

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	VI
-----------------------------------	-----------

1. Einleitung	1
1.1 Problemstellung und Themenrelevanz	1
1.2 Ziel und Gang	2
2. Das Versicherungsgewerbe.....	5
2.1 Begriffsabgrenzung Versicherungsdienstleistung	5
2.2 Anbieter und Struktur	7
2.3 Branchenspezifische Besonderheiten	9
3. Kundenbindung	11
3.1 Begriff und Bedeutung	11
3.2 Arten von Kundenbindung	14
3.3 Determinanten von Kundenbindung.....	15
3.3.1 Kundenvertrauen.....	16
3.3.2 Involvement des Kunden	16
3.3.3 Kundenzufriedenheit.....	18
3.3.4 Kundenloyalität.....	21
3.3.5 Wirkungskette der Kundenbindung	22
3.4 Entstehung von Kundenbindung	23
3.4.1 Lerntheorie.....	24
3.4.2 Dissonanztheorie.....	25
3.4.3 Theorie des wahrgenommenen Risikos	26
3.5 Instrumente der Kundenbindung.....	27
3.5.1 Beschwerdemanagement.....	27
3.5.2 Preispolitik	30
3.5.3 Zusatzleistungen.....	33
4. Möglichkeiten der Kundenbindung im Versicherungsgewerbe.....	35
4.1 Beschwerdemanagement	35
4.2 Preispolitik.....	38
4.3 Zusatzleistungen	42
5. Fazit und Ausblick.....	45

Literaturverzeichnis	VII
-----------------------------------	------------