich	190
<b>5</b>	<b>Schlussbetrachtung</b>	<b>197</b>
5.1	Zusammenfassung der Ergebnisse	197
5.2	Implikationen für die Forschung	202
5.3	Implikationen für die Praxis	204
<b>6</b>	<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>207</b>