

|          |                                                                         |           |
|----------|-------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1</b> | <b>Einleitung</b>                                                       | <b>1</b>  |
| 1.1      | Relevanz für das Marketing                                              | 1         |
| 1.2      | Zielsetzung und Struktur der Arbeit                                     | 2         |
| <b>2</b> | <b>Die Bedeutung und Messung von Kundenzufriedenheit</b>                | <b>5</b>  |
| 2.1      | Kundenzufriedenheitsstudien                                             | 7         |
| 2.2      | User Generated Content                                                  | 10        |
| 2.3      | Vergleich von Kundenzufriedenheitsstudien und User<br>Generated Content | 13        |
| <b>3</b> | <b>Grundlagen und Anwendung des Topic Modelings</b>                     | <b>17</b> |
| 3.1      | Latent Dirichlet Allocation                                             | 18        |
| 3.2      | Structural Topic Model                                                  | 22        |
| 3.3      | Analyse von User Generated Content mithilfe von Topic<br>Modeling       | 24        |
| <b>4</b> | <b>Entwicklung der Forschungsfragen</b>                                 | <b>27</b> |
| <b>5</b> | <b>Methodik</b>                                                         | <b>29</b> |
| 5.1      | Beschreibung der Datensätze und Software                                | 29        |
| 5.2      | Datenaufbereitung und Überblick                                         | 30        |
| 5.3      | Structural Topic Model                                                  | 31        |
| 5.4      | Ähnlichkeitsanalyse                                                     | 34        |
| 5.5      | Regressionsanalyse                                                      | 35        |
| 5.6      | Sentiment-Analyse                                                       | 36        |

XV

|          |                                                                      |    |
|----------|----------------------------------------------------------------------|----|
| <b>6</b> | <b>Ergebnisse</b>                                                    | 37 |
| 6.1      | Deskriptive Statistik                                                | 37 |
| 6.2      | Structural Topic Model                                               | 39 |
| 6.3      | Ähnlichkeitsanalyse                                                  | 45 |
| 6.4      | Regressionsanalyse                                                   | 48 |
| 6.5      | Sentiment-Analyse                                                    | 52 |
| <b>7</b> | <b>Diskussion und Implikationen</b>                                  | 55 |
| 7.1      | Beantwortung der untergeordneten Forschungsfragen                    | 55 |
| 7.2      | Konkrete Handlungsempfehlungen                                       | 57 |
| 7.3      | Beantwortung der übergeordneten Forschungsfrage und<br>Implikationen | 59 |
| 7.4      | Limitationen und Ausblick                                            | 60 |
| <b>8</b> | <b>Fazit</b>                                                         | 63 |
|          | <b>Literaturverzeichnis</b>                                          | 67 |