

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort der Herausgeber.....	V
------------------------------	---

## Teil 1: Grundlagen

*Kurt Matzler/ Heinz K. Stahl/ Hans H. Hinterhuber*

Die Customer-based View der Unternehmung .....	3
--	---

*Manfred Bruhn*

Das Konzept der kundenorientierten Unternehmensführung .....	33
--	----

*Frank Huber/Andreas Herrmann/Christine Braunstein*

Der Zusammenhang zwischen Produktqualität, Kundenzufriedenheit und Unternehmenserfolg .....	69
--	----

*Heinz K. Stahl*

Kundenloyalität kritisch betrachtet .....	87
---	----

*Torsten Tomczak/Sven Reinecke/Sabine Reinecke*

Kundenpotentiale ausschöpfen – Gestaltungsansätze für Kundenbindung in verschiedenen Geschäftstypen .....	107
--	-----

*Michael Laker/Alexander Pohl/Denise Dahlhoff*

Kundenbindung auf neuen Märkten.....	133
--------------------------------------	-----

*Gernot Handlbauer/Birgit Renzl*

Kundenorientiertes Wissensmanagement .....	147
--	-----

*Sonja Grabner-Kräuter/Alexander Schwarz-Musch*

CRM – Grundlagen und Erfolgsfaktoren.....	177
---	-----

*Johann Füller/Hans Mühlbacher/Michael Bartl*

Beziehungsmanagement durch virtuelle Kundeneinbindung in den Innovationsprozess .....	197
--	-----

*Cornelius Herstatt*

Virtuelle Kundeneinbindung in den frühen Innovationsphasen .....	223
--	-----

## **Teil 2: Instrumente und Methoden**

*Heinz K. Stahl/Hans H. Hinterhuber/Stephan A. Friedrich von den Eichen/  
Kurt Matzler*

Kundenzufriedenheit und Kundenwert .....	247
--	-----

*Kurt Matzler/Franz Bailom*

Messung von Kundenzufriedenheit .....	267
---------------------------------------	-----

*Eva Thelen/Oliver Koll/Hans Mühlbacher*

Prozessorientiertes Management von Kundenzufriedenheit .....	299
--	-----

*Kurt Matzler/Elmar Sauerwein/Christian Stark*

Methoden zur Identifikation von Basis-, Leistungs- und Begeisterungsfaktoren .....	319
--	-----

*Bernd Stauss*

Beschwerdemanagement als Instrument der Kundenbindung .....	345
---	-----

*Klaus J. Zink/Thomas Bäuerle/Urich Steinle*

Kundenorientierung und -zufriedenheit in Excellence-Konzepten .....	367
---	-----

*Stephan A. Butscher/Lars R. Müller*

Kundenbindung durch Kundenclubs .....	397
---------------------------------------	-----

*Andrea Hemetsberger/Johann Füller*

Qual der Wahl – Welche Methode führt zu kundenorientierten Innovationen? .....	413
--	-----

*Johann Füller/Gregor Jawecki/Michael Bartl*

Produkt- und Serviceentwicklung in Kooperation mit Online Communities .....	449
---	-----

*Stephan A. Friedrich von den Eichen/Hans H. Hinterhuber/Kurt Matzler/Heinz K. Stahl*

Durch Kooperation den Kundenwert steigern .....	469
---	-----

---

<i>Andreas Hinterhuber</i>	
Pricing und Kundenzufriedenheit .....	489
<i>Jerry Olson/Kristin Waltersdorff/James Forr/Olson Zaltman</i>	
Incorporating Deep Customer Insights in the Innovation Process .....	507
<i>Kohei Nishiyama/Susumu Ogawa</i>	
Quantifying User Innovation in Consumer Goods.....	529

## **Teil 3: Praktische Erfahrungen**

<i>Nikola Glusac</i>	
Bonusprogramme – ein wirkungsvolles Kundenbindungsinstrument? .....	557
<i>Franz Bailom/Markus Anschober/Kurt Matzler/Alexander Kausl</i>	
Preis- und Innovationswettbewerb: Ergebnisse einer Führungskräftebefragung .....	569
<i>Bernd Stauss/Frank Dornach/Christian Coenen</i>	
Zufriedenheitsmanagement – Konzept und Realisierung .....	587
<i>Heinrich Holland</i>	
Kundenbindungsmanagement in der Automobilbranche .....	605
<i>Martin Wieder</i>	
Kundenbindungsinstrumente im Handel – Erfolgspotentiale und Umsetzungsvoraussetzungen .....	621