

Manfred Bruhn/Christian Homburg (Hrsg.)

# Handbuch Kundenbindungsmanagement

Grundlagen – Konzepte – Erfahrungen

**GABLER**

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	V
Autorenverzeichnis .....	XI

## 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>Peter Weinberg</i> Verhaltenswissenschaftliche Aspekte der Kundenbindung .....	39
<i>Wulff Plinke und Albrecht Söllner</i> Kundenbindung und Abhängigkeitsbeziehungen .....	55
<i>Christian Homburg, Annette Giering und Frederike Hentschel</i> Der Zusammenhang zwischen Kundenzufriedenheit und Kundenbindung .....	81

## Dritter Teil

### **Kundenbindung aus strategischer Perspektive**

<i>Heribert Meffert</i> Kundenbindung als Element moderner Wettbewerbsstrategien .....	115
<i>Frederick F. Reichheld und Earl W. Sasser</i> Zero-Migration: Dienstleister im Sog der Qualitätsrevolution .....	135
<i>Bernd Venohr und Christoph Zinke</i> Kundenbindung als strategisches Unternehmensziel: Vom Konzept zur Umsetzung .....	151

## Vierter Teil

### Instrumente der Kundenbindung

<i>Torsten Tomczak und Sabine Dittrich</i> Kundenclubs als Kundenbindungsinstrument .....	171
<i>Anton Meyer und Christian Blümelhuber</i> Kundenbindung durch Services .....	189
<i>Bernd Stauss</i> Kundenbindung durch Beschwerdemanagement .....	213
<i>Hermann Simon, Georg Tacke, Birgit Woscidlo und Michael Laker</i> Kundenbindung durch Preispolitik .....	237
<i>Michael Kleinaltenkamp</i> Kundenbindung durch Kundenintegration .....	255
<i>Joachim Zentes und Bernhard Swoboda</i> Kundenbindung im vertikalen Marketing .....	273
<i>Klaus Backhaus und Cordelia Baumeister</i> Kundenbindung im Industriegütermarketing .....	301

## Fünfter Teil

### Implementierung des Kundenbindungsmanagements

<i>Richard Köhler</i> Kundenorientiertes Rechnungswesen als Voraussetzung des Kundenbindungsmanagements .....	329
<i>Robert C. Blattberg und Jacquelyn S. Thomas</i> The Fundamentals of Customer Equity Management .....	359

## Sechster Teil

### Kontrolle der Kundenbindung

<i>Christian Homburg, Martin Faßnacht und Harald Werner</i> Operationalisierung von Kundenzufriedenheit und Kundenbindung .....	389
<i>Manfred Bruhn und Dominik Georgi</i> Wirtschaftlichkeit des Kundenbindungsmanagements .....	411

## Siebter Teil

### Kundenbindungsmanagement in ausgewählten Branchen und Unternehmen

#### 1. Kapitel: Dienstleistungen

<i>Hans J. Lange</i> Kundenbindung im Bankbereich: Das Beispiel der Deutschen Bank AG .....	443
<i>Urs W. Eberhard</i> Kundenbindung in der Luftfahrtbranche: Das Beispiel Swissair .....	461
<i>Sonja Alber und Sylke Weber</i> Kundenbindung im Verlagsbereich: Das Beispiel der Bertelsmann Club GmbH .....	477
<i>Winfried Barczaitis</i> Kundenbindung im Kreditkartenbereich: Das Beispiel American Express .....	493
<i>Martin Knauer</i> Kundenbindung in der Telekommunikation: Das Beispiel T-Mobil .....	507
<i>Frank Hippen</i> Kundenbindung durch Dienstleistungsbündelung: Das Beispiel der HSI Gruppe .....	523
<i>Hans-Georg Pompe</i> Kundenbindung in sozialen Dienstleistungsunternehmen: Das Beispiel Schloß Augustenburg .....	539

## 2. Kapitel: Handel

*Toni Calabretti*

Kundenbindung im Handel: Das Beispiel Douglas ..... 561

*Utho Creusen*

Kundenbindung im Handel:  
Das Beispiel der OBI Bau- und Heimwerkermärkte ..... 579

*Gerhard Höcht*

Kundenbindung im Versandhandel: Das Beispiel Otto Versand ..... 591

## 3. Kapitel: Gebrauchsgüter

*Christian Grupe*

Kundenbindung in der Automobilbranche:  
Das Quality Network Vertriebssystem der Adam Opel AG ..... 609

*Dirk Steindorf, Alfred Riehle und Henning Franke*

Kundenbindung im Gesundheitsmarkt:  
Das Beispiel der Boehringer Mannheim GmbH ..... 627

## 4. Kapitel: Verbrauchs-/Industriegüter

*Horst Jostock und Lars Weber*

Kundenbindung im Verbrauchsgütermarketing:  
Mit einem Beispiel der Milupa AG ..... 643

*Paul Hinterwimmer*

Kundenbindung im Industriegüterbereich:  
Das Beispiel der KRONES AG ..... 663

*Wolfgang Niestroj*

Kundenbindung im vertikalen Marketing:  
Das Beispiel der Tetra Pak GmbH ..... 683

Stichwortverzeichnis ..... 705